MODELOS DE ACCESO, PERMANENTE Y GRATUITO, A LA RADIO Y TELEVISIÓN PARA LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO Y PAÍSES SELECCIONADOS DE AMÉRICA

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN:

PRIMERA. En México, de acuerdo con el análisis temporal relativo al marco jurídico sobre el acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión, se encontraron tres modelos:

1) MODELO DE GRATUIDAD PURA	2) MODELO HÍBRIDO	3) MODELO DE PROHIBICIÓN*
(reformas político electorales de 1973, 1977 y 1987)	(reformas al COFIPE de 1990, 1993 y 1996)	(reformas constitucionales de 2007, 2014 y la iniciativa de reforma electoral, presentada por el titular del Poder Ejecutivo, en 2022).

***Modelo de prohibición:** impide que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión, manteniéndoles la prerrogativa de acceso permanente y gratuito a partir de los tiempos oficiales.

SEGUNDA. De la muestra de países analizados y con base en el análisis de su legislación, se observó que:

LOS PARTIDOS POLÍTICOS QUE GOZAN DE LA PRERROGATIVA DE ACCESO A LOS TIEMPOS GRATUITOS DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN:

Tanto en los periodos no electorales como en las campañas electorales:	MÉXICO I PERÚ I BRASIL
Únicamente durante los periodos electorales:	ARGENTINA I CHILE I URUGUAY I CANADÁ

TERCERA. Se encontró evidencia jurídica que:

Los países que tienen acceso gratuito a estos medios de comunicación masiva, con respecto a sus organismos electorales:	MÉXICO I CHILE I COSTA RICA I EL SALVADOR

CUARTA. Se encontró evidencia jurídica que:

Los países que tienen acceso gratuito a estos medios de comunicación masiva, con respecto a sus organismos electorales:	MÉXICO I CHILE I COSTA RICA I EL SALVADOR

QUINTA. La iniciativa de reforma electoral propuesta por el titular del Poder Ejecutivo Federal no modifica sustancialmente el modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión.

Se centra en reducir el acceso de estos tiempos al organismo electoral nacional y que este organismo administre los tiempos de las estaciones y canales de cobertura local, correspondiente a las entidades federativas, con el resultado de que se incremente el tiempo destinado a los partidos políticos nacionales y de las entidades federativas.

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXV LEGISLATURA

Secretaría General .
Secretaría de Servicios Parlamentarios.
Coordinación de Servicios de Información, Bibliotecas y Museo.
Dirección de Servicios de Información y Análisis Especializados.
Subdirección de Análisis Económico.
Análisis: Modelos de acceso, permanente y gratuito, a la radio y televisión para los partidos políticos en México y países seleccionados de América..SAE-ASS-18-22
NOVIEMBRE DE 2022.

Estudio completo:
https://bit.ly/3UYnaai

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXV LEGISLATURA

SAE-ASS-18-22
NOVIEMBRE DE 2022

SECRETARÍA GENERAL
SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS
COORDINACIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN, BIBLIOTECAS Y MUSEO
DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS ESPECIALIZADOS
SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS ECONÓMICO

MODELOS DE ACCESO, PERMANENTE Y GRATUITO, A LA RADIO Y TELEVISIÓN PARA LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO Y PAÍSES SELECCIONADOS DE AMÉRICA

Contacto:
reyes.tepach@diputados.gob.mx
Teléfono: 55 5036 0000
Ext.:67027 / 67035
Av. Congreso de la Unión, No. 66; Colonia El Parque, Venustiano Carranza. C.P. 15960; Ciudad de México.

COMISIÓN BICAMERAL DEL SISTEMA NACIONAL DE BIBLIOTECAS DEL CONGRESO DE LA UNIÓN
Dip. Wendy González Urrutia, Presidenta
Dip. Ma Teresa Rosaura Ochoa Mejía
Dip. Shirley Guadalupe Vázquez Romero
Sen. Gabriela Benavides Cobos
Sen. Manuel Añorve Baños

SECRETARÍA GENERAL
Lic. Graciela Báez Ricárdez
Secretaria General

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS
Lic. Hugo Christian Rosas de León
Secretario

COORDINACIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN, BIBLIOTECAS Y MUSEO
Lic. Carolina Alonso Peñafiel
Coordinadora

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS ESPECIALIZADOS
Mtra. Fabiola E. Rosales Salinas
Directora

SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS ECONÓMICO
Dr. Reyes Tépach M.
Subdirector
Autor / Responsable

Dra. Rocío Morales Álvarez
Auxiliar de Investigación
Autora / Responsable

Primera edición: noviembre 2022. (SAE-ASS-18-22)

Lic. Adriana Robledo Ortiz.
Diseño de Infografía.

El presente documento es responsabilidad exclusiva de sus autores.

Mapa de Objetivos del Desarrollo Sostenible

La presente publicación contribuye a abordar temáticas enmarcadas en los siguientes ODS: 5. Igualdad de Género; y 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas.

MODELOS DE ACCESO, PERMANENTE Y GRATUITO, A LA RADIO Y TELEVISIÓN PARA LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO Y PAÍSES SELECCIONADOS DE AMÉRICA

Contenido

Mapa de Objetivos del Desarrollo Sostenible 4
Síntesis. 7
Summary 8
Resumen ejecutivo 9
Introducción. 18
1. Tiempos oficiales del Estado mexicano para acceder permanente y gratuitamente a la radio y la televisión 21
1.1. Tiempos del Estado 22
1.2. Tiempos fiscales 24
2. Reformas electorales en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos de México a la radio y la televisión. 28
2.1. Modelo puro de acceso permanente y gratuito, sin permitir la contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión 29
2.1.1. Reforma electoral de 1977 30
2.1.2. Reforma electoral de 1987 33
2.2. Modelo híbrido de acceso permanente y gratuito y de contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión. 35
2.2.1. Reforma electoral de 1990 35
2.2.2. Reforma electoral de 1993 38
2.2.3. Reforma electoral de 1996 41
2.3. Modelo prohibitivo de contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión. 46
2.3.1. Reforma electoral del 2007 47
2.3.2. Reforma electoral del 2014 49
2.3.3. Proyecto de reforma electoral del 2022 55
3. Derecho comparado en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y televisión en América Latina. 64
3.1. Acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los espacios de la radio y la televisión en periodos electorales y no electorales 64

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

3.1.1. Perú 64
3.1.2. Brasil 67
3.2. Acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión acotados a periodos electorales 76
3.2.1. Argentina 76
3.2.2. Chile 78
3.2.3. Uruguay 82
3.2.4. Canadá 84
4. Acceso permanente y gratuito del organismo electoral a espacios en radio y televisión en México y América Latina 89
Conclusiones. 94
Bibliografía 96
Marco Jurídico 96
Bases de datos y páginas web. 103
Índice de tablas y cuadros comparativos 105
Acrónimos. 106

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Síntesis.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la iniciativa de reforma electoral presentada por el titular del Poder Ejecutivo Federal a la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, en su vertiente de acceso, permanente y gratuito, de los partidos políticos a la radio y la televisión en México.

Se exponen los antecedentes jurídicos de los tiempos oficiales del Estado mexicano, clasificándolos en tiempos del Estado y fiscales, que son la fuente para que los partidos políticos, los candidatos, el organismo electoral nacional y los organismos electorales locales acedan de manera permanente y gratuita a los tiempos de radio y televisión.

Se analizan las diferentes reformas electorales aprobadas en el Congreso de la Unión, que han incidido en el modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos nacionales a la radio y la televisión, como una prerrogativa indirecta para que lleven a cabo sus actividades relacionadas con la difusión de sus programas político-ideológicos.

Se lleva a cabo un estudio de derecho comparado relativo a los modelos de acceso gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión, considerando dentro de la muestra a los siguientes países del continente americano: Perú, Brasil, Argentina, Chile, Uruguay y Canadá.

Se examina el modelo de acceso permanente y gratuito de los tiempos en la radio y la televisión del Instituto Nacional Electoral, en perspectiva comparada con cuatro países seleccionados de América Latina: Chile, Costa Rica, Venezuela y El Salvador.

Palabras claves:
Partidos políticos, comunicación política, comunicación electoral.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Summary.

This research aims to analyses the electoral reform initiative presented by the head of the Federal Executive Power to the Chamber of Deputies of the Congress of the Union, in its aspect of permanent and free access of political parties to radio and television in Mexico.

It sets out the legal background to official Mexican state time, classifying it into state and fiscal time, which is the source for political parties, candidates, the national and local electoral bodies to have permanent and free access to radio and television time.

The different electoral reforms approved in the Congress of the Union are analysed, which have had an impact on the model of permanent and free access of national political parties in Mexico to radio and television, as an indirect prerogative for them to carry out their activities related to the dissemination of their political-ideological programs.

A comparative law study is conducted on the models of free access of political parties to radio and television in the Americas, considering Peru, Brazil, Argentina, Chile, Uruguay, and Canada as part of the sample.

The model of permanent and free access to radio and television time of the National Electoral Institute is examined in comparative perspective with four selected Latin American countries: Chile, Costa Rica, Venezuela and El Salvador.

Keywords:
Political parties, political communication, electoral communication.

Resumen ejecutivo

PRIMERA. Los tiempos oficiales del Estado mexicano ascienden a 65 minutos diarios en radio y 48 minutos diarios en televisión.

a. De los tiempos en radio, 30 minutos diarios son por los tiempos del Estado y 35 minutos diarios por los tiempos fiscales.

b. De los tiempos en televisión, 30 minutos diarios son por tiempos del Estado y 18 minutos diarios por tiempos fiscales.

De acuerdo con el Instituto Nacional Electoral (INE), de los tiempos oficiales del Estado, los minutos disponibles para fines electorales se dividen en dos grupos:

a. Los que se otorgan cuando no hay procesos electorales y hasta las precampañas: correspondiéndole administrar al INE el 12% de los tiempos oficiales. Eso equivale a que cada emisora de radio otorga 7 minutos con 48 segundos diarios al Instituto y cada emisora de televisión 5 minutos con 45 segundos diarios.

b. Los que se otorgan dentro del periodo de precampañas y hasta la jornada comicial: correspondiéndole administrar al INE 48 minutos diarios para las emisoras de radio, de televisión y los concesionarios públicos y sociales.

SEGUNDA. En México, en la línea del tiempo han existido tres modelos que permitieron que los partidos políticos accedan a los tiempos en la radio y la televisión:

El primero, se configuró con las reformas electorales de 1973, 1977 y 1987, de las cuales emergió un modelo de gratuidad pura, porque esta prerrogativa se otorgaba

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

a los partidos políticos, sin permitirles expresamente que contrataran tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios, de origen público y privado.

Así, en la Ley Federal Electoral de 1973, se aprobó la utilización de espacios en la radio y televisión por los partidos políticos durante los períodos de campaña electoral e, incluso, en períodos no electorales. Cada partido político tenía derecho a disponer de hasta 10 minutos quincenales dentro de un mismo programa que compartirían todos los partidos políticos que se hubieran registrado.

Con la reforma electoral de 1977, se ampliaron significativamente los minutos en radio y televisión de 20 minutos mensuales en 1973 a un mínimo de 2 horas y un máximo de 4 horas.

Con la reforma de 1987 se estableció que, del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político tenía derecho a un tiempo mensual de 15 minutos en cada uno de estos medios de comunicación. La duración de las transmisiones se incrementaba en períodos electorales.

Con las reformas al COFIPE de 1990, 1993 y 1996, nació un modelo híbrido, que permitió que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión durante las campañas electorales con recursos propios y, simultáneamente, recibían esta prerrogativa de manera permanente y gratuita por parte del Estado mexicano.

En las reformas de 1990, 1993 y 1996, se mantuvo el derecho para los partidos políticos de tener acceso permanente y gratuito a 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación masiva, tal como se aprobó en la reforma de 1987.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Sin embargo, en la reforma de 1990 y 1993 se aprobó expresamente y de manera general que los partidos políticos contratasen tiempos en la radio y la televisión. Este paradigma se perfeccionó con la reforma electoral de 1996, donde se establecieron lineamientos más precisos en esta materia.

De esta manera, se aprobó que en el proceso electoral en el que se elegía Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos era de 250 horas en radio y 200 en televisión. En los procesos electorales en que sólo se elegía a integrantes de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, el tiempo de transmisión en radio y televisión correspondía al 50% de estos totales.

Asimismo, durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente a las 250 horas en radio y 200 en televisión, se aprobó adquirir, por conducto del, entonces, Instituto Federal Electoral, una mayor cantidad de tiempo para ponerlo a disposición de los partidos políticos y distribuirlo mensualmente, hasta 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, con duración de 20 segundos.

Con las reformas electorales de 2007 y 2014, se inició la etapa del modelo de prohibición, impidiendo que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión, manteniéndoles la prerrogativa de acceso gratuito a partir de los tiempos oficiales. Cabe adicionar que la iniciativa de reforma electoral, propuesta por el Poder Ejecutivo Federal en 2022, mantiene dicho modelo.

TERCERA. El modelo vigente en México de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión inició con la reforma electoral de 2007 y se consolidó con la reforma de 2014.

De acuerdo con el texto vigente del artículo 41 Constitucional, fracción III, Apartado A, los tiempos en radio y televisión que administra el INE se clasifican en aquellos de los que se dispone en tiempos electorales (periodo que comprende las

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

precampañas, el periodo entre las precampañas y las campañas y las campañas mismas), y los que están otorgados en tiempos no electorales. Estos tiempos se distribuyen entre los partidos políticos y el propio instituto

Durante los tiempos electorales, el texto constitucional señala que, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, quedarán a disposición del INE 48 minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

La distribución de esos minutos diarios se realiza bajo tres hipótesis:

a. En el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, de los 48 minutos diarios, el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales, y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos, es decir, 24 minutos para los organismos electorales y 24 minutos para los partidos políticos.

b. Durante sus precampañas, de los 48 minutos diarios, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, de manera agregada, los partidos políticos disponen hasta de 30 minutos.

c. Durante las campañas electorales, de los 48 minutos diarios, deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos y los candidatos al menos el 85% del tiempo total disponible, es decir, casi 41 minutos.

En tiempos no electorales, el marco constitucional establece que fuera de los períodos de precampañas y campañas electorales federales, al INE le será asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas, es decir, 6 minutos con 47 segundos diarios para el Instituto y los partidos políticos, respectivamente.

CUARTA. En la iniciativa de reforma electoral propuesta por el Ejecutivo Federal en 2022, se proponen cambios al modelo de comunicación político electoral, destacándose los siguientes:

A partir del inicio de las precampañas, y hasta el día de la jornada electoral, quedarían a disposición del Instituto Nacional de Elecciones y Consultas (INEC), 30 minutos diarios, que serían distribuidos en al menos un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

El 10% de los tiempos en radio y televisión se destinaría a la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a cargo del INEC.

Estos dos párrafos nos muestran la primera característica de este modelo, a saber, que de los 30 minutos que estarían a disposición del INEC, el 10%, es decir, 3 minutos diarios, serían para este Instituto, para la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso; el 90% restante serían para los partidos políticos y para las candidaturas independientes, es decir 27 minutos por cada hora de transmisión.

Durante las precampañas, los partidos políticos dispondrían de 27 minutos por cada día de programación de radio y televisión. De ese tiempo tendrían derecho, en conjunto, a un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión para la difusión de sus procesos internos.

Los partidos políticos usarían 18 minutos diarios por este concepto, porque las estaciones estarían obligadas a transmitir sus mensajes de las 6 a las 24 horas. Los

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

9 minutos restantes, de acuerdo con este modelo propuesto en la iniciativa de reforma electoral citada, se distribuirían entre los partidos para la difusión de mensajes programáticos. Adicionalmente, el INEC destinaría el 10% de los tiempos en radio y televisión que le corresponden para la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a su cargo.

En el periodo comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, se difundirían mensajes programáticos de los partidos políticos. En el periodo comprendido entre el cierre de campañas y la jornada electoral no se emitiría propaganda de partidos ni de las candidaturas independientes.

Fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al INEC le sería asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, el cual se distribuiría entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria.

QUINTA. El estudio del derecho comparado en países seleccionados de América, en materia de acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión, se realizó bajo dos escenarios: donde los partidos políticos acceden a estos medios masivos de comunicación durante los periodos electorales y no electorales y, los que están acotados únicamente a los periodos electorales.

Durante los procesos electorales, en México, los partidos políticos acceden a la radio y la televisión durante 30 minutos diarios durante las precampañas y casi 41 minutos diarios durante las campañas electorales; en Perú, 10 minutos diarios durante los 60 días de la campaña electoral; en Brasil, 70 minutos diarios durante los 35 días previos a la elección.

En periodos no electorales, en México, los partidos políticos acceden a la radio y la televisión durante 6 minutos 47 segundos diarios; en Perú, 5 minutos al mes para

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

cada partido político; en Brasil, en función de la representación parlamentaria de cada partido político.

Los países que están acotados únicamente a los periodos electorales fueron los siguientes:

Argentina, accede al 5% del tiempo total de la programación de los canales de radio y televisión; Chile, 30 minutos diarios para elección presidencial, elección del Poder Legislativo en conjunto o sólo elección de diputados; o 40 minutos diarios en elecciones coincidentes del Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo (diputados y senadores); Uruguay, 20 minutos por candidato para sus mensajes inicial y final de campaña, 2 minutos diarios por candidato a la presidencia de la República; y en Canadá, el tiempo gratuito no puede ser inferior al otorgado a las fuerzas políticas en la elección general anterior.

SEXTA. El modelo vigente en México, relacionado con el tiempo de acceso del INE a la radio y televisión presenta las siguientes características:

Durante el inicio de las precampañas y hasta la finalización de la jornada electoral, el órgano electoral dispone de 48 minutos diarios en cada estación de radio y en cada canal de televisión, mismos que deben ser distribuidos a lo largo de la programación en 2 o 3 minutos por hora de transmisión, entre las 6:00 y las 24:00 horas.

De esos 48 minutos, el tiempo que se pone a disposición del Instituto es de 18 minutos durante las precampañas y de 7 minutos durante los periodos de campañas federales.

En el periodo comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas electorales federales (inter-campañas), de los 48 minutos que administra

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

el Instituto Nacional Electoral, éste puede disponer del 50% para la emisión de sus propios mensajes.

Entre el cierre de las campañas federales y la realización de la jornada electoral, el Instituto dispone del total de los 48 minutos para la emisión de sus mensajes y de otras autoridades electorales.

Por lo que se refiere a los periodos no electorales, el Instituto administra hasta el 12% de los tiempos oficiales del Estado en radio y televisión, equivalentes a 13 minutos y 33 segundos, de los cuales, puede disponer del 50% para sus propios fines o de las otras autoridades electorales.

El derecho comparado internacional nos permite afirmar lo siguiente:

En el caso de Chile, el Servicio Electoral cuenta con acceso a medios de comunicación masiva, aunque acotado a periodos electorales y a las emisoras de radio. Así, desde el día 60 hasta el día 3 antes de la elección, las radioemisoras deben disponer de 3 o 4 minutos diarios para la difusión de seis spots con información útil para la ciudadanía, cuyo contenido es determinado por este organismo.

Para Costa Rica, desde que se emite la convocatoria de elecciones y hasta la realización de éstas, el Tribunal Supremo de Elecciones puede disponer de los 30 minutos semanales que las estaciones de radio y televisoras comerciales deben ceder de forma gratuita al Ministerio de Educación Pública, con la finalidad de que este Tribunal proporcione instrucciones o información a la ciudadanía sobre temas cívicos y culturales.

En Venezuela, el Consejo Nacional Electoral dispone, en forma gratuita, de hasta 5 minutos diarios en estaciones de radio y canales de televisión abierta y de paga para la difusión de mensajes relativos al proceso electoral.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

En El Salvador, los medios de comunicación masiva social están obligados a difundir, de forma gratuita, los comunicados de interés general que emita el Tribunal Supremo Electoral.

Introducción.

El pasado 28 de abril de 2022, el Presidente de México, Lic. Andrés Manuel López Obrador, presentó ante la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, una iniciativa de reforma política-electoral, que tiene por objeto:

> Adecuar al sistema electoral mexicano a las transformaciones políticas que ha vivido México en los últimos años. Específicamente, se busca ampliar la representatividad y garantizar la pluralidad en los poderes públicos; insertar el principio de austeridad republicana en el sistema electoral y de partidos; facilitar el ejercicio de los mecanismos de participación ciudadana en la vida pública; fortalecer a los órganos administrativo y jurisdiccional en materia electoral salvaguardando el equilibrio de poder y su imparcialidad en las contiendas electorales, y homologar los procesos electorales locales y el método de representación.

Esta iniciativa propone reformar dieciocho artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, incluyendo el 41, que regula un conjunto de instituciones sobre las cuales descansa nuestro sistema electoral.

El proyecto de reforma electoral propuesto por el titular del Poder Ejecutivo Federal busca alcanzar diez objetivos particulares. Específicamente, el tercero y cuarto tienen una relación indirecta con el modelo de comunicación político-electoral de los partidos políticos, al proponer:

> 3. Garantizar la libertad política para todos los ciudadanos y ciudadanas, sin censura.
> 4. Construir un ámbito nacional en el que partidos y candidaturas independientes cuenten con garantías para su libre participación en la lucha por el poder político.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

En este sentido, la iniciativa presentada por el titular del Poder Ejecutivo Federal propone reformar el artículo 41 Constitucional, en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión para redistribuir estos tiempos entre los actores políticos (partidos y candidatos) y la autoridad electoral.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la iniciativa de reforma electoral presentada por el titular del Poder Ejecutivo Federal a la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, en su vertiente de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión en México.

Para alcanzar este objetivo, se desarrollan cuatro apartados, los cuales se explican brevemente:

En el primero, se exponen los antecedentes jurídicos de los tiempos oficiales del Estado mexicano, los cuales se dividen en tiempos fiscales y del Estado, siendo éstos la fuente de donde proviene la prerrogativa indirecta relacionada con el acceso permanente y gratuito a los tiempos de la radio y televisión de los partidos políticos, los candidatos, del organismo nacional electoral y los locales.

En el segundo, se analizan los antecedentes constitucionales y del marco jurídico secundario en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los tiempos de la radio y televisión, realizando una línea en el tiempo, para identificar las reformas aprobadas a estas prerrogativas partidistas.

En la línea del tiempo de estas reformas electorales, se identificaron tres modelos: el primero, se conforma de las reformas de 1973, 1977 y 1987, donde nace un modelo de gratuidad pura, porque esta prerrogativa se otorgaba a los partidos políticos, sin permitirles expresamente que contrataran tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios, de origen público y privado.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Con las reformas el COFIPE de 1990, 1993 y 1996, nace un modelo híbrido, que permite expresamente que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios y, simultáneamente, reciben esta prerrogativa de manera gratuita por parte del Estado mexicano; el modelo de prohibición, para que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión, manteniéndoles la prerrogativa de acceso permanente y gratuito a partir de los tiempos oficiales, incluye las reformas constitucionales de 2007, 2014 y la iniciativa de reforma electoral de 2022.

En el tercero, se estudia el derecho comparado para una muestra de países de América, que permite revisar los modelos de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los tiempos de la radio y televisión. Los países analizados se clasifican en dos grupos: los que acceden a la radio y la televisión durante los periodos electorales y no electorales, que incluye a Perú y Brasil, y el grupo de los que únicamente los hacen durante las campañas electorales, conformándose éste por Argentina, Chile, Uruguay y Canadá.

Finalmente, se examina el modelo de acceso permanente y gratuito en la radio y la televisión del Instituto Nacional Electoral, que es el organismo electoral mexicano. Este caso se compara con cuatro países seleccionados de América Latina, cuya autoridad electoral también tiene acceso gratuito a estos medios masivos de comunicación: Chile, Costa Rica, Venezuela y El Salvador.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

1. Tiempos oficiales del Estado mexicano para acceder permanente y gratuitamente a la radio y la televisión

Este capítulo tiene como objetivo exponer los antecedentes jurídicos de los tiempos oficiales del Estado mexicano, incluyendo la diferenciación de los tiempos del Estado y los tiempos fiscales.

A través de los tiempos oficiales, se lleva a cabo la transmisión de los mensajes del Estado mexicano en los espacios que dispone en la radio y la televisión, y que son otorgados de conformidad con el marco jurídico vigente.

Los partidos políticos pueden acceder permanente y gratuitamente a los tiempos de la radio y la televisión mexicana en virtud de que el Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación y el Instituto Nacional Electoral, en nombre del Estado mexicano, administran los tiempos oficiales.

Trejo (2009: 406), afirma que:

> Los tiempos oficiales son el tiempo en radio y televisión del cual dispone el Estado para sus transmisiones; se dividen en: tiempos del Estado, regulado por los artículo 6 y 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión y 15, 16 y 17 de su reglamento, y el tiempo fiscal, regulado por el decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de las estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre de 2002, sin que este último tenga relación con el tiempo del Estado, toda vez que provienen de normativas distintas…

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

De esta definición se establece que los tiempos oficiales se dividen en los tiempos del Estado y los tiempos fiscales, los cuales tienen antecedentes desde la década de los sesenta.

1.1. Tiempos del Estado

Son las transmisiones gratuitas diarias que los concesionarios de uso comercial, público y social están obligados a dar al Estado mexicano, bajo los criterios determinados en el marco jurídico vigente en la materia.

Los antecedentes de los tiempos del Estado se encuentran en los artículo 6 y 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960.

El artículo 6 de esta Ley establece que:

> En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

Por su parte, el artículo 59 de esta ley determina los minutos que conforman los tiempos del Estado, al establecer lo siguiente:

> Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

La duración de 30 minutos de los tiempos del Estado continúa vigente, sólo que actualmente están regulados en el artículo 251 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, donde se establece:

> Los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. Los tiempos de transmisión serán administrados por la Secretaría de Gobernación, la que oirá previamente al concesionario y de acuerdo con ellos fijará los horarios a lo largo de sus horas de transmisión.

Es importante apuntar que el artículo 251 de esta Ley, no señala expresamente la figura de la radio y la televisión, la norma recae sobre el concepto de radiodifusión, que de acuerdo con el artículo 3, fracción LIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión se define como:

> Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales, atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello

Al incluir la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, se deduce que incluye a la radio (audio) y a la televisión (audio y video), por lo tanto, la reglamentación contenida en el artículo 251 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión impacta a ambos tipos de concesiones.

Asimismo, el artículo 252 regula la forma en que podrán dividirse esos treinta minutos pertenecientes al Estado, el cual se realiza de la siguiente manera: 15

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

minutos en formatos o segmentos de no menos de veinte segundos cada uno, y 15 minutos en formatos o segmentos no menores de cinco minutos cada uno.

1.2. Tiempos fiscales

Son los tiempos al aire en radio y televisión que recibe el Estado como pago en especie del Impuesto sobre Servicios Expresamente Declarados de Interés Público por Ley, por parte de los Concesionarios de Uso Comercial.

El antecedente de los tiempos fiscales del Estado se encuentra en el Diario Oficial de la Federación del 31 de diciembre de 1968, donde se publicó el Decreto que contiene la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos.

En el ARTÍCULO NOVENO de este Decreto se reguló el Impuesto sobre los Servicios Expresamente Declarado de Interés Público por Ley, en los que Intervengan Empresas Concesionarias de Bienes de Dominio Directo de la Nación, que incluye la radio y la televisión.

De acuerdo con el artículo 1, 5 y 6 del ARTÍCULO NOVENO de este decreto, el impuesto grava el importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por estas concesionarias. El impuesto aplica una tasa del 25% sobre sus ingresos facturados.

A raíz de la entrada en vigor de este impuesto, el 1 de julio de 1969 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El artículo PRIMERO, inciso a) de este Acuerdo, establece que:

> Se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago de impuesto a que se refiere el artículo 9 de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las disposiciones Relativas a Diversos impuestos publicada en el DOF del 31 de diciembre de 1968, en la siguiente forma
>
> Los concesionarios que en su calidad de sujetos obligados solidarios al pago de dicho impuesto y por tanto terceros interesados en el cumplimiento de esta obligación, lo tomen a su cargo, podrán solicitar se les admita el pago de su importe con el 12.5% del tiempo diario en transmisión de cada estación, por conducto del Ejecutivo a mi cargo, para uso de ese tiempo para realizar las funciones que le son propias de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión,…

De esta manera, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público quedó facultada para recibir, de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión, el 12.5% del pago del impuesto que gravaba el importe total de los ingresos facturados de estas empresas.

El 21 de agosto de 1969 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales.

En este acuerdo, su artículo PRIMERO ampliaba los tiempos fiscales del Estado, porque a los correspondiente a las empresas comerciales concesionarias, se adicionaba el 12.5% del tiempo de transmisión de las radiodifusoras oficiales y culturales que operan al amparo de permisos.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El 10 de octubre del 2002 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica. Este decreto se encuentra vigente en la actualidad y derogó a los dos acuerdos de 1969.

En el artículo primero del decreto del 2002, se establece que:

> Los concesionarios de estaciones de radio y televisión podrán optar por realizar el pago del impuesto a que se refiere el artículo noveno de la Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1968, en la siguiente forma:
>
> Los concesionarios que tengan la calidad de responsables solidarios al pago de dicho impuesto y, por tanto, como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, pagarán la contribución que se menciona con 18 minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con 35 minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal con una duración de 20 a 30 segundos.
>
> Si el Ejecutivo Federal no utilizare, total o parcialmente, tales tiempos para transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión.
>
> Los tiempos de transmisión a que se refiere la fracción anterior serán distribuidos de manera proporcional dentro del horario de las 06:00 a las 24:00 horas en cada radiodifusora o televisora de que se trate, en términos de los requerimientos que emita la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

En síntesis, en el marco jurídico vigente en el país, los tiempos oficiales del Estado mexicano ascienden a 65 minutos diarios en radio y 48 minutos diarios en televisión.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

a. De los tiempos en radio, 30 minutos diarios son por los tiempos del Estado y 35 minutos diarios por los tiempos fiscales.
b. De los tiempos en televisión, 30 minutos diarios son por tiempos del Estado y 18 minutos diarios por tiempos fiscales.

De acuerdo con el INE (2017: 44), de los tiempos oficiales del Estado, los minutos disponibles para fines electorales se dividen en dos grupos:

a. Los que se otorgan cuando no hay procesos electorales y hasta las precampañas: correspondiéndole administrar al INE el 12% de los tiempos oficiales. Eso equivale a que cada emisora de radio otorga 7 minutos con 48 segundos diarios al Instituto y cada emisora de televisión 5 minutos con 45 segundos diarios.

b. Los concesionarios públicos y sociales otorgan 3 minutos con 36 segundos de los 30 minutos diarios de tiempos oficiales que goza el Estado mexicano. Sobre estos últimos, se afirma que los concesionarios públicos y sociales no otorgan tiempos fiscales, sin embargo, para fines electorales, además de los 30 minutos a los que originalmente están obligados, otorgan hasta 18 minutos diarios adicionales desde el inicio de las precampañas hasta la jornada electoral.

c. Los que se otorgan dentro del periodo de precampañas y hasta la jornada comicial: correspondiéndole administrar al INE 48 minutos diarios para las emisoras de radio, de televisión y los concesionarios públicos y sociales. (Ver tabla número 1).

Tabla No. 1. Distribución de los tiempos oficiales y electorales en México, por emisiones de radio y televisión. (Minutos diarios).			
Emisoras	**Tiempo del Estado**	**Tiempos fiscales**	**Total tiempos oficiales**
Radio	30	35	65
Televisión	30	18	48
Total tiempos oficiales	60	53	113
INE administra 12% de los tiempos oficiales en periodos no electorales			
Radio			7:48 segundos
Televisión			5:45 segundos
Total tiempos oficiales			13:33 segundos
INE administra los tiempos oficiales durante las precampañas y hasta la jornada comicial			
Radio			48
Televisión			48
Total tiempos oficiales			96 diarios

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de los Servicios de Información y Análisis Especializado de la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a los Secretaría de Servicios Parlamentario de la Cámara de Diputados, con información del INE (2017).

Sobre la base de los tiempos oficiales, el marco jurídico mexicano ha realizado múltiples reformas a las leyes electorales, para reglamentar el acceso permanente y gratuito de los partidos políticos de México a la radio y la televisión durante los periodos electorales y no electorales.

2. Reformas electorales en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos de México a la radio y la televisión.

Este capítulo tiene como objetivo exponer las diferentes reformas electorales aprobadas por el Congreso de la Unión, que han incidido en el modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos nacionales de México a la radio y la televisión, como una prerrogativa indirecta para que lleven a cabo sus actividades relacionadas con la difusión de sus programas político-ideológicos.

Las reformas electorales aprobadas en México, a nivel constitucional y en sus leyes secundarias, que permitieron que los partidos políticos accedan a los tiempos en la radio y la televisión, dieron vida a tres modelos: el primero, se conforma de las reformas de 1973, 1977 y 1987, donde nace un modelo de gratuidad pura, porque esta prerrogativa se otorgaba a los partidos políticos, sin permitirles expresamente

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

que contrataran tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios, de origen público y privado. Con las reformas el COFIPE de 1990, 1993 y 1996, nace un modelo híbrido, que permite expresamente que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios y, simultáneamente, reciben esta prerrogativa de manera gratuita por parte del Estado mexicano. El modelo de prohibición, para que los partidos políticos no contraten tiempos en la radio y la televisión, manteniéndoles la prerrogativa de acceso permanente y gratuito a partir de los tiempos oficiales, incluye las reformas constitucionales del 2007, 2014 y la iniciativa de reforma electoral del 2022.

2.1. Modelo puro de acceso permanente y gratuito, sin permitir la contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión

Díaz (2001: 40-41) afirma que en 1969 por primera vez se legisló en México el acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los medios de comunicación.

> En efecto, la Ley Federal Electoral reglamentó su participación en radio y televisión a través del uso gratuito de los tiempos del Estado durante los procesos electorales y cabe explicar que esta prerrogativa la podían solicitar los partidos que habían registrado a sus candidatos durante el tiempo comprendido entre el cierre de los plazos de registro y hasta tres días antes de la jornada electoral. De esa forma, los partidos usaron el tiempo de manera conjunta con una transmisión de los programas en cobertura nacional.

Agrega que:

> Posteriormente, en la Ley Federal Electoral de 1973, que se expidió el 5 de enero del mismo año, se registraron varios cambios. Una novedad consistió en el establecimiento de un capítulo de prerrogativas, estableciéndose ahí la utilización de espacios en la radio y televisión por los partidos políticos durante los períodos de campaña electoral e, incluso, en períodos no electorales. Cada

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

partido político tenía derecho a disponer de hasta 10 minutos quincenales dentro de un mismo programa que compartirían todos los partidos políticos que se hubieran registrado. Su organización y vigilancia estaría en manos de la Comisión Federal Electoral.

2.1.1. Reforma electoral de 1977

La reforma política-electoral publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de diciembre de 1977, elevó a rango constitucional la figura de los partidos políticos en México, definiéndolos como entidades de interés público. Para ello, se adicionó al artículo 41 Constitucional además de su naturaleza jurídica, su fin:

> Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.

Con el reconocimiento de los partidos políticos como entidades de interés público, en el artículo 41 Constitucional se les otorgaron tres prerrogativas fundamentales, una de ellas fue el derecho al uso permanente de los medios de comunicación, que incluía a la radio y la televisión: “Los partidos políticos tendrán derecho a uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley."

La adición aprobada al artículo 41, en la reforma política electoral de 1977, representó la obligación constitucional para que el Estado mexicano otorgue prerrogativas indirectas a los partidos políticos de México relacionadas con el acceso permanente y gratuito a los medios de comunicación, incluyendo la radio y la televisión.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

La Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1977, fue la que reglamentó la reforma constitucional del 6 de diciembre de 1977.

En esta ley secundaria se retoma el mandato contenido en el artículo 41 Constitucional en materia de prerrogativas indirectas para los partidos políticos, las cuales están contenidas de manera específica en el título primero, sección segunda, capítulo VI de la LFOPPE.

De acuerdo con los artículos 48 y 49 de esta Ley, las prerrogativas de los partidos políticos se relacionaron con el acceso en forma permanente y gratuita a la radio y la televisión; disponer de los medios adecuados para sus tareas editoriales; gozar de exenciones de impuestos y derechos; disfrutar de franquicias postales y telegráficas; y el derecho a contar, en forma equitativa, con un mínimo de elementos para llevar a cabo sus actividades tendientes a la obtención del voto, tales como carteles y folletos para publicitar a sus candidatos y sus plataformas políticas.

Específicamente, en lo relacionado con el derecho constitucional sobre el “uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley”, la LFOPPE reglamentó este mandato en el Título Primero. Capítulo VI. Artículo 49. Sección A. Radio y Televisión, donde se regula esta prerrogativa indirecta.

Grosso modo, en esta reforma se estableció que la Comisión Federal Electoral era el órgano de coordinación y la Comisión de Radiodifusión la de producción técnica. Del tiempo que por ley le corresponde al Estado en los canales de radiodifusión, cada uno de los partidos políticos disponía de una parte de dicho tiempo en forma equitativa y mensual en los términos de las normas que al efecto se dicten. La duración de las transmisiones se tenía que incrementar en periodos electorales.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Las transmisiones estaban integradas con el programa de un solo partido o con los programas de varios o de todos los partidos, quienes determinaban libremente el contenido de las transmisiones que correspondían al uso de su tiempo, las cuales eran informativa, de esparcimiento, de análisis económico, político, social o cultural, de difusión de tesis, ideas, principios y doctrinas.

Sobre la reforma electoral de 1977 en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos nacionales de México a la radio y la televisión, Carpizo (1979: 54-55) sostuvo que:

> El artículo 39 de la Ley Federal Electoral de 1973 señalaba una serie de prorrogativas a tales partidos, y en la fracción III se les dio acceso a la radio y a la televisión durante los periodos de campaña electoral, conforme a reglas que la propia ley fijaba. La actual disposición constitucional es mejor, porque no restringe el uso de los medio masivos de comunicación a los periodos electorales, sino que lo permite durante todo el año, con lo que contribuirá a la educación política y en la información del pueblo.

Por su parte, en lo referente al tiempo que tienen derecho los partidos políticos, Díaz (2001: 40-41), citado de Molinar (1995), afirma que:

> Con este fundamento, se concibió una reforma política más amplia comparada con las anteriores, surgiendo la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) que contempló ya el principio tan debatido de la equidad en el acceso a los medios electrónicos. Por otra parte, en su Reglamento, se dispuso que del tiempo que le correspondiera al Estado en la radio y la televisión, los partidos políticos tendrían derecho a un tiempo mensual mínimo de dos horas y hasta un máximo de cuatro horas cada uno. La Comisión Federal Electoral seguiría siendo el órgano encargado de distribuirlo de manera que todos los partidos políticos disfrutaran de un tiempo no menor de quince minutos al mes.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

De esta manera, con la reforma electoral de 1977 se dan dos cambios sustantivos al modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión. La primera, fue que se amplió su presencia en estos medios masivos de comunicación, porque ya no estaban únicamente durante las campañas electorales, con dicha reforma, también lo hacían durante los periodos no electorales. Adicionalmente, se ampliaron significativamente los minutos en radio y televisión de 20 minutos mensuales en 1973 a un mínimo de 2 horas y un máximo de 4 horas en la reforma de 1977.

2.1.2. Reforma electoral de 1987

La reforma electoral de 1987 no impactó al artículo 41 Constitucional, lo que implica que el modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y televisión continuó en el marco constitucional en los términos aprobados en 1977.

Con esta reforma, el modelo de comunicación político electoral quedó regulado en el Código Federal Electoral, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de febrero de 1987, el cual abrogó la LFOPPE. En su Título Cuarto: De las prerrogativas de los partidos políticos nacionales. Capítulo único, contiene los criterios para el acceso permanente y gratuito a la radio y la televisión de los partidos políticos.

En el artículo 48 del Código Federal Electoral, se estableció que “son prerrogativas de los partidos políticos nacionales el acceso en forma permanente a la radio y televisión”.

El código agrega que, las prerrogativas de los partidos políticos, en materia de radio y televisión, tenían por objeto la difusión de sus bases ideológicas de carácter político, económico y social que postulen, la libre expresión de las ideas y las acciones que pretendan tomar para realizar sus principios, alcanzar sus objetivos y las políticas propuestas para resolver los problemas nacionales (Artículo 49).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Una diferencia importante, es que en la reforma electoral de 1977, la Comisión Federal Electoral y la Comisión de Radiodifusión eran las responsables de administrar los tiempos que le pertenecían a los partidos políticos en la radio y televisión. Con la reforma de 1987, esta responsabilidad corría a cargo de la Comisión de Radiodifusión, que era el organismo técnico, encargado de la producción y difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos y de las aperturas de los tiempos correspondientes (Artículo 49).

El cambio sustancial en esta reforma está relacionado con el tiempo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a estos medios de comunicación masiva. De conformidad con el artículo 52 del Código Federal Electoral de 1987, se estableció que del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político tenía derecho a un tiempo mensual de 15 minutos en cada uno de estos medios de comunicación. La duración de las transmisiones se incrementaba en períodos electorales. En el caso de las coaliciones, eran consideradas como un solo partido político y por lo mismo, no eran acumulables los tiempos que disponían en la radio y la televisión (Artículo 52). Los partidos políticos tenían derecho, además del tiempo regular mensual, a participar conjuntamente, en un programa especial que establecía y coordinaba la Comisión de Radiodifusión, para ser transmitido por radio y televisión dos veces al mes. (Artículo 57).

La Comisión Federal Electoral dictaba los acuerdos pertinentes a fin de que el ejercicio de esta prerrogativa, en períodos electorales extraordinarios, se realizara con las modalidades de tiempos, coberturas, frecuencias radiales y canales de televisión de los programas de los partidos políticos con contenidos regionales o locales. Este tiempo de transmisión de los partidos, no se computaba con el utilizado en emisiones de cobertura nacional (Artículo 59).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos podían transmitirse programas en cobertura regional, que no excedieran de la mitad del tiempo asignado a cada partido para sus programas de cobertura nacional y se transmitían además de éstos (Artículo 53).

La Comisión de Radiodifusión determinaba las fechas, los canales, estaciones y los horarios de las transmisiones. Asimismo, tomaba las previsiones necesarias para que la programación que correspondía a los partidos políticos, tuvieran la debida difusión a través de la prensa de circulación nacional (Artículo 54).

Del análisis de estas reformas electorales, se destaca que fueron modelos puros, porque consolidaron el acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión, sin permitir expresamente que pudieran contratar estos tiempos con sus recursos de origen público y privado.

2.2. Modelo híbrido de acceso permanente y gratuito y de contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión.

A parir de la reforma electoral de 1990, nace un modelo híbrido de acceso permanente y gratuito a la radio y la televisión de los partidos políticos, porque lo pueden hacer por dos vías. La primera, manteniendo su prerrogativa de acceso gratuito, y la segunda, permitiéndoles expresamente en el marco jurídico secundario que contraten estos tiempos con recursos propios, de origen público y privado.

2.2.1. Reforma electoral de 1990

En el año de 1990, en México se aprobó otra reforma electoral que no impactó al artículo 41 Constitucional. La ley secundaria abrogó el Código Federal Electoral de 1987, para que esta actividad estatal quedara regulada a través del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE de 1990), a través del cual

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

se aprobó un nuevo modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos de México a la radio y la televisión.

En lo referente al acceso permanente de los partidos políticos a la radio y la televisión, esta prerrogativa se encontraba regulada en el Título tercero. De las prerrogativas de los partidos políticos nacionales. Capítulo primero. De las prerrogativas en materia de radio y televisión, del COFIPE de 1990.

El artículo 41 del COFIPE de 1990 establecía que una de las prerrogativas de los partidos políticos nacionales era “tener acceso en forma permanente a la radio y televisión.”

Por su parte, en el artículo 43, numeral 1, se determinó que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral tendrían a su cargo la producción y difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos y el trámite de las aperturas de los tiempos correspondientes. En la reforma de 1987, esta función corría a cargo de la Comisión de Radiodifusión.

En esencia, esta reforma no presenta cambios sustanciales con respecto a la de 1987, en lo relacionado con la prerrogativa relacionada con los tiempos con los que contaban los partidos políticos para tener acceso permanente y gratuito en la radio y la televisión.

El artículo 44 de este código, mandataba que del tiempo total que corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político disfrutaría de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación, tal como se había aprobado en la reforma de 1987. Se adicionó que la duración de las transmisiones se incrementaría en períodos electorales, para cada partido político “en forma proporcional a su fuerza electoral”.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

En el mismo artículo 44 del COFIPE de 1990, se adicionaba que los partidos políticos utilizarían, por lo menos, la mitad del tiempo que les correspondía durante los procesos electorales para difundir el contenido de sus plataformas electorales. Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos políticos podrían transmitirse programas en cobertura regional. Estos programas no excederían de la mitad del tiempo asignado a cada partido para sus programas de cobertura nacional y se transmitirían además de éstos.

Resulta ser de gran relevancia el artículo 48 del COFIPE de 1990, porque representó el antecedente para que los partidos políticos pudieran contratar con recursos propios tiempos en la radio y la televisión.

El artículo 48, numeral 1, de la Ley del COFIPE, establecía que:

> La Dirección General del Instituto solicitará oportunamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que los concesionarios de radio y televisión le proporcionen las tarifas que regirán para los tiempos que los partidos políticos pudiesen contratar a partir de la fecha de registro de sus candidatos. Dichas tarifas no serán superiores a las de la publicidad comercial.

Es decir, este artículo permitía que independientemente de las prerrogativas que tenían los partidos políticos de acceder de manera permanente y gratuita a los tiempos oficiales de la radio y la televisión; durante las campañas electorales, con recursos financieros partidistas, pudieran contratar espacio en estos medios masivos de comunicación, con la finalidad de promover a sus candidatos.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

2.2.2. Reforma electoral de 1993

Esta reforma electoral no impactó al artículo 41 Constitucional en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los medios masivos de comunicación. Tampoco modificó las reglas de este modelo contenida en la reforma del COFIPE de 1990, lo que implica que, de acuerdo con el artículo 44 de esta Ley, del tiempo total que corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político continuaba disfrutando de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación.

En esencia, la reforma electoral de 1993 se centró en perfeccionar la facultad otorgada a los partidos políticos, para contratar tiempos en la radio y la televisión con recursos propios y para las campañas electorales, e independientemente de las prerrogativas de las que gozaban en esta materia, y que se adicionó en el COFIPE de 1990.

Como afirma Concha (2016: 63) con respecto a la reforma electoral de 1993 “Finalmente se reglamentó por primera vez, aunque de manera muy general, la contratación que los partidos políticos harían de tiempos en radio y televisión fuera de los espacios estatales asignados a los partidos por el Instituto Federal Electoral”.

Para alcanzar este objetivo, en 1993 se reformó el artículo 48 del COFIPE para mandatar que era 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. Los candidatos sólo podían hacer uso de los tiempos que les asignen su partido político, o coalición.

De acuerdo con el artículo 48 del COFIPE de 1993, la Dirección General del Instituto Federal Electoral solicitaba oportunamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que los concesionarios o permisionarios de radio y televisión tanto nacionales como de cada entidad federativa, le

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

proporcionaran un catálogo de horarios y sus tarifas correspondientes, disponibles para su contratación por los partidos políticos para dos períodos, el primero del 15 de enero al 15 de abril del año de la elección; y el segundo, del 16 de abril y hasta tres días antes del señalado por este Código para la jornada electoral. Dichas tarifas no debían ser superiores a las de publicidad comercial.

La Dirección General del Instituto, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, ponía a disposición de los partidos políticos, en la primera sesión que realizara el Consejo General en la primera semana de noviembre del año anterior al de la elección, el primer catálogo de los tiempos, horarios, canales y estaciones disponibles. El segundo catálogo era proporcionado en la sesión que celebrara el Consejo General correspondiente al mes de enero.

Los partidos políticos debían comunicar por escrito a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, las estaciones, canales y horarios en los que tenían interés de contratar tiempos, conforme al primer catálogo que les era proporcionado, a más tardar el 15 de diciembre del año anterior al de la elección, por lo que hacía a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, y a más tardar el 31 de enero del año de la elección, para las campañas de senadores y diputados.

Los partidos políticos debían comunicar por escrito a la misma Dirección Ejecutiva, las estaciones, canales y horarios en los que tenían interés de contratar tiempos del segundo catálogo que les era proporcionado, a más tardar el 28 de febrero del año de la elección por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y a más tardar el 15 de marzo del mismo año para las campañas de senadores y diputados.

En el evento de que dos o más partidos políticos manifestaran interés en contratar tiempos en un mismo canal o estación, en los mismos horarios, la Dirección

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, aplicaría, en su caso, el procedimiento siguiente:

a. Se dividía el tiempo total disponible para contratación del canal o estación por mitades.

b. La primera mitad del tiempo disponible para contratación se dividía por partes iguales entre el número de partidos políticos contendientes interesados en contratarlo; el resultante era el tiempo que cada partido político podía contratar. Si hubiese tiempos no adquiridos, se acumulaban para la segunda mitad.

c. La segunda mitad de tiempo se ponía a disposición de los partidos interesados en adquirirlo, el que contratara en el orden que correspondía a su fuerza electoral y era proporcional a su porcentaje de votos obtenidos en la última elección de diputados de mayoría relativa. Si hubiese tiempos sobrantes volvían a estar a disposición de los concesionarios o permisionarios y no podían ser objeto de contratación posterior por los partidos políticos o candidatos.

d. En las divisiones de los tiempos señaladas en los incisos anteriores, se procuraba igualdad de horarios, canales y estaciones.

e. En el caso de que sólo un partido político manifestara interés por contratar tiempo en un canal o estación, podía hacerlo hasta por el límite que los concesionarios o permisionarios hubieran dado a conocer como el tiempo disponible para efectos de este artículo.

El reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos a contratar por cada partido político, del primer catálogo, debía finalizar a más tardar el 15 de enero del año de la elección para la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y a más tardar el 28 de febrero del mismo año, para las campañas de senadores y diputados. Para el segundo catálogo, el reparto y asignación de los canales,

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

estaciones y tiempos a contratar por cada partido político, para las elecciones de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, senadores y diputados, debía concluir el 15 de abril del mismo año.

Una vez concluido el procedimiento de reparto y asignación a que se refiere el párrafo anterior, el Instituto procedía, a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, a dar a conocer los tiempos, canales y estaciones para cada uno de los partidos políticos, con el objeto de que llevaran a cabo directamente la contratación respectiva. De igual manera, la propia Dirección Ejecutiva comunicaba a cada uno de los concesionarios o permisionarios los tiempos y horarios que cada uno de los partidos políticos estaba autorizado a contratar con ellos.

En uso de los tiempos contratados por los partidos políticos en los términos de este Código en los medios de cobertura local, los mensajes alusivos a sus candidatos a diputados y senadores sólo podían transmitirse a partir de la fecha en que eran registrados.

El Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos se reunía a más tardar el 15 de diciembre del año anterior al de la elección, con la Comisión de Radiodifusión y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, para sugerir los lineamientos generales aplicables en sus noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos.

2.2.3. Reforma electoral de 1996

Esta reforma electoral no impactó al artículo 41 Constitucional en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los medios masivos de comunicación. Tampoco modificó las reglas que este modelo contenida en la reforma del COFIPE de 1993, lo que implica que, de acuerdo con el artículo 44 de esta Ley, del tiempo total que corresponde al Estado en las frecuencias de radio y

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

en los canales de televisión, cada partido político continuaba disfrutando de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación.

Uno de los cambios más importantes de la reforma electoral de 1996, fue el realizado al artículo 47 del COFIPE, donde se amplía la presencia de los partidos políticos en los medios masivos de radio y televisión durante las campañas electorales.

Así, en este artículo se estableció que los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente de sus prerrogativas en esta materia, tenían derecho a las siguientes transmisiones en radio y televisión:

a. En el proceso electoral en el que se elija Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos era de 250 horas en radio y 200 en televisión;

b. En los procesos electorales en que sólo se elija a integrantes de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, el tiempo de transmisión en radio y televisión correspondía al 50% de los totales previstos en el inciso anterior; y

c. Durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente a los 250 horas en radio y 200 en televisión, se adquirirán, por conducto del Instituto Federal Electoral para ponerlos a disposición de los partidos políticos y distribuirlos mensualmente, hasta 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, con duración de 20 segundos. En ningún caso el costo total de los promocionales podía exceder el 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas en año de elección presidencial y el 12% cuando sólo se elija a integrantes de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. Los promocionales que no se utilizaban durante el mes de que se tratara, no podían ser transmitidos con posterioridad.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Del tiempo de transmisión para la elección de Presidente de la República así como los 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, correspondía a cada partido político sin representación en el Congreso de la Unión un 4% del total. El resto se distribuía entre los partidos políticos con representación en el Congreso de la Unión.

El tiempo de transmisión y el número de promocionales relacionados con la elección de Presidente de la República así como los 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, se distribuían entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión, de la siguiente manera: el 30% en forma igualitaria, y el 70% restante en forma proporcional a su fuerza electoral.

La duración de los programas en radio y televisión para cada partido relacionado con la elección de Presidente, era de 15 minutos, a petición de los partidos políticos, también podrán transmitirse programas de 5, 7.5 y 10 minutos del tiempo que les correspondía, conforme a la posibilidad técnica y horarios disponibles para las transmisiones. (Ver cuadro comparativo número 1).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Cuadro comparativo No. 1. Reformas al COFIPE en materia de acceso de los partidos políticos a tiempos gratuitos en la radio y la televisión.		
Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 1990	**Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 1993**	**Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 1996**
ARTICULO 44 1. Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, **cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales** en cada uno de estos medios de comunicación. 2. La duración de las transmisiones **será incrementada en períodos electorales,** para cada partido político, **en forma proporcional a su fuerza electoral.** 3. Los partidos políticos utilizarán, **por lo menos, la mitad del tiempo que les corresponda durante los procesos electorales** para difundir el contenido de sus plataformas Electorales. 4. Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos políticos podrán transmitirse programas en cobertura regional. **Estos programas no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido** para sus programas de cobertura nacional y se transmitirán además de éstos. 5… 45 y 46… ARTICULO 47 1. La Dirección General del Instituto Federal Electoral tomará los acuerdos pertinentes a fin de que el ejercicio de estas prerrogativas, en los procesos Electorales extraordinarios, se realice con las modalidades de tiempos, coberturas, frecuencias radiales y canales de televisión, para los programas de los partidos políticos con contenidos regionales o locales. Este tiempo de transmisión de los partidos políticos no se computará con el utilizado en emisiones de cobertura nacional.	ARTICULO 44 1. Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, **cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales** en cada uno de estos medios de comunicación. 2. La duración de las transmisiones **será incrementada en períodos electorales,** para cada partido político, **en forma proporcional a su fuerza electoral.** 3. Los partidos políticos utilizarán, **por lo menos, la mitad del tiempo que les corresponda durante los procesos electorales** para difundir el contenido de sus plataformas Electorales. 4. Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos políticos podrán transmitirse programas en cobertura regional. **Estos programas no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido** para sus programas de cobertura nacional y se transmitirán además de éstos. 5… 45 y 46…	ARTICULO 44 1. Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, **cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales** en cada uno de estos medios de comunicación. 2. Los partidos políticos tendrán derecho, además del tiempo regular mensual a que se refiere el párrafo anterior, a participar conjuntamente en un programa especial que establecerá y coordinará la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, para ser transmitido por radio y televisión **dos veces al mes.** 3… 4… 5. Se deroga. 45 y 46… ARTICULO 47 1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo previsto en el artículo 44 de este Código, tendrán derecho a las siguientes transmisiones en radio y televisión: **a) En el proceso electoral en el que se elija Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos será de 250 horas en radio y 200 en televisión;** **b) En los procesos electorales en que sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión, el tiempo de transmisión en radio y televisión corresponderá al 50% de los totales previstos en el inciso anterior; y**

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

ARTICULO 48 1. La Dirección General del Instituto solicitará oportunamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que **los concesionarios de radio y televisión le proporcionen las tarifas que regirán para los tiempos que los partidos políticos pudiesen contratar** a partir de la fecha de registro de sus candidatos. Dichas tarifas no serán superiores a las de la publicidad comercial.	ARTICULO 48 1. **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 presente artículo…	**c) Durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente al tiempo a que se refiere el inciso a) anterior, se adquirirán, por conducto del Instituto Federal Electoral para ponerlos a disposición de los partidos políticos y distribuirlos mensualmente, hasta 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, con duración de 20 segundos. En ningún caso el costo total de los promocionales excederá el 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas en año de elección presidencial y el 12% cuando sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión. Los promocionales que no se utilicen durante el mes de que se trate, no podrán ser transmitidos con posterioridad.** **2. Del tiempo de transmisión previsto en el inciso a), así como los promocionales previstos en el inciso c) del párrafo 1 de este artículo, corresponderá a cada partido político sin representación en el Congreso de la Unión un 4% del total. El resto se distribuirá entre los partidos políticos con representación en el Congreso de la Unión conforme a lo previsto en el párrafo 3 de este artículo.** **3. El tiempo de transmisión y el número de promocionales a que se refieren respectivamente, los incisos a) y c) del párrafo 1 de este artículo, se distribuirán entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión, de la siguiente manera: el 30% en forma igualitaria, y el 70% restante en forma proporcional a su fuerza electoral.** **4. La duración de los programas en radio y televisión para cada partido a que se refiere el inciso a) del párrafo 1 de este artículo, será de 15 minutos, a petición de los partidos políticos, también podrán transmitirse programas de 5, 7.5 y 10 minutos del tiempo que les corresponda, conforme a la posibilidad técnica y horarios disponibles para las transmisiones a que se refiere este artículo.** ARTICULO 48 1. **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 presente artículo…

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de los Servicios de Información y Análisis Especializados adscrita a la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a la Secretaría de Servicios Parlamentarios de la Cámara de Diputados, con información del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (1990), Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (1993) y Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (1996).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

2.3. Modelo prohibitivo de contratación partidista de tiempos en la radio y la televisión.

En el año 2006, en México se celebraron elecciones para renovar al titular del Poder Ejecutivo Federal y a los miembros que conforman ambas Cámaras del Congreso de la Unión.

Estas fueron las elecciones presidenciales más competidas en la historia del país. El candidato ganador fue Felipe Calderón Hinojosa, postulado por el Partido Acción Nacional, con una mínima diferencia de 0.56% sobre su oponente Andrés Manuel López Obrador de la Coalición por el Bien de Todos.

La oposición representada por esta coalición denunció diversas irregularidades, una de ellas fue la intervención de la televisión privada en este proceso electoral para beneficiar al candidato ganador, lo cual instó al Congreso de la Unión a aprobar un nuevo modelo de comunicación política electoral entre los partidos políticos y estos medios masivos de comunicación.

El modelo de comunicación político electoral publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre del 2007, se encuentra regulado en el artículo 41 Constitucional, fracción III, Apartado A y B, en relación con los artículos 48 al 76 del COFIPE, cuyas reformas se publicaron en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero del 2008.

El rasgo central del modelo de comunicación político electoral que emanó de la reforma electoral del año 2007 fue su carácter prohibitivo, porque los partidos políticos en ningún momento pueden contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Asimismo, ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, puede contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

2.3.1. Reforma electoral del 2007

Con esta reforma, el Instituto Federal Electoral fue la autoridad única para la administración del tiempo que correspondía al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales.

De acuerdo con la reforma al artículo 41 Constitucional, fracción III, los partidos políticos nacionales tenían el derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

En el artículo 41 Constitucional, fracción III, apartado A, en relación con los artículos 48 al 76 del COFIPE, se estableció que a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedaron a disposición del Instituto Federal Electoral 48 minutos diarios, distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas.

Durante las precampañas, los partidos políticos disponían en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizaba conforme a lo que determinaba la ley.

Durante las campañas electorales se destinaban para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el 85% de los 48 minutos que disponía el Instituto Federal Electoral.

El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuía entre los mismos conforme a lo siguiente: el 30% en forma igualitaria y el 70% restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignaba para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario.

Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le era asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponía en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuía entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un 50%; el tiempo restante lo utilizaba para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas.

Cada partido político nacional utilizaba el tiempo que por este concepto le correspondía en un programa mensual de 5 minutos y el restante en mensajes con duración de 20 segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones se hacían en el horario que determinaba el Instituto y que se encontraban entre las 6 y las 24 horas. En situaciones especiales el Instituto podía disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justificaba.

El apartado B, del artículo 41 Constitucional, fracción III, contenía el modelo de comunicación política electoral para las elecciones en los Estados del país, impactando a los partidos políticos locales. Cabe puntualizar que este modelo prácticamente replica al aprobado para los partidos políticos nacionales.

Así, en el apartado B se estableció que para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administraría los tiempos que correspondieran al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se tratase.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa se regía bajo las siguientes reglas:

A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedaban a disposición del Instituto Federal Electoral 48 minutos diarios, que eran distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas.

Durante sus precampañas, los partidos políticos disponían en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. Durante las campañas electorales se destinaba para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el 85% de los 48 minutos que dispone el Instituto Federal Electoral. Para los demás procesos electorales, la asignación se hacía en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional.

2.3.2. Reforma electoral del 2014

El 10 de febrero del 2014 se publicó en el Diario Oficial de la Federación una nueva reforma en materia electoral, que impactó al artículo 41 Constitucional, modificando el modelo de comunicación política electoral del país.

Asimismo, el 23 de mayo del 2014 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el marco jurídico secundario en materia electoral que emanó de esta reforma constitucional, al abrogar el COFIPE y darle vigencia a la actual Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. También entró en vigor en nuestro país por primera vez la Ley General de Partidos Políticos. Antes de esta reforma, los temas electorales y de los partidos políticos estaban integrados en el COFIPE.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

A partir de este rediseño al marco jurídico electoral del país, el modelo de comunicación política electoral quedó regulado en el artículo 41 Constitucional, fracción III, Apartados A y B, así como en el Título Segundo. De las prerrogativas de los partidos políticos. Capítulo I. Del Acceso a la Radio y la Televisión. Artículos 159 al 186 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

El modelo de comunicación política electoral emanado de la reforma de 2014 prácticamente no modificó los parámetros aprobados en el 2007, sus cambios importantes fueron que la administración de los tiempos de la radio y la televisión que estuviesen destinados para los partidos políticos nacionales y locales corrieran a cargo del Instituto Nacional Electoral (INE), dejando de ser Instituto Federal Electoral (IFE). Con este cambio de la naturaleza jurídica del organismo electoral del país, en la actualidad éste tiene injerencia en los procesos electorales locales, antes sólo organizaba los procesos electorales federales.

Otro cambio importante de esta reforma electoral es que adiciona la figura de las candidaturas independientes como actores políticos con derecho para acceder a la prerrogativa relacionada con el acceso permanente y gratuito de la radio y la televisión, antes tenían este derecho sólo los partidos políticos nacionales y los locales.

Este modelo mantiene su carácter prohibitivo, porque los partidos políticos en ningún momento pueden contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Asimismo, ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, puede contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor ni en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Es importante precisar que la reforma electoral del 2014 contiene el texto vigente del modelo de la prerrogativa relacionada con el acceso permanente y gratuito de los partidos políticos y candidatos independientes a la radio y la televisión.

En el artículo 41 Constitucional, fracción III establece que los partidos políticos nacionales tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social. Los candidatos independientes tendrán derecho de acceso permanente y gratuito a prerrogativas para las campañas electorales en los términos establecidos en la ley.

En el apartado A del texto constitucional vigente se establece que el Instituto Nacional Electoral es autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales (cambia el IFE por el INE).

A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedan a disposición del INE, 48 minutos diarios, que serán distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas (cambia el IFE por el INE).

La reforma electoral del 2014 adiciona que en el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos.

El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos y, en su caso, de los candidatos independientes, se distribuyen entre los mismos conforme a lo siguiente: el 70% entre los partidos políticos de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior y el 30% restante será dividido en partes iguales, de las cuales, hasta una de ellas podrá ser asignada a los candidatos

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

independientes en su conjunto. La reforma del 2014 adiciona a los candidatos independientes como actores políticos con derechos para acceder a la prerrogativa relacionada con la radio y la televisión.

A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asigna para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario establecido en el inciso anterior (sin cambios con respecto a la reforma de 2007).

Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los períodos de precampañas y campañas electorales federales, al INE le será asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado dispone en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un 50%; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas (cambia el IFE por el INE).

Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en los formatos que establezca la ley. En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto y que van de entre las 6 y las 24 horas. En situaciones especiales, el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique. Se derogó el contenido de la reforma del 2007 que establecía que cada partido político nacional utilizaría el tiempo que por este concepto le correspondiera, en un programa mensual de 5 minutos y el restante en mensajes con duración de 20 segundos cada uno.

Del artículo 41 Constitucional, fracción III, Apartado A, se afirma que los tiempos en radio y televisión que administra el INE, se clasifican en aquellos que dispone en tiempos electorales (comprende las precampañas, el periodo entre las

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

precampañas y las campañas y las campañas mismas). Adicionalmente, están los otorgados en tiempos no electorales. Estos tiempos se distribuyen entre los partidos políticos y el propio Instituto

Durante los tiempos electorales, el texto constitucional señala que, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del INE 48 minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

La distribución de esos minutos diarios se realiza bajo tres hipótesis:

d. En el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, de los 48 minutos diarios, el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales, y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos, es decir, 24 minutos para los organismos electorales y 24 minutos para los partidos políticos.

e. Durante sus precampañas, de los 48 minutos diarios, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, de manera agregada, los partidos políticos disponen hasta de 30 minutos.

f. Durante las campañas electorales, de los 48 minutos diarios, deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos y los candidatos al menos el 85% del tiempo total disponible, es decir, casi 41 minutos.

En tiempos no electorales, el marco constitucional establece que fuera de los períodos de precampañas y campañas electorales federales, al INE le será asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas.

Respecto al Apartado B, se estableció que para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Nacional Electoral administraría los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley (cambia el IFE por el INE):

A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedaron a disposición del Instituto Nacional Electoral 48 minutos diarios, que son distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas (cambia el IFE por el INE).

Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa responderá a los siguientes criterios:

A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedaron a disposición del Instituto Nacional Electoral 48 minutos diarios, que son distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas (cambia el IFE por el INE).

Para los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional (sin cambios respecto a la reforma aprobada en el 2007).

La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, y los candidatos independientes se realizará de acuerdo con los

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

criterios señalados en el apartado A de esta base y lo que determine la legislación aplicable.

En la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. Adicionó el concepto de candidatos y derogó a las instituciones y a los partidos políticos como agentes sujetos de denigración.

2.3.3. Proyecto de reforma electoral del 2022

El 28 de abril del 2022, el titular del Poder Ejecutivo Federal envió a la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión una iniciativa en materia electoral que impacta diversos artículos constitucionales, incluyendo el 41, relacionado con el modelo de financiamiento público de los partidos políticos nacionales.

Este proyecto de reforma electoral, propuesto por el Ejecutivo Federal, impacta el modelo de comunicación política electoral en México, modificando la prerrogativa relacionada con los tiempos que tienen los partidos políticos en la radio y la televisión.

El proyecto propone que en el Apartado A, del artículo 41 Constitucional, fracción III, se establezca que: el Instituto Nacional de Elecciones y Consultas será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos y candidaturas independientes.

La reforma propuesta por el Ejecutivo Federal propone cambiar el nombre del Instituto Nacional Electoral por el de Instituto Nacional de Elecciones y Consulta (INEC), asimismo, adiciona a las candidaturas independientes como actores políticos que gozarían de esta prerrogativa.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El modelo de comunicación política electoral de los partidos políticos tendría las siguientes características:

A partir del inicio de las precampañas, y hasta el día de la jornada electoral, quedarían a disposición del INEC 30 minutos diarios, que serían distribuidos en, al menos, un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirían dentro del horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas.

El 10% de los tiempos en radio y televisión se destinaría a la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a cargo del INEC.

Estos dos párrafos nos muestran la primera característica de este modelo, a saber, que de los 30 minutos que estarían a disposición del INEC, el 10%, es decir, 3 minutos diarios, fueran para la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso; el 90% restante sería para los partidos políticos y para las candidaturas independientes, es decir 27 minutos por cada hora de transmisión.

El Apartado A de la fracción III del artículo 41 Constitucional, establecería el tiempo que es prerrogativa de los partidos políticos y de las candidaturas independientes, es decir, los 27 minutos de los 30 que dispondría el INEC, se distribuirían conforme a lo siguiente: el 70% en función de su fuerza electoral, de acuerdo con los resultados de la elección para diputaciones federales inmediata anterior, y el 30% de manera proporcional, porque se dividirían en partes iguales, de las cuales, hasta una de ellas podría ser asignada a las candidaturas independientes en su conjunto. Cada mensaje de partido y candidatura independiente tendría una duración mínima de un minuto.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignaría para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario.

Durante las precampañas, los partidos políticos dispondrían de 27 minutos por cada día de programación de radio y televisión. De ese tiempo, tendrían derecho en conjunto a un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión para la difusión de sus procesos internos, así los partidos políticos usarían 18 minutos diarios por este concepto, porque las estaciones estarían obligadas a transmitir sus mensajes de las 6 a las 24 horas. Los 9 minutos restantes, de acuerdo con este modelo propuesto en la citada iniciativa, se distribuirían entre los partidos para la difusión de mensajes programáticos. Adicionalmente, el INEC destinaría el 10% de los tiempos en radio y televisión que le corresponden para la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a su cargo.

En el periodo comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, se difundirían mensajes programáticos de los partidos políticos; en el periodo comprendido entre el cierre de campañas y la jornada electoral no se emitiría propaganda de partidos ni de las candidaturas independientes.

Fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al INEC le sería asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; el total asignado se distribuiría entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria. En todo caso, las transmisiones se harían en el horario que determinara el INEC, respetando el criterio de asignación de los tiempos, basado en el 70% por fuerza electoral y el 30% de manera proporcional, con una duración no menor de un minuto por cada mensaje.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

De ser aprobada en sus términos, las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de las entidades federativas, conforme a la legislación única en materia electoral.

Esta iniciativa propone que, en el Apartado B, de la fracción III, del artículo 41 Constitucional, se establezca que, para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Nacional de Elecciones y Consultas administre los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión, en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate.

En tanto que para los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el proyecto propone que el tiempo asignado en cada entidad federativa este comprendido dentro del total disponible conforme a lo establecido en el apartado A de esta base.

La iniciativa prevee que, cuando a juicio del INEC, el tiempo total en radio y televisión a que se refiere los dos apartados anteriores fuese insuficiente, el mismo Instituto determinara lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

A partir del análisis de este proyecto de reforma en materia electoral presentado por el Ejecutivo Federal en 2022, se establecen los siguientes cambios con respecto al texto constitucional vigente.

De acuerdo con el proyecto de reforma, a partir del inicio de las precampañas, y hasta el día de la jornada electoral, quedarían a disposición del Instituto Nacional de Elecciones y Consultas 30 minutos diarios. Si la reforma se aprobara en estos términos, los tiempos en radio y televisión para los partidos políticos se reducirían en 18 minutos diarios, porque el texto vigente establece que el Instituto Nacional Electoral dispone de 48 minutos.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

La distribución de estos tiempos también sufriría importantes reducciones, porque con la reforma electoral se propone que los tiempos que estarían a disposición del Instituto se distribuirían en al menos un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. El texto vigente mandata que la distribución sea de dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

Como se puede observar, en el proyecto de reforma, del tiempo total que se pone a disposición del Instituto Nacional de Elecciones y Consulta, el 10% es para este Instituto y el 90% para los partidos políticos y para las candidaturas independientes. El texto vigente no hace tal distinción. Porque la distribución del tiempo total que se pone a disposición del Instituto lo realiza siguiendo tres criterios:

a. En tiempo de precampañas: los partidos políticos disponen en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. Esta regla no cambia en el proyecto de reforma electoral de 2022.

b. Durante las campañas electorales: el texto vigente mandata que, para cubrir el derecho de los partidos políticos y los candidatos, debe destinarse al menos el 85% del tiempo total que está a disposición del Instituto. En el proyecto de reforma electoral 2022, no se regula la prerrogativa relacionada con el acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión durante las campañas electorales.

c. Durante los periodos no electorales, es decir, que no se celebran precampañas ni campañas: el texto constitucional vigente establece que al Instituto le sea asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión; del total asignado, el Instituto distribuye entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un 50%; el tiempo restante el Instituto lo utiliza para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El proyecto de reforma electoral 2022, también establece que sea el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión; el cambio consiste en que el tiempo total asignado se distribuiría únicamente entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria, excluyendo de estos tiempos al INE y a las autoridades electorales de los Estados del país.

El texto vigente y el proyecto de reforma electoral del 2022 coinciden en que las transmisiones que se realicen en el periodo no electoral se harían en el horario que determine el Instituto Nacional de Elecciones y Consultas, que comprendería de las 6 a las 24 horas. Sin embargo, el proyecto electoral adiciona que dichas transmisiones tendrían una duración no menor de un minuto por cada mensaje.

El texto vigente también regula los siguientes aspectos:

En el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinan a los fines propios de las autoridades electorales, y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos. El proyecto de reforma electoral 2022 establece que en este periodo, se difundirán mensajes programáticos de los partidos políticos, conforme a lo que establezca la ley, se excluyen de estos tiempos a las autoridades electorales.

El texto constitucional vigente no regula que en el periodo comprendido entre el cierre de campañas y la jornada electoral no se emita propaganda de partidos y candidaturas independientes. El proyecto de reforma electoral 2022 sí propone esta prohibición.

Tres aspectos coincidentes del texto constitucional vigente y del proyecto de reforma electoral 2022. La primera está relacionada con la distribución de los tiempos en la radio y la televisión que les corresponden a los partidos políticos, los cuales el 70% se asignan por la fuerza electoral y el 30% de manera proporcional;

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

también coinciden en la hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, que será entre las 6 a las 24 horas. Finalmente, también establecen que a cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario, porque no tienen votación que les permita medir su fuerza electoral.

Respecto al Apartado B, de la fracción III, del artículo 41 Constitucional, éste no presenta cambios de fondo en el proyecto de reforma electoral, respecto al texto vigente, la modificación consiste en cambiar la denominacion de Instituto Nacional Electoral por el de Instituto Nacional de Elecciones y Consultas (ver cuadro comparativo número 2).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Cuadro comparativo número 2. Reformas constitucionales en materia de distribución de los tiempos oficiales del Estado mexicano destinados para los procesos electorales federales y de las Entidades Federativas.			
Aplica para los procesos electorales federales y coincidentes con la de las entidades federativas.			
Variables	**Reforma del 13 de noviembre de 2007**	**Reforma del 10 de febrero de 2014**	**Iniciativa de reforma del 28 de abril de 2022**
Autoridad que administra	Instituto Federal Electoral.	Instituto Nacional Electoral.	Instituto Nacional de Elecciones y Consultas.
Tiempos en radio y televisión que administra la autoridad electoral	A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, 48 minutos diarios, que serán distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.	A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, 48 minutos diarios, que serán distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.	
Precampañas y jornada electoral		En el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas quedan a disposición del INE: el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales, y el 50% a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos.	A partir del inicio de las precampañas, y hasta el día de la jornada electoral quedan a disposición del INEC: 30 minutos diarios, que serán distribuidos en al menos uno por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. El 10% de los tiempos en radio y televisión se destinará a la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a cargo del INEC.
Horario	Entre las 6 y las 24 horas.	Entre las 6 y las 24 horas.	Entre las 6 y las 24 horas. Cada mensaje de partido y candidatura independiente tendrá una duración mínima de un minuto.
En precampañas	Los partidos políticos dispondrán en conjunto de 1 minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.		Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de 1 minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión para la difusión de sus procesos internos. El tiempo restante será distribuido entre los partidos para la difusión de mensajes programáticos, de los cuales, el 10% de los tiempos en radio y televisión se destinará a la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso a cargo del INEC.
En campañas	Los partidos políticos dispondrán al menos del 85% de los 48 minutos que dispone el IFE.	Los partidos políticos dispondrán al menos del 85% de los 48 minutos que dispone el INE.	
Distribución en campaña y precampaña	30% en forma igualitaria. 70% de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior.	30% será dividido en partes iguales, de las cuales, hasta una de ellas podrá ser asignada a los candidatos independientes en su conjunto. 70% será distribuido entre los partidos políticos de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior.	30% será dividido en partes iguales, de las cuales, hasta una de ellas podrá ser asignada a las candidaturas independientes en su conjunto. 70% será distribuido entre los partidos políticos de acuerdo con los resultados de la elección para diputaciones federales inmediata anterior.
Aplica sólo para los procesos electorales federales.			
Partidos sin representación en el Congreso	Se le asignará para radio y televisión solamente el porcentaje igualitario.	Se le asignará para radio y televisión solamente el porcentaje igualitario.	Se le asignará para radio y televisión solamente el porcentaje igualitario.
Tiempos para la autoridad electoral	Dispondrá fuera de los periodos de campaña y precampaña el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión.	Dispondrá fuera de los periodos de campaña y precampaña el 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión.	

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Distribución de los tiempos de la autoridad electoral	50% entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria. Cada partido político nacional utilizará este tiempo en un programa mensual de 5 minutos y el restante en mensajes con duración de veinte segundos cada uno. El 50% lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas, en un horario entre las 6 y las 24 horas.	50% entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria. Cada partido político nacional utilizará este tiempo en formatos que establezca la ley. El 50% lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas, en un horario entre las 6 y las 24 horas.	
Prohibición para contratar tiempos en radio y televisión	Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.	Los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.	
Actores beneficiados	Partidos políticos con y sin representación en el Congreso de la Unión y la autoridad electoral.	Partidos políticos con y sin representación en el Congreso de la Unión, candidatos independientes y la autoridad electoral.	
Aplica para los procesos electorales federales y no coincidentes con la de las entidades federativas.			
Autoridad que administra	Instituto Federal Electoral	Instituto Nacional Electoral	Instituto Nacional de Elecciones y Consultas
Complemento de tiempos	Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante.	Cuando a juicio del Instituto Nacional Electoral el tiempo total en radio y televisión fuese insuficiente para sus propios fines, los de otras autoridades electorales o para los candidatos independientes, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante.	Cuando a juicio del Instituto Nacional de Elecciones y Consultas, el tiempo total en radio y televisión insuficiente determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de los Servicios de Información y Análisis Especializado de la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a los Secretaría de Servicios Parlamentarios de la Cámara de Diputados, con información de las reformas constitucionales electorales del 2007 y 2014 y el proyecto de reforma electoral del 2022.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

3. Derecho comparado en materia de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y televisión en América Latina.

Este capítulo tiene como objetivo exponer el derecho comparado internacional para conocer los modelos de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los espacios de radiodifusión y televisión en algunos países de América.

Los países analizados se clasifican en dos grupos: los que acceden a la radio y la televisión durante los periodos electorales y no electorales, y los que únicamente los hacen durante las campañas electorales.

3.1. Acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a los espacios de la radio y la televisión en periodos electorales y no electorales

De los países analizados, además de México, en Perú y Brasil, los partidos políticos tienen acceso permanente y gratuito a los espacios en la radio y la televisión durante periodos electorales y no electorales.

3.1.1. Perú

En Perú, este modelo está regulado en el artículo 35 Constitucional, que se reformó en enero de 2019, estableciendo en su párrafo cuarto que: “Sólo se autoriza la difusión de propaganda electoral en medios de comunicación radiales y televisivos mediante financiamiento público indirecto”.

A partir de este artículo constitucional queda establecida la prohibición a los partidos de contratar publicidad electoral en radio y televisión, asimismo, los espacios en tales medios son financiados por el Estado únicamente en periodos electorales.

Así lo confirma la Ley Orgánica de Elecciones (Ley No. 26859) de Perú, que en el artículo 194, establece que el Estado contratará, y pondrá a disposición de las

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

fuerzas políticas, espacios gratuitos “en los canales de televisión de señal abierta y estaciones de radio, públicos y privados, de cobertura nacional”.

Estos espacios se asignarán de forma equitativa a los partidos políticos cuando participen en las elecciones presidencial y parlamentaria, y constarán de 10 minutos diarios durante los sesenta días previos al día anterior al de la elección. Para garantizar la equidad, el párrafo dos del artículo 194 establece que “dichas franjas electorales se transmitirán dentro de un mismo bloque en todos los canales y dentro de una misma hora en las estaciones de radio”, en el horario que decida el Jurado Nacional de Elecciones. Asimismo, el párrafo tres de este mismo artículo, determina que las “franjas se asignarán rotativamente y con base en un sorteo, de modo que ningún canal o estación de radio sea utilizado por la misma organización política durante dos días consecutivos”.

En el caso de que tenga que realizarse una segunda vuelta en la elección presidencial, el mismo párrafo tres señala que la asignación de espacios para las fuerzas políticas que participen deberá regirse por las reglas ya señaladas.

Un aspecto para destacar es que, aunque los partidos políticos contratan los espacios de radio y televisión, ellos no pagan tales espacios. El presupuesto para esta modalidad de financiamiento indirecto se asigna, de acuerdo con el artículo 37, párrafo 2, a la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en función del monto que resulte de contratar el acceso para espacios publicitarios en radio, televisión y redes sociales, según los precios convenidos con cada medio, que deben ser tarifas sociales.

Dicha contratación en los canales de televisión y las estaciones de radio sólo puede ser a través de la ONPE de Perú, ya que los concesionarios de esos espacios tienen expresamente prohibido contratar propaganda para organizaciones políticas o sus candidatos (artículo 37, párrafo 3), y los espacios adquiridos deben ser utilizados

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

bajo los “criterios de igualdad, paridad y no discriminación entre hombres y mujeres”. (Artículo 37, párrafo 4).

Para que dichos criterios se cumplan, el artículo 38, párrafo 1, de la Ley 28094 de Perú, señala que en elecciones generales, el horario para la publicidad electoral en radio y televisión comprenderá desde las 06:00 hasta las 23:00 horas.

El criterio de asignación de ese tiempo, según el propio artículo 38 es como sigue:

> La mitad del tiempo total disponible debe estar debidamente valorizado y se distribuye equitativamente entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos en el proceso electoral.
>
> La otra mitad del tiempo debidamente valorizado se distribuye proporcionalmente a la representación con la que cuenta cada partido político en el Congreso de la República.
>
> Los partidos políticos que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al del partido que tenga la menor adjudicación

En lo referente con el acceso de los partidos políticos a espacios en radio y televisión en periodos no electorales, el Reglamento de Financiamiento y Supervisión de Fondos Partidarios, artículo 23, establece que los partidos políticos pueden utilizar parte de los fondos públicos que reciben para la producción y difusión de materiales audiovisuales. La regla es que no hagan referencias electorales en tales materiales.

Adicionalmente, de acuerdo con el artículo 31 de este reglamento, en tiempos no electorales los partidos políticos con representación en el Congreso de Perú, cuentan con acceso gratuito a medios de comunicación social, como resultado

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

inmediato de la elección en la que participan. El tiempo del que dispondrán será de 5 minutos en medios de comunicación social que pertenezcan al Estado.

3.1.2. Brasil

La Constitución Federal de Brasil, en el artículo 17, parágrafo 3, regula entre otras figuras, el derecho al acceso gratuito a radio y televisión para los partidos políticos, si se cumple una de las dos hipótesis siguientes:

a. En las elecciones para la Cámara de Diputados, hubiesen obtenido un mínimo del 3% de los votos válidos, distribuido en, por lo menos, un tercio de las Unidades de la Federación, con un mínimo del 2% de los votos válidos en cada una de dichas Unidades; o

b. Obtengan, por lo menos, 15 diputados federales, distribuidos en, por lo menos, un tercio de las Unidades de la Federación.

De acuerdo con lo establecido en las leyes secundarias, este acceso gratuito es permanente, aunque se diferencia entre la propaganda en periodos electorales y la que se puede realizar en periodos no electorales.

Por lo que toca al periodo electoral, la Ley 9504 del 30 de septiembre de 1997, que establece las normas de las elecciones (Ley 9504 de Brasil), en su artículo 36 señala que la publicidad con fines electorales sólo puede realizarse a partir del 15 de agosto del año electoral. Sobre este punto, en el artículo 240 de su Código Electoral señala, además, que la publicidad política queda prohibida entre las 48 horas previas al día de la elección y hasta las 24 horas posteriores a ella.

En el artículo 36 de la Ley 9504 de Brasil, parágrafo 2, se establece que no se permitirá ningún tipo de propaganda política pagada en radio o televisión, con lo que

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

se introduce la prohibición a las fuerzas políticas de contratar espacios publicitarios en esos medios durante el periodo electoral.

Asimismo, el artículo 44 de la Ley 9504 de Brasil, restringe la propaganda con fines electorales, que pretenda llevarse a cabo en radio y televisión, en el tiempo y el horario gratuitos que contempla la propia ley, por lo que ratifica la prohibición de contratar la publicidad pagada en esos medios de comunicación.

De acuerdo con el parágrafo 2 del artículo 44, en la franja en la que opera la prerrogativa de gratuidad, ninguna emisora puede transmitir publicidad comercial para promover una marca o producto, dado que son tiempos reservados para los partidos políticos.

De acuerdo con el parágrafo 1 del artículo 47 de la Ley 9504 de Brasil, los horarios para la propaganda electoral, por tipo de elección, se distribuyen en función del cargo que se disputa:

a. Para la elección presidencial, la propaganda sólo puede ser transmitida los martes, jueves y sábados, en cuatro bloques publicitarios de doce minutos y medios cada uno: dos para la radio en horario matutino y dos para la televisión en horario vespertino.

b. A la publicidad para la elección presidencial sigue la propaganda para los diputados federales; también distribuida en cuatro bloques de doce y medio minutos; dos para radio en horario matutino y dos para la televisión.

c. Para las elecciones de senadores, gobernadores y diputados estatales y distritales, la propaganda electoral sólo puede realizarse los lunes miércoles y viernes. En estos casos también hay cuatro bloques publicitarios; los matutinos en la radio y los vespertinos en la televisión. Sin embargo, la duración de los bloques, en el caso de los senadores depende si el Senado

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

renueva sólo un tercio de sus escaños o dos tercios de éstos. Para el primer caso, los bloques publicitarios duran 5 minutos; para el segundo 7 minutos.

d. A la propaganda de los senadores sigue la de los diputados estatales y distritales, con bloques de 10 minutos cuando sólo se renueva un tercio del Senado y de 9 minutos cuando se renuevan dos terceras partes de éste. Lo mismo ocurre para el caso de los gobernadores de las entidades brasileñas y del Distrito Federal de ese país, que es la que sigue a la publicidad electoral de los diputados estatales y distritales.

e. En el único caso en el que se puede realizar propaganda política en radio y televisión de lunes a sábado, es en el de la elección para concejal, si bien ello depende que la localidad cuente con las entidades necesarias para esos servicios. (Ver tabla número 2).

Tabla No. 2. Distribución horaria por tipo de elección del acceso de los partidos políticos de Brasil a espacios publicitarios gratuitos en radio y televisión.

Proceso electoral	Días de transmisión de propaganda	Horario de Transmisión		Características especiales
		Radio	Televisión	
Presidente de la República	Martes, jueves y sábados	07:00:00 a 07:12:30 12:00:00 a 12:12:30	13:00:00 a 13:12:30 20:30:00 a 20:42:30	
Diputados federales		07:12:30 a 07:25:00 12:12:30 a 12:25:00	13:12:30 a 13:25:00 20:42:30 a 20:55:00	
Senadores federales 1/	Lunes, miércoles y viernes.	07:00:00 a 07:05:00 12:00:00 a 12:05:00	13:00:00 a 13:05:00 20:30:00 a 20:35:00	Periodo de renovación de un tercio del Senado.
Diputados estatales y diputados distritales 2/		07:05:00 a 07:15:00 12:05:00 a 12:15:00	13:05:00 a 13:15:00 20:35:00 a 20:45:00	
Gobernadores estatales y del Distrito Federal 2/		07:15:00 a 7:25:00 12:15:00 a 12:25:00	13:15:00 a 13:25:00 20:45:00 a 20:55:00	
Senadores federales		07:00:00 a 07:07:00 12:00:00 a 12:07:00	13:00:00 a 13:07:00 20:30:00 a 20:37:00	Periodo de renovación de dos tercios del Senado.
Diputados estatales y diputados distritales		07:07:00 a 07:16:00 12:07:00 a 12:16:00	13:07:00 a 13:16:00 20:37:00 a 20:46:00	
Gobernadores estatales y del Distrito Federal		07:16:00 a 7:25:00 12:16:00 a 12:25:00	13:16:00 a 13:25:00 20:46:00 a 20:55:00	
Alcalde 3/	Lunes a sábado.	07:00:00 a 7:10:00 12:00:00 a 12:10:00	13:00:00 a 13:10:00 20:30:00 a 20:40:00	

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de Servicios de Información y Análisis Especializado adscrita a la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museo de la Secretaría de Servicios Parlamentarios de la Cámara de Diputados con información de los artículos 47 y 48 de la Ley 9504 de Brasil.

1/ En Brasil, los senadores son electos para un periodo de 8 años, sin embargo, el Senado se renueva de forma paulatina: en un año electoral se renueva sólo un tercio del Senado y, al siguiente periodo electoral, los dos tercios restantes. En 2022 corresponde sustituir a los dos tercios de esa Cámara.

2/ Los procesos electorales para los cargos de gobernador y de diputados estatales y de distrito coincide siempre con la elección al Senado.

3/ En elecciones para alcaldes y concejales en los municipios en los que no haya emisoras de radio y televisión, la Justicia Electoral otorgará a los partidos políticos que participen en el proceso espacios gratuitos de propaganda electoral en las localidades en las que pueda realizarse la retransmisión, según establece el artículo 48 de la Ley 9504.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Tales espacios se distribuyen entre las fuerzas políticas con base en un criterio mixto, señalado en el parágrafo 2 del artículo 47 previamente citado, que establece que:

a. 90% del tiempo se asignará en función del número de representantes que cada partido tenga en la Cámara de Diputados; y
b. El 10% restante se distribuye de forma equitativa entre todos los partidos.

Cabe destacar que en esta distribución no están considerados los partidos de reciente creación o que se quedaron sin representación en la Cámara de Diputados.

En caso de segunda vuelta para la elección presidencial, de acuerdo con el artículo 49 de la Ley 9504 de Brasil, las estaciones de radio y televisión deben reservar un horario para la difusión gratuita de propaganda electoral, dividido en dos bloques diarios de 10 minutos, entre las 7:00 y las 12:00 horas, para el caso de la radio; y entre las 13:00 y 20:30 horas en la televisión. El periodo de tiempo de este horario comprenderá desde el viernes siguiente a la primera vuelta y hasta el día anterior a la elección de la segunda vuelta.

El orden en el que aparece la publicidad de las fuerzas políticas el primer día del periodo de propaganda electoral se determinará, de conformidad con el artículo 50 del señalado ordenamiento, mediante sorteo, realizado por el Tribunal Electoral. A partir de ello, el último *spot* de cada día será el primero del día siguiente, apareciendo el resto en el orden del sorteo.

Ahora bien, el tiempo a asignar entre los partidos políticos para la propaganda electoral gratuita, por tipo de elección, está regulado en el artículo 51 de la Ley 9504 de Brasil, ascendiendo a 70 minutos diarios, en *spots* de 30 o 60 segundos, de conformidad con los siguientes criterios:

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

a. En el caso de campañas para elección mayoritaria (Senado) y proporcional (Cámara de Diputados), el tiempo se dividirá en partes iguales entre los candidatos y sus partidos, o entre los candidatos y los partidos que integren la coalición que los presenta.

b. La distribución debe realizarse considerando los niveles de audiencia en los bloques de 5:00 a 11:00, de 11:00 a 18:00 y de 18:00 a 24:00 horas.

c. No pueden divulgarse mensajes lesivos para otros partidos, coaliciones o candidatos.

d. No pueden transmitirse *spots* idénticos, salvo en el caso de que los espacios asignados a alguna fuerza política superen los intervalos de tiempo disponibles. Tampoco pueden hacerse transmisiones secuenciales para un mismo partido político.

Este mismo artículo señala que, en caso de segunda vuelta en la elección de gobernadores y alcaldes, el tiempo que deben reservar estaciones radiales y canales de televisión debe ser de 25 minutos, divididos en inserciones de 30 y 60 segundos, según lo que considere mejor el partido, coalición o candidato, y su distribución se guiará por las reglas ya señaladas.

Por lo que toca a la propaganda política no electoral, la gratuidad de los espacios en radio y televisión para partidos políticos quedó establecida en el artículo 50-A de la Ley 9096 del 19 de septiembre de 1995, que dispone sobre los partidos y reglamenta los artículos 17 y 14, parágrafo 3, inciso V, de la Constitución Federal (Ley 9096 de Brasil) al señalar que la publicidad partidista gratuita se transmitirá mediante radio y televisión entre las 19:30 y las 22:30 horas, a nivel nacional y estatal, bajo la responsabilidad de la dirección nacional de cada fuerza política.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

De acuerdo con este mismo artículo, este tipo de propaganda debe ser en bloque, en cadena nacional o estatal y mediante inserciones de 30 segundos y transmitida a lo largo de la programación normal de las estaciones de radio o los canales de televisión.

En cada medio pueden autorizarse hasta 10 spots de 30 segundos por día en el espacio de las tres horas señaladas para la publicidad partidista, dividiendo el tiempo para pausas comerciales en la programación de la siguiente forma:

En la primera y segunda hora de la franja gratuita, podrán transmitirse hasta un máximo de 3 *spots* en cada una; y en la tercera hasta 4 de ellos, pero sin la posibilidad de que las inserciones sean secuenciales. Es obligatorio que entre cada *spot* haya un espacio de 10 minutos mínimos. Los días martes, jueves y sábados, la franja gratuita se destinará a la publicidad partidista a nivel nacional; los días lunes, miércoles y viernes será para la publicidad a nivel estatal.

Es responsabilidad de las fuerzas políticas solicitar la fijación de las fechas para la transmisión en cadena, y ésta será autorizada por el Tribunal Superior Electoral o los Tribunales Electorales Regionales, los mismos que harán la solicitud a los medios de comunicación.

De acuerdo con el artículo 50-B de la Ley 9096 de Brasil, los partidos que tienen registrados sus estatutos ante el Tribunal Superior Electoral pueden hacer uso de esta prerrogativa de acceso gratuito a espacios en radio y televisión para difundir sólo lo que se refiere a sus respectivos programas, difundir eventos, comunicar su posición con respecto a temas de interés nacional, estimular la filiación partidaria o promover la participación política de mujeres, jóvenes y población negra.

En el mismo artículo, en el parágrafo 1, se establece que tienen derecho a esta prerrogativa de publicidad gratuita en radio y televisión los partidos que cumplan con la condición señalada en el parágrafo 3 del artículo 17 Constitucional, referida

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

al número mínimo de votos y su distribución en el territorio nacional, o de diputados electos y su distribución en todo el país, en los siguientes términos:

a. Los partidos que cuenten con 21 diputados federales electos, como mínimo, tendrán derecho a 20 minutos semestrales, divididos en inserciones a nivel nacional de 30 segundos, y de 20 minutos semestrales en medios de cobertura estatal.

b. Las fuerzas políticas que tengan entre 10 y 20 diputados federales electos podrán disponer de hasta 10 minutos semestrales para inserciones en medios nacionales de 30 segundos; y de igual tiempo en medios estatales;

c. Los partidos que cuenten con 9 diputados federales electos tendrán 5 minutos para *spots* de 30 segundos difundidos en medios de alcance nacional; y de igual tiempo en medios estatales.

Es importante señalar que el parágrafo 2 del artículo 50-B establece que es obligación de los partidos ocupar, como mínimo, del 30% del tiempo gratuito que se les otorga para publicidad partidista en promover la participación de la mujer en la vida política; y que, en años electorales, sólo podrán transmitir su publicidad durante el primer semestre del año. (Parágrafo 3).

A diferencia de lo que ocurre con la propaganda electoral, en la partidaria existe la opción de que sean los partidos quienes pacten con los medios de comunicación las condiciones especiales para la emisión de la publicidad, para agilizar los procedimientos. Si ello ocurre, debe darse conocimiento al Tribunal Superior Electoral, según lo señalado por el artículo 50-C de la Ley 9096 de Brasil.

No obstante, esa posibilidad no faculta ni a las fuerzas políticas ni a los medios de comunicación radiales y televisivos a contratar espacios comerciales de publicidad no electoral. De hecho, el artículo 50-D de dicho ordenamiento señala

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

expresamente que este tipo de propaganda partidista en radio y televisión está restringida a la franja gratuita establecida en la propia ley, prohibiendo contratar espacios comerciales de publicidad.

Es importante señalar que, aunque los espacios de propaganda electoral y no electoral en radio y televisión, son gratuitos para los partidos políticos, las empresas no ceden gratuitamente tales espacios, sino que reciben una compensación fiscal, cuyos términos están establecidos en el artículo 99 de la Ley 9504 de Brasil, que señala, entre otras cosas, que dicha compensación equivale a 8 décimos del valor que resulte de la multiplicación del 100% -o del 25% cuando se trata de referéndum- del tiempo de las inserciones y de las transmisiones en bloque, por el precio vigente del espacio cedido en gratuidad a los partidos políticos (Ver cuadro comparativo número 3).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Cuadro Comparativo No. 3. Modelos de acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión en México y países seleccionados de América y Europa.			
Países	**México**	**Perú**	**Brasil**
Periodos electorales			
Tiempo asignado	**30 minutos diarios** durante las precampañas. **41 minutos diarios** durante las campañas electorales.	**10 minutos diarios** durante los 60 días de la campaña electoral.	**70 minutos diarios** durante los 35 días previos a la elección.
Criterio de distribución entre fuerzas políticas	**70%** será distribuido entre los partidos políticos de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior y **30%** restante será dividido en partes iguales, de las cuales, hasta una de ellas podrá ser asignada a los candidatos independientes en su conjunto.	**50%** del tiempo disponible se distribuye **de forma equitativa** entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos en el proceso electoral; **50%** restante se distribuye **en proporción a la representación que cada partido tenga en el Congreso**. Los partidos políticos de **nueva creación** disponen del **mismo tiempo que los partidos políticos con menor representación parlamentaria**.	**90%** en proporción al número de representantes en la Cámara de Diputados, 1**0%** distribuido equitativamente. En campañas para la elección de senadores y diputados el tiempo se dividirá en partes iguales entre los candidatos y sus partidos
Tipo de medios	Estaciones de radio y canales de televisión públicos y privados.	Canales de televisión de señal abierta y estaciones de radio, públicos y privados, de cobertura nacional.	Emisoras de radio y televisión abierta y canales de televisión de pago bajo control de la Cámara de Diputados, de la Cámara de Senadores, de las Asambleas Legislativas de los estados y de las Cámaras Municipales.
Actores beneficiados	Los partidos políticos, precandidatos y candidatos independientes.	Los partidos políticos.	Los partidos políticos y coaliciones.
Franja horaria	Dentro del horario de programación comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas, en franjas que van de las 6:00 a las 12:00, de las 12:00 a las 18:00 y de las 18:00 a las 24:00.	De las 06:00 hasta las 23:00 horas	De las 5:00 a las 24:00 horas, considerando las franjas de máxima audiencia para radio y televisión
Tipo de campaña	Elecciones para poder ejecutivo y el poder legislativo	Elecciones presidenciales y legislativas.	Elecciones presidenciales, legislativas, estatales y municipales.
Publicidad contratada	No permitida	No permitida	No permitida
Periodos no electorales			
Tiempo asignado	6 minutos 47 segundos.	**5 minutos al mes** para cada partido político.	En función de la representación parlamentaria de cada partido político.
Criterio de distribución entre fuerzas políticas	Equitativa entre los partidos políticos	Equitativa entre los partidos políticos con representación parlamentaria.	En proporción a la representación parlamentaria, de acuerdo con los siguientes criterios: **20 minutos semestrales** en medios nacionales y **20 minutos semestrales** en medios regionales para partidos con 21 o más diputados federales. **10 minutos semestrales** a nivel nacional y **10 minutos semestrales** en medios regionales para partidos que tengan entre 10 y 20 diputados federales. **5 minutos semestrales** en medios de ámbito nacional y **5 minutos semestrales** en medios regionales para partidos que tengan entre 1 y 9 diputados federales.
Tipo de medios	Radio y televisión, públicos y privados	Radio y televisión estatales.	Radio y televisión abierta, de carácter público o privado.
Instituciones con acceso gratuito a radio y televisión	Partidos políticos nacionales	Partidos y alianzas electorales	Partidos políticos y coaliciones
Franja horaria	De las 6:00 a las 24:00 horas	Horarios de máxima audiencia.	De las 19:30 a las 22:30 horas.
Publicidad contratada	No permitida.	Permitida sólo en medios privados.	No permitida.

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de los Servicios de Información y Análisis Especializados adscrita a la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a la Secretaría de Servicios Parlamentarios de la Cámara de Diputados, con información de las leyes secundarias de cada país.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

3.2. Acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión acotados a periodos electorales

En países de América Latina existen modelos de acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión, que están acotados únicamente para periodos electorales.

3.2.1. Argentina

El artículo 38 de la Constitución de la Nación Argentina garantiza a los partidos políticos “la difusión de sus ideas”. A partir de ello, y como parte del financiamiento en especie que otorga a los partidos políticos, el Estado argentino ha establecido una serie de disposiciones que otorgan a las fuerzas políticas el acceso gratuito a espacios de radio y televisión sólo durante los periodos electorales.

Así está establecido en la Ley 19945. Código Electoral Nacional, en el artículo 64 *ter,* que señala que:

> Queda prohibida la emisión y publicación de avisos publicitarios en medios televisivos y radiales con el fin de promover la captación del sufragio para candidatos a cargos públicos electivos, así como también la publicidad alusiva a los partidos políticos y a sus acciones, antes de los treinta y cinco (35) días previos a la fecha fijada para el comicio.

Esta prohibición se también se encuentra en la Ley 26215. Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos, que en el artículo 43 señala que los espacios en emisoras de radio y televisión, abiertas o por suscripción, tendrán que ser distribuidos por la Dirección Nacional Electoral del Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda de la Nación (Dirección Nacional Electoral). Adiciona que:

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

> Las agrupaciones políticas, así como los candidatos oficializados por éstas, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceros, espacios en cualquier modalidad de radio o televisión, para promoción con fines electorales.
>
> Asimismo, las emisoras de radiodifusión sonora, televisiva abierta o por suscripción, no podrán emitir publicidad electoral que no sea la distribuida y autorizada por el Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda.

Tienen derecho a disponer de dichos espacios, de conformidad con el artículo 43 *bis*, todas "las agrupaciones políticas que oficialicen precandidaturas para las elecciones primarias y candidaturas para las elecciones generales", con la finalidad de que puedan transmitir sus mensajes de campaña.

Los espacios a distribuir en canales de televisión y estaciones de radio deben ser cedidos por los licenciatarios de dichos servicios de comunicación, que según el artículo 74 de la Ley I-3128 sobre los servicios de comunicación audiovisual (antes Ley 26522), están obligados a "ceder espacios en programación a los partidos políticos durante las campañas electorales", de conformidad a lo establecido en la Ley 26215 que, en el artículo 43 *quater,* establece que el tiempo cedido para fines electorales debe ser del 5% del tiempo total de la programación de los canales de radio y televisión, que es de 12 horas, según la Dirección Nacional Electoral (2022) de Argentina.

De ese tiempo disponible para la publicidad política, el artículo 43 *sexies* determina que, tanto para el caso de las elecciones primarias como para las elecciones generales, el 50% se distribuirá de forma igualitaria entre todos los candidatos o partidos políticos con precandidaturas oficializadas, en tanto que el 50% restante se asignará "en forma proporcional a la cantidad de votos obtenidos en la elección general anterior para la categoría diputados nacionales".

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Los tiempos son intransferibles. Si alguna agrupación política, por alguna razón, renunciara a sus espacios de difusión, no puede cederlos a ningún otro partido. Así está señalado en el propio artículo 43 *sexies*.

En el caso de la elección para los cargos de presidente y vicepresidente, cuando haya segunda vuelta, las fórmulas que participen contarán con el 50% del tiempo recibido por la agrupación política que más espacios hubiera obtenido en la primera vuelta de las elecciones. (Artículo 43 *quinquies*).

El artículo 43 *septies* regula el horario para la publicidad política que comprende desde las 19:00 horas hasta la 01:00 del día siguiente, y es asignado a los partidos bajo el principio de equidad, razón por la cual los horarios de transmisión se distribuyen mediante sorteo público, para "asegurar a todas las agrupaciones políticas que oficialicen listas de candidatos, la rotación en todos los horarios y al menos dos veces por semana en horario central en los servicios de comunicación audiovisual".

Cabe aclarar que en Argentina, aunque los espacios en radio y televisión los sufraga el Estado, la aportación que éste hace para la publicidad electoral no cubre el costo de producción de los mensajes de campaña. Éste debe ser cubierto por los partidos políticos (artículo 43 *octies*) que, además, deben cuidar que los mensajes sean inclusivos, subtitulándolos cuando se transmitan por televisión. (Artículo 43 *nonies*).

3.2.2. Chile

En el caso de Chile, como parte del financiamiento público indirecto que se entrega a los partidos políticos, el Estado contempla la garantía de acceso gratuito a medios de comunicación. Sin embargo, esa prerrogativa está limitada a los periodos electorales (para propaganda electoral) y sólo es aplicable a la televisión pública o

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

bajo control del Estado, lo que implica que la legislación chilena diferencia entre lo que es la propaganda electoral y la difusión política.

De conformidad con la Ley No. 18700 Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, en su artículo 31, párrafo 5, se establece que la propaganda electoral puede ser contratada libremente por las fuerzas políticas, a quienes dichas radiodifusoras están obligadas a ofrecer un trato equitativo, toda vez que el referido párrafo señala que “no podrán discriminar en el cobro de las tarifas entre las distintas candidaturas o proposiciones, según se trate de elecciones o plebiscitos”.

Este párrafo también señala que esa publicidad para las candidaturas o posturas en los plebiscitos sólo pueden ser adquiridas por los candidatos, los partidos políticos o los administradores electorales. Lo que implica que no pueden ser contratados por terceros como una forma de donación.

Ahora bien, el párrafo 6 del mismo artículo 31, establece el periodo en el cual puede realizarse la propaganda electoral por medio de radiodifusoras, mismo que comprende desde el día 60 y hasta el tercer día previo a la realización de elecciones o plebiscitos, incluyendo ambos días. En el caso de segunda vuelta en la elección presidencial o en la elección de gobernadores (prevista en los artículos 26 y 111 de la Constitución, respectivamente), el periodo para realizar la propaganda electoral puede realizarse entre el día 14 y hasta el tercer día previo a la votación de dicha segunda vuelta (Artículo 31, párrafo 7).

Además de la propaganda electoral contratada por los partidos políticos, el artículo 34 de Ley 18700 de Chile, señala que las emisoras radiales deben emitir 6 *spots* de entre 30 y 40 segundos de duración, en una franja horaria que comprende de las 7:00 y hasta las 22:00 horas, con información electoral útil para los ciudadanos, y sin favorecer a ningún partido o candidato. Estos mensajes son de servicio público y tienen como finalidad promover la participación ciudadana.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Así, aunque hay límites temporales para contratación de la propaganda electoral en radio, este medio no está incluido en el financiamiento público indirecto que otorga el Estado de Chile.

Respecto a la televisión, los partidos políticos sí tienen garantía de acceso a espacios gratuitos para propaganda electoral en este medio, porque el artículo 32 de la Ley 18700 de Chile mandata que: “Los canales de televisión de libre recepción deberán destinar gratuitamente treinta minutos diarios de sus transmisiones a propaganda electoral en los casos de elección de presidente de la República, de diputados y senadores, únicamente de diputados o de plebiscitos nacionales”.

Sin embargo, el tiempo de gratuidad puede aumentar en función del tipo de elección. Si se trata de un proceso electoral en el que se eligen presidente, diputados y senadores, los canales de televisión de libre recepción deben destinar cuarenta minutos diarios de su tiempo de transmisión a la propaganda electoral. De éstos, veinte minutos serán para la elección presidencial y veinte para diputados y senadores (Artículo 32, párrafo 2).

En Chile, la distribución del tiempo se realiza de la siguiente forma:

a. Los 30 o 20 minutos que se destinan a la elección presidencial, según el caso que corresponda, se asignarán a los candidatos de forma igualitaria. Si hubiese segunda vuelta, el tiempo de gratuidad será de 10 minutos diarios y también se asignará de forma equitativa entre quienes contiendan (Artículo 32, párrafo 3).

b. Para el caso de diputados y senadores, los 30 o 20 minutos con que cuenten se asignarán en función del número de votos obtenidos en la última elección de diputados (Artículo 32, párrafo 4).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Si se trata de un partido que no hubiese participado en esa última elección, se le asignará el mismo tiempo que al partido político con el menor número de votos. (Artículo 32, párrafo 4).

c. En caso de pacto entre diferentes fuerzas políticas, pueden sumarse los minutos que correspondan a cada una (Artículo 32, párrafo 4).

d. A las candidaturas independientes les corresponde el mismo número de minutos que a los partidos con menor votación (Artículo 32, párrafo 5).

De acuerdo con el párrafo 7 del artículo 32, la propaganda electoral gratuita en los canales televisivos sólo puede realizarse entre el día 30 y el tercer día previos a la realización del proceso electoral correspondiente.

En el caso de los tiempos no electorales, la ley chilena no prevé el acceso gratuito de las fuerzas políticas a espacios televisivos. Tampoco especifica si pueden o no ser libremente contratados, aunque se infiere que sí pueden, dado que en el artículo 40 de la Ley No. 18603 Orgánica Constitucional de los Partidos Políticos (Ley 18603 de Chile), señala que se establece que el financiamiento directo no electoral que el Estado otorga a los partidos políticos debe destinarse a la difusión de sus principios e ideas.

A partir de ello se infiere que los partidos políticos pueden contratar publicidad y propaganda en radio y televisión en tiempo no electorales para difundir sus principios, ideas y actividades. Incluso pueden financiarlas con los fondos públicos que les entrega el Estado.

La única restricción que tienen es que los contratos que celebran para dicha publicidad, o para cualquier otro acto, de acuerdo con el artículo 45 de la Ley 18603 de Chile, debe regirse por las reglas generales, como la que establece que: “Los partidos políticos no podrán celebrar contratos a título oneroso en condiciones

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

distintas de las de mercado o cuya contraprestación sea de un valor superior o inferior al de mercado".

3.2.3. Uruguay

En la legislación de la República Oriental de Uruguay, los partidos políticos tienen permitido contratar espacios de propaganda en radio y/o televisión, debido a que la prerrogativa que ofrece el Estado en esta materia se acota a los medios públicos de radio y televisión y a los periodos electorales. Así está establecido en la Ley 17045, que Dicta las Normas Referidas a la Publicidad Electoral.

La permisividad de las fuerzas políticas para contratar libremente espacios en radio y televisión, públicos o de pago, en periodo de campaña electoral está señalada en el artículo 1 de dicho ordenamiento que, expresamente, señala que: los partidos políticos podrán iniciar su publicidad electoral en los medios de radiodifusión, televisión abierta y televisión para abonados sólo a partir de: cuarenta días para las elecciones internas; cincuenta días para las elecciones nacionales; veinte días en caso de realizarse una segunda vuelta; y cuarenta días para las elecciones departamentales.

El artículo 2 de la Ley 17045, señala que para la publicidad electoral, el Estado uruguayo ofrece espacios gratuitos en radio y televisión a través del "Canal 5 y el Sistema Nacional de Televisión (SNT), los canales que retransmiten su señal y las radioemisoras pertenecientes al Sistema Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos (SODRE)".

De acuerdo con el artículo 3 de esta Ley, tienen derecho a esos espacios gratuitos sólo los candidatos a la presidencia de la República presentados por partidos políticos que tengan representación parlamentaria.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El espacio gratuito en los medios públicos se otorga, de acuerdo con el artículo 3, en horario central, tanto al inicio de la campaña electoral nacional como al final. El tiempo otorgado es de 20 minutos para contendientes a la presidencia, 5 para el mensaje inicial y 15 para el final, que en todos los casos serán transmitidos a la misma hora, en días hábiles. Para el mensaje inicial, se emplean los minutos otorgados en los primeros días hábiles del periodo de propaganda establecido; para el mensaje final, en cambio, se buscará transmitir el mensaje en los días hábiles más cercanos a la elección, cuando todavía está permitida la propaganda electoral.

Es importante destacar que, en un esfuerzo de equidad, el artículo 3 establece que la asignación de los espacios para la transmisión de los mensajes de los candidatos se hará por sorteo.

Adicionalmente, el artículo 4 de la Ley 17045 de Uruguay, establece que:

> Todos los candidatos presidenciales de los partidos políticos con representación parlamentaria, así como aquellos partidos que en las elecciones internas hayan alcanzado un porcentaje igual al 3% (tres por ciento) de los habilitados para votar, dispondrán para la elección nacional de octubre de dos minutos diarios de publicidad.

Esto implica que la prerrogativa no se extiende a partidos políticos de reciente creación.

Finalmente, el artículo 5 de la Ley 17045 establece que, en caso de segunda vuelta, el Canal 5 y el Sistema SODRE, los canales que retransmiten su señal y las radioemisoras pertenecientes al SODRE, otorgarán a cada candidato que participen en esa segunda vuelta un espacio de 15 minutos, bajo las mismas condiciones que las señaladas en el artículo 3.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Ese espacio puede ser utilizado por otros candidatos a la presidencia, que hayan quedado fuera de la contienda, u otros lemas, partidos o sectores, para que expresen su apoyo a un candidato en la segunda vuelta (Artículo 6, párrafo 2).

En cuanto a los tiempos no electorales, la legislación uruguaya no señala de manera expresa que las fuerzas políticas tengan prohibido contratar espacios publicitarios en emisoras de radio y/o canales televisión, públicos o privados. Por lo que se infiere que tienen permitido la contratación comercial de dichos espacios.

3.2.4. Canadá

La Ley de Elecciones de Canadá garantiza a los partidos políticos y candidatos el acceso a espacios gratuitos en radio y televisión, en medios públicos y privados, durante los periodos electorales, que comienzan desde que se emite la convocatoria de elecciones y terminan a la medianoche del día anterior a la celebración de los comicios.

El modelo canadiense tiene la particularidad que los espacios gratuitos que se garantizan en la radio y la televisión son complementarios de los tiempos que los partidos políticos compran en dichos medios, los cuales se reparten mediante un acuerdo negociado entre todas las fuerzas políticas, vigilado por la figura del Árbitro de Radiodifusión.

La figura del Árbitro de Radiodifusión se instituyó mediante el artículo 332, numeral 1, de la Ley de Elecciones de Canadá, y tiene como misión fundamental distribuir los espacios que las estaciones de radio y los canales de televisión ponen a disposición de los partidos políticos, los de compra y los gratuitos.

Los espacios comprados, de acuerdo con lo señalado en artículo 335, numeral 1, pueden ser destinados a la transmisión de mensajes de publicidad electoral o de programas de contenido político de mayor duración. Para ello, el tiempo que cada

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

emisor de radio o televisión debe reservar para su venta a los partidos políticos es de 6 horas y media (390 minutos) y debe estar dentro de la franja de máxima audiencia. En el caso de la radio, ese horario comprende desde las 06:00 a las 9:00 horas y de las 14:00 a las 19:00 horas; para la televisión el horario de mayor audiencia va desde las 18:00 hasta las 24:00 horas, según establece la propia ley (Artículo 319).

En el caso de los espacios pagados, las tarifas aplicadas a los partidos políticos o candidatos no pueden ser mayores a la tasa más baja cobrada a cualquier persona durante el periodo electoral, según establece el artículo 348, inciso a).

Esos tiempos se asignan, según el artículo 338, numeral 1, de la Ley Electoral en función de tres criterios:

a. El porcentaje de escaños en la Cámara de los Comunes obtenido por cada partido registrado en la elección general previa.

b. El porcentaje de voto popular obtenido por cada partido registrado (partidos inscritos en el Registro de Partidos Políticos y que ha demostrado tener apoyo electoral, ha nombrado un representante y cuentan con un auditor oficial) en la elección general anterior

c. El número de candidatos presentados por los partidos registrados, como proporción del total de candidatos presentados por dichos partidos en la elección previa.

Cuando los partidos políticos opten por formar coaliciones, o decidan fusionarse, para la asignación de los tiempos pagados en radio y televisión, el Árbitro de Radiodifusión debe considerar la suma del porcentaje de escaños y la suma del porcentaje de votos de las fuerzas políticas que decidan unirse a la coalición o

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

fusión. En el criterio del inciso c), se tomará en cuenta el número de candidatos del partido que haya presentado la mayor cantidad de éstos (Artículo 338, numeral 2).

De estos tiempos reservados para la venta a los partidos políticos, ninguno de ellos puede disponer de más del 50% de las horas de emisión disponibles. En caso de que el cálculo realizado por el Árbitro de Radiodifusión sea mayor a ese porcentaje, sólo se le asignará el 50%. (Artículo 338, numeral 4). Si el cálculo de tiempos resultara en una asignación que el Árbitro considera injusta o contraria al interés público, éste tiene la facultad para modificar la distribución de los espacios (Artículo 338, numeral 5).

Estos tiempos pueden adquirirlos, además de los partidos registrados, los partidos políticos elegibles, que son aquellos que cumplen con los requisitos para inscribirse en el Registro de Partidos Políticos y han hecho la solicitud para ello, pero todavía no cuentan con registro.

A los partidos registrados, el Árbitro de Radiodifusión les asigna el tiempo que puedan comprar mediante los criterios ya señalados; los partidos elegibles, de acuerdo con el artículo 339, numeral 1, sólo pueden adquirir la cantidad más pequeña asignada a los partidos registrados o 6 minutos. Ningún partido puede adquirir más de 39 minutos (Artículo 339, numeral 4).

En cuanto a los tiempos gratuitos, éstos se establecieron en el artículo 345, numeral 1, de la propia Ley de Elecciones, que señala que durante el periodo electoral, todo operador de radio y televisión, en función del tipo de licencia con el que cuente, debe poner a disposición de los partidos políticos registrados y de los partidos elegibles tiempo gratuito para la transmisión de publicidad y de programas políticos producidos por las propias fuerzas políticas o en nombre de éstas.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

El artículo 345, numeral 2, señala que la cantidad mínima de estos espacios no puede ser inferior al tiempo gratuito otorgado a las fuerzas políticas en la elección general previa, distribuyéndose de acuerdo con los siguientes lineamientos:

a. Dos minutos para cada partido registrado o elegible que no haya participado en la compra de tiempo en radio y televisión, porque así lo decidió o porque no pudo participar en la reunión que el Árbitro de Radiodifusión convoca para tal fin.

b. El resto del tiempo se distribuye entre los partidos registrados y elegibles a los que ya se les ha asignado tiempo aire de pago en radio y/o televisión.

En el caso de los tiempos gratuitos, sólo el costo de la emisión es financiado por el Estado, los costos de producción deben ser sufragados por los propios partidos políticos (Ver cuadro comparativo número 4).

Cuadro Comparativo No. 4. Modelos de acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión acotados a periodos electorales por países seleccionados de América.

Países que lo aplican	Argentina	Chile	Uruguay	Canadá
Tiempo asignado	**5%** del tiempo total de la programación de los canales de radio y televisión.	**30 minutos diarios** para elección presidencial, elección del poder legislativo en conjunto o sólo elección de diputados; o **40 minutos diarios** en elecciones coincidentes del poder ejecutivo y el poder legislativo (diputados y senadores).	**20 minutos** por candidato para sus mensajes inicial y final de campaña. **2 minutos diarios** por candidato a la presidencia de la República.	El **tiempo gratuito** no puede ser inferior al otorgado a las fuerzas políticas en la elección general anterior.
Criterio de distribución entre fuerzas políticas	**50% en forma igualitaria** entre todas las agrupaciones políticas que oficialicen precandidatos; y **50% restante** entre todas las agrupaciones políticas que oficialicen precandidaturas en forma proporcional a la cantidad de votos obtenidos en la elección general anterior para la categoría diputados nacionales	Para la elección presidencial, el tiempo se distribuye de forma **igualitaria entre los candidatos a la presidencia** de la República; Para las elecciones al cargo de diputado o senador, el tiempo se distribuye en **proporción al número de votos obtenidos en la anterior elección similar.** **Si el partido no participó en dicha elección o se trata de un candidato independiente,** se le asignará el mismo tiempo que al partido político que hubiera obtenido el menor número de votos.	**20** minutos **se asignan de forma igualitaria a todos los candidatos a la presidencia** de la República, distribuidos de la siguiente forma: **5 minutos** para el mensaje inicial de la campaña; y **15 minutos** para el mensaje final de la campaña. **2 minutos diarios**, se asignan de forma igualitaria a todos los candidatos a la elección presidencial cuyo partido tenga representación parlamentaria o a candidatos que en la elección interna de su partido hayan alcanzado un mínimo de votos equivalente al 3% del registro electoral.	Dos minutos **para cada partido registrado o elegible que no haya participado en la compra de tiempo en radio y televisión**. El resto del tiempo se distribuye entre los partidos registrados y elegibles a los que ya se les ha asignado tiempo aire de pago en radio y/o televisión.
Tipo de medios	Emisoras de radiodifusión televisiva y sonora abierta o por suscripción	Sólo medios televisivos de libre recepción (televisión abierta).	Estaciones de radio y canales de televisión estatales.	Todo operador de radio y televisión, en función del tipo de licencia
Actores beneficiados	Agrupaciones políticas	Partidos políticos con y sin representación parlamentaria y candidatos independientes.	Los candidatos presidenciales y candidatos de partidos	Partidos políticos
Franja horaria	De las 7:00 A. M. a la 1:00 A. M. del día siguiente.	De 7:00 a las 22:00 horas.	Horario central, sin definir la franja horaria.	En radio, de las 06:00 a las 9:00 horas y de las 14:00 a las 19:00 horas. En televisión desde las 18:00 hasta las 24:00 horas
Tipo de campaña	Precampañas y campañas para elecciones generales.	Elección presidencial, legislativa o conjunta.	Elección presidencial	Elecciones legislativas.
Publicidad contratada por actores beneficiados	Permite la publicidad pagada en radio o televisión.	Permite la contratación de publicidad en radio, no en televisión	Permite la publicidad contratada en radio y televisión, abierta y de pago.	Permite la contratación de publicidad pagada

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de los Servicios de Información y Análisis Especializados adscrita a la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a la Secretaría de Servicios Parlamentarios de la Cámara de Diputados, con información de las leyes secundarias de los países seleccionados.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

4. Acceso permanente y gratuito del organismo electoral a espacios en radio y televisión en México y América Latina.

Este capítulo tiene como objetivo presentar el modelo de acceso permanente y gratuito a espacios en la radio y televisión del Instituto Nacional Electoral, en perspectiva comparada con respecto a países seleccionados de América Latina.

En México, el Instituto Nacional Electoral es el organismo facultado para administrar los tiempos oficiales del Estado en radio y televisión, que se destinan a dos funciones básicas: la prerrogativa de los partidos políticos de tener acceso permanente y gratuito a los espacios en los medios audiovisuales y, a la comunicación social del propio Instituto o de otras autoridades electorales, como los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE´s) de cada entidad federativa o el Tribunal Electoral, de acuerdo con lo establecido en artículo 160 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE).

En este modelo, los tiempos otorgados a la comunicación social del Instituto son diferentes en los periodos electorales y los no electorales. A nivel de elecciones federales, los primeros comprenden desde el inicio de las precampañas y hasta la finalización de la jornada electoral. Durante ese lapso, el órgano electoral dispone, de conformidad con el artículo 165 de la LGIPE, de 48 minutos diarios en cada estación de radio y en cada canal de televisión, mismos que deben ser distribuidos a lo largo de la programación en 2 o 3 minutos por hora de transmisión, entre las 6:00 y las 24:00 horas (artículo 166, LGIPE).

De esos 48 minutos, el tiempo que se pone a disposición del Instituto es de 18 minutos durante las precampañas, de acuerdo con el artículo 168, numeral 5, de la LGIPE y de 7 minutos durante los periodos de campañas federales, de conformidad con el artículo 169 del mismo ordenamiento. Esos minutos deben ser para la emisión de mensajes del propio Instituto o de cualquier otra autoridad electoral, misma que deberá solicitar el espacio al Instituto Nacional Electoral.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Los mensajes del Instituto deben emitirse en el horario ya señalado, en inserciones de 20 o 30 segundos, según determine la autoridad electoral, bajo el supuesto de que todos los *spots* que realice deberán ser de la misma duración (Artículo 14 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTVME).

En el periodo comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas electorales federales (inter-campañas), de los 48 minutos que administra el Instituto Nacional Electoral, éste puede disponer del 50% para la emisión de sus propios mensajes, tal como se establece en el artículo 19 del RRTVME.

Entre el cierre de las campañas federales y la realización de la jornada electoral, el Instituto dispone del total de los 48 minutos para la emisión de sus mensajes y de otras autoridades electorales, de acuerdo con el artículo 20 del mismo Reglamento.

Por lo que se refiere a los periodos no electorales, el artículo 181 de la LGIPE establece que el Instituto administra hasta el 12% de los tiempos oficiales del Estado en radio y televisión, equivalentes a 13 minutos y 33 segundos (Ver tabla número 3), de los cuales puede disponer del 50% para sus propios fines o de las otras autoridades electorales (Ver tabla número 3).

Las inserciones durante periodos no electorales deben transmitirse entre las 6:00 y las 24:00 horas, en pautas aprobadas de forma semestral por la autoridad electoral de 20 o 30 segundos.

Tabla No. 3. Modelo de acceso del Instituto Nacional Electoral a tiempos permanentes y gratuitos de la radio y la televisión.

Periodo		Tiempo
Electoral	Precampaña	18 minutos
	Campaña electoral	7 minutos
	Inter-campañas	24 minutos
	Cierre de campaña y jornada electoral	48 minutos
No electoral		6 minutos, 47 segundos

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de los Servicios de Información y Análisis Especializado de la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a los Secretaría de Servicios Parlamentario de la Cámara de Diputados, con información de la LGIPE y el RRTVME.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

En América Latina hay cuatro naciones que tienen un modelo de acceso del organismo electoral a tiempos gratuitos en radio y televisión, con características similares al mexicano: Chile, Costa Rica, Venezuela y El Salvador.

En el caso de Chile, el Servicio Electoral (SERVEL) cuenta con acceso a medios de comunicación masiva, aunque acotado a periodos electorales y a las emisoras de radio.

De acuerdo con el artículo 34 de la Ley 18700 Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios, desde el día 60 hasta el día 3 antes de la elección, las radioemisoras deben disponer de 3 o 4 minutos diarios para la difusión de seis spots con información útil para la ciudadanía, cuyo contenido es determinado por el SERVEL.

Las inserciones del SERVEL deberán tener una duración mínima de 30 segundos y máxima de 40 segundos y deben ser transmitidas entre las 7 horas y las 22 horas. Las estaciones de radio comunitarias están exentas de esta obligación.

Para Costa Rica, el artículo 11 de la Ley de Radio (Ley 1758), establece que desde que se emite la convocatoria de elecciones y hasta la realización de éstas, el Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) puede disponer de los 30 minutos semanales que las estaciones de radio y televisoras comerciales deben ceder de forma gratuita al Ministerio de Educación Pública, con la finalidad de que este Tribunal de instrucciones o información a la ciudadanía sobre temas cívicos y culturales.

El número de inserciones y la duración de éstas son determinados por el Tribunal, en función de sus necesidades, de acuerdo con el artículo 2, párrafo 2, del Reglamento para la Regulación del Tiempo Efectivo que los Medios Radiofónicos y Televisivos Cederán de Forma Gratuita al TSE Durante los Procesos Electorales (Decreto 02-2013).

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Cada estación de radio y canal de televisión debe indicar al órgano electoral de Costa Rica los espacios que, dentro de su horario de programación, le cede para tal finalidad. Sin embargo, el artículo 3 de dicho Reglamento, establece que 15 minutos deben ser distribuidos entre los diferentes estratos en que cada estación de radio y canal de televisión clasifique su programación y niveles de audiencia. De estos 15 minutos, por lo menos 5 deben ser programados en horarios de máxima audiencia.

En Venezuela, el artículo 84 de la Ley Orgánica de Procesos Electorales establece que el Consejo Nacional Electoral dispone, en forma gratuita, de hasta 5 minutos diarios en estaciones de radio y canales de televisión abierta y de paga para la difusión de mensajes relativos al proceso electoral. No obstante, la ley no indica la franja horaria para transmisión de dichos mensajes, ni la duración de las inserciones a la que tiene derecho el organismo electoral venezolano.

En El Salvador, en el caso específico de difusión de mensajes sobre el voto, por ser éste una función de interés público, el Código Electoral, en el artículo 281, señala que los medios de comunicación masiva social están obligados a difundir, de forma gratuita, los comunicados de interés general que emita el Tribunal Supremo Electoral. Sumado a ello, durante el proceso electoral y, de forma especial, el día de las elecciones, sólo el Tribunal puede difundir instrucciones para la población a nivel nacional, por lo cual las estaciones de radio y canales de televisión se enlazarán en cadena nacional.

Las leyes, códigos y reglamentos de El Salvador no especifican franjas horarias ni duración de las inserciones para los comunicados e instrucciones que pueda emitir el órgano electoral.

Adicionalmente, el artículo 61 de la Ley de Partidos Políticos establece que, de los 30 minutos diarios gratuitos disponibles para los partidos políticos durante los cinco

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

días previos al cierre de las campañas electorales, los espacios asignados a las fuerzas políticas que no hayan sido empleados por éstas serán utilizados para la difusión de mensajes de educación electoral. Con base en ello, los tiempos que así aproveche el Tribunal Supremo Electoral se emitirán entre las 19:00 y 22:00 horas, y su duración dependerá del tiempo que se haya asignado al partido político que no utilizó. (Ver cuadro comparativo número 5).

Cuadro Comparativo No. 5. Modelos de acceso del órgano electoral a tiempos gratuitos de radio y televisión en periodos electorales en países seleccionados de América Latina.

País	Tiempo	Periodicidad	Franja horaria	Duración del *spot*
Chile	De 3 a 4 minutos	Diarios	7:00 a 22:00 hrs	30 a 40 segundos.
Costa Rica	30 minutos	Semanales	A lo largo de la programación, 5 minutos en *prime time*	Determinada por el órgano electoral.
Venezuela	Hasta 5 minutos	Diarios	No especificada	No especificada
El Salvador	No especificado para comunicados e instrucciones del TSE. Tiempo no utilizado por los partidos políticos	No especificada. Diaria	No especificada. 19:00 a 22:00 horas	No especificada No especificada

Elaborado por la Subdirección de Análisis Económico de la Dirección de los Servicios de Información y Análisis Especializado de la Coordinación de los Servicios de Información, Bibliotecas y Museos adscrita a los Secretaría de Servicios Parlamentario de la Cámara de Diputados, con información de las leyes y reglamentos de cada país.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Conclusiones.

Después de realizar esta investigación, se llegan a las siguientes conclusiones:

PRIMERA. En México, la prerrogativa indirecta relacionada con los tiempos que gozan los partidos políticos y los organismos electorales para tener presencia en la radio y la televisión, se obtienen de los tiempos oficiales del Estado mexicano, los cuales se dividen en tiempos del Estado y fiscales.

En México, los partidos políticos nacionales y locales, el Instituto Nacional Electoral y los Organismos Públicos Locales Electorales se benefician de la prerrogativa indirecta relacionada con el acceso a tiempos permanentes y gratuitos en la radio y la televisión, con la finalidad de promover sus programas de acción durante los periodos no electorales y, para que los partidos políticos promocionen sus plataformas electorales durante los procesos electorales.

A partir de la reforma electoral de 2007, el modelo vigente de comunicación político-electoral prohíbe a los partidos políticos nacionales y locales, a las personas físicas y morales que contraten tiempos en estos medios masivos de comunicación con recursos propios.

SEGUNDA. En México, de acuerdo con el análisis temporal relativo al marco jurídico sobre el acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión, se encontraron tres modelos: el primero se define como de gratuidad pura, porque tal prerrogativa se otorgaba a los partidos políticos y no se contemplaba que contrataran tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios, modelo que se observa en las reformas político-electorales de 1973, 1977 y 1987.

El segundo modelo es el híbrido, el cual permite expresamente que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión con sus recursos propios y,

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

simultáneamente, reciban esta prerrogativa de manera gratuita por parte del Estado mexicano. El modelo híbrido emergió con las reformas al COFIPE de 1990, 1993 y 1996.

El tercero, el modelo de prohibición, impide que los partidos políticos contraten tiempos en la radio y la televisión, manteniéndoles la prerrogativa de acceso permanente y gratuito a partir de los tiempos oficiales. Este modelo se observa en las reformas constitucionales de 2007, 2014 y la iniciativa de reforma electoral, presentada por el titular del Poder Ejecutivo, en 2022.

TERCERA. Con base en el análisis de la legislación en la materia, de la muestra de países, se observó que, los partidos políticos en México, Perú y Brasil gozan de la prerrogativa de acceso a los tiempos gratuitos de la radio y la televisión tanto en los periodos no electorales como en las campañas electorales. En Argentina, Chile, Uruguay y Canadá, los partidos políticos se benefician de esta prerrogativa únicamente durante los periodos electorales.

CUARTA. Se encontró evidencia jurídica que México, Chile, Costa Rica, Venezuela y El Salvador son países que tienen acceso gratuito a estos medios de comunicación masiva, con respecto a sus organismos electorales

QUINTA. La iniciativa de reforma electoral propuesta por el titular del Poder Ejecutivo Federal no modifica sustancialmente el modelo de acceso permanente y gratuito de los partidos políticos a la radio y la televisión, se centra en reducir el acceso de estos tiempos al organismo electoral nacional y que este organismo administre los tiempos de las estaciones y canales de cobertura local, correspondiente a la entidades federativas, con el resultado de que se incremente el tiempo destinado a los partidos políticos nacionales y de las entidades federativas.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Bibliografía

Carpizo, J. (1979). *La reforma política mexicana de 1977*. *Anuario jurídico*, *6*, 39 100. Disponible en: https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2107/5.pdf

Concha, C. H. A. (2016). *La reforma político electoral de 1994: El año que vivimos en peligro.* INE. Marca de agua ediciones. México. (63). Disponible en: https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/04/IFE_presenciaylegado.pdf

Díaz M. F. (2001). *El acceso de los partidos políticos a los medios electrónicos de comunicación masiva.* Disponible en: https://tecnologias-educativas.te.gob.mx/RevistaElectoral/content/pdf/a-2001-02-015-045.pdf

Trejo, H. I. (2009). *Los tiempos oficiales y su normatividad.* Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Disponible en: https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2654/16.pdf

Marco Jurídico

Argentina

Poder Judicial de la Nación. *Constitución de la Nación Argentina.* (1995). [Const.]. Disponible en: https://www.electoral.gob.ar/nuevo_legislacion/pdf/constitucion.pdf.

Poder Judicial de la Nación. *Ley 19945. Código Electoral Nacional*. [Ley]. Disponible en: https://www.electoral.gob.ar/nuevo_legislacion/pdf/19945.pdf.

Poder Judicial de la Nación. *Ley 26215*. *Ley de financiamiento de los partidos políticos*. [Ley]. Disponible en: https://www.electoral.gob.ar/nuevo_legislacion/pdf/26215.pdf.

Poder Judicial de la Nación. *Ley 26522*. *Servicios de Comunicación Audiovisual*. [Ley]. Disponible en: http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/texact.htm.

Brasil

Presidencia de la República. *Constitución de la República Federal de Brasil*. (1988). [Const.]. Disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm

Presidencia de la República. *Ley 9096, de los Partidos Políticos*. (1995). [Ley]. Disponible en: https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/128844/lei-organica-dos-partidos-politicos-lei-9096-95.

Presidencia de la República. *Ley 9504, de las Elecciones Generales.* (1997). [Ley]. Disponible en: https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/111048/lei-eleitoral-lei-9504-97.

Canadá

Cámara de los Comunes. *Ley de Elecciones de Canadá.* (2000). [Ley]. Disponible en: https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-2.01/.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Chile

Ministerio Secretaría General de la Presidencia. *Constitución Política de la República de Chile*. [Const.]. Disponible en: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=242302.

Ministerio Secretaría General de la Presidencia. *Ley Orgánica Constitucional No. 18603, Referida a los Partidos Políticos.* [Ley]. Disponible en: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1107684.

Ministerio Secretaría General de la Presidencia. *Ley No. 18.700, Orgánica Constitucional Sobre Votaciones Populares y Escrutinios.* (2017). [Ley]. Disponible en: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1108229

Costa Rica

Tribunal Supremo de Elecciones. (2013). *Reglamento para la Regulación del Tiempo Efectivo que los Medios Radiofónicos y Televisivos.* Disponible en: http://ride.tse.go.cr/bitstream/handle/123456789/8619/tiempoefectivoenmediosgratuita%5b1%5d.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Asamblea Legislativa Costa Rica. *Ley 1758. Ley de Radio*. [Ley]. Disponible en: https://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaLeydeRadio1758(1967).pdf

El Salvador

Tribunal Superior Electoral. *Código Electoral.* (1993). Disponible en: https://www.tse.gob.sv/laip_tse/index.php/marconormativo/codigoelectoral

Asamblea Legislativa. *Ley de Partidos Políticos de El Salvador.* (2014). [Ley]. Disponible en: https://www.tse.gob.sv/documentos/normativa-electoral/Ley-de-Partidos-Politicos-de-El-Salvador.pdf.

México

Cámara de Diputados. *Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago de impuesto que se indica, con algunas modalidades.* (07 de julio de 1969). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/copias.php?acc=ajaxPaginas&paginas=todas&seccion=UNICA&edicion=198660&ed=MATUTINO&fecha=01/07/1969

Cámara de Diputados. *Ley Federal de Radio y Televisión*. (1960). [Ley]. Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfrt/LFRT_abro.pdf

Cámara de Diputados. *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. [Ley]. (2014). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_200521.pdf

Cámara de Diputados. *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales*. [Ley]. (2014). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPE_130420.pdf

Cámara de Diputados. *Ley General de Partidos Políticos* [Ley] (2014). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5345955&fecha=23/05/2014#gsc.tab=0

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Cámara de Diputados. *Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales*. [Ley]. (1977). Diario Oficial de la Federación: 44. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4672344&fecha=30/12/1977&cod_diario=201306

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales [Código]. *Reforma en materia electoral.* (2008). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5028346&fecha=14/01/2008#gsc.tab=0

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales [Código]. (Abrogado). (1996). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/cofipe/COFIPE_ref08_22nov96.pdf

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. [Código]. *Reforma.* (1993) Diario Oficial de la Federación. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4786683&fecha=24/09/1993#gsc.tab=0

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales [Código]. *Reforma.* (1990). Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4671699&fecha=15/08/1990#gsc.tab=0

Código Federal Electoral [Código]. *Reforma.* (1987). Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4638888&fecha=12/02/1987#gsc.tab=0

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). [Const.]. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [Const.]. *Reforma constitucional en materia electoral.* (2007) Diario Oficial de la Federación. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5005999&fecha=13/11/2007#gsc.tab=0

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [Const.]. Reforma constitucional en materia electoral. (1977). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4664439&fecha=06/12/1977#gsc.tab=0

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. [Const.]. *Reforma constitucional en materia política-electoral.* (2014) Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5332025&fecha=10/02/2014#gsc.tab=0

Ejecutivo Federal (2022). *Iniciativa con por el que se reforman, derogan y adicionan diversos artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia electoral*. Publicada en la Gaceta Parlamentaria del 28 de abril de 2022. Disponible en: http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/65/2022/abr/20220428-XI.pdf#page=2

Secretaría de Gobernación. *Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales.* (1969). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/copias.php?acc=ajaxPaginas&paginas=todas&seccion=UNICA&edicion=199165&ed=MATUTINO&fecha=21/08/1969

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Secretaría de Gobernación. *Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica.* (2002). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=719697&fecha=10/10/2002#gsc.tab=0

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radios y televisión, el pago del impuesto que se indica, con algunas modalidades.* (1969). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4621156&fecha=01/07/1969&cod_diario=198660

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. *Ley de Ingresos de la Federación*. [Ley]. (1968). Diario Oficial de la Federación. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/copias.php?acc=ajaxPaginas&paginas=todas&seccion=UNICA&edicion=208274&ed=MATUTINO&fecha=31/12/1968

Perú

Congreso de la República. *Constitución Política del Perú.* (1993). [Const.]. Disponible en: https://www.congreso.gob.pe/Docs/constitucion/constitucion/Constitucion-Febrero2022.pdf.

Congreso de la República. *Ley 26859. Ley Orgánica de Elecciones.* (1997). [Ley]. Disponible en: https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/368389-26859.

Congreso de la República. *Ley 28094. Ley de Organizaciones Políticas.* (2003). [Ley]. Disponible en: https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0107/Ley-de-Organizaciones-Politicas.pdf.

Oficina Nacional de Procesos Electorales. *Reglamento de Financiamiento y Supervisión de Fondos Partidarios.* (2020). https://reformaspoliticas.org/wp-content/uploads/2020/11/REGLAMENTO-DE-FINANCIAMIENTO-Y-SUPERVISION-DE-FONDOR-PARTIDARIOS.pdf.

Uruguay

Asamblea General. *Ley No. 17.045 Regulación de la Publicidad Electoral.* (2009). [Ley]. Disponible en: https://www.impo.com.uy/bases/leyes/17045-1998.

Venezuela

Asamblea Nacional. *Ley Orgánica de Procesos Electorales.* (2009). [Ley]. Disponible en: http://www4.cne.gob.ve/onpc/web/documentos/Leyes/Ley_Organica_de_los_Procesos_Electorales.pdf.

Bases de datos y páginas web.

Dirección Nacional Electoral (2022). *Publicidad electoral en servicios de comunicaci*ón audiovisual. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/interior/dine/publicidad.

Instituto Nacional Electoral (2017). *La administración de los tiempos que corresponden al Estado en radio y televisión para fines electorales*.

Disponible en: https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/05/La_Administracion_Tiempos_Estado.pdf

Instituto Nacional Electoral (2020). *Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral*. Disponible en: file:///C:/Users/93413/Downloads/INE-CG198-2020_Proyecto_DJ_28.pdf

Índice de tablas y cuadros comparativos

Tabla No. 1.	Distribución de los tiempos oficiales y electorales en México, por emisiones de radio y televisión. (Minutos diarios).
Tabla No. 2	Distribución horaria por tipo de elección del acceso de los partidos políticos de Brasil a espacios publicitarios gratuitos en radio y televisión.
Tabla No. 3.	Modelo de acceso del Instituto Nacional Electoral a tiempos permanentes y gratuitos de la radio y la televisión.
Cuadro comparativo No. 1.	Reformas al COFIPE en materia de acceso de los partidos políticos a tiempos gratuitos en la radio y la televisión.
Cuadro comparativo No. 2.	Reformas constitucionales en materia de distribución de los tiempos oficiales del Estado mexicano destinados para los procesos electorales federales y de las Entidades Federativas.
Cuadro comparativo No. 3.	Modelos de acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión en México y países seleccionados de América y Europa.
Cuadro comparativo No. 4.	Modelos de acceso de los partidos políticos a espacios gratuitos en radio y televisión acotados a periodos electorales por países seleccionados de América
Cuadro comparativo No. 5.	Modelos de acceso del órgano electoral a tiempos gratuitos de radio y televisión en periodos electorales en países seleccionados de América Latina.

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L

Acrónimos.

COFIPE: Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

INE: Instituto Nacional Electoral.

LFOPPE: Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales.

LGIPE: Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

ONPE: Oficina Nacional de Procesos Electorales.

OPLE´s: Organismos Públicos Locales Electorales.

RRTVME: Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

SERVEL: Servicio Electoral.

SNT: Sistema Nacional de Televisión.

SODRE: Sistema Oficial de Difusión, Radiotelevisión y Espectáculos.

TSE: Tribunal Supremo de Elecciones.

CÁMARA DE
DIPUTADOS
LXV LEGISLATURA

Pulsa el siguiente link para contestar un diagnóstico de la utilidad de este documento: https://cutt.ly/VM9OF2L