

**REGLAMENTO DE RADIO
Y TELEVISIÓN
EN MATERIA ELECTORAL**

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Viaducto Tlalpan No. 100,
Col. Arenal Tepepan
C.P. 14610, Ciudad de México

Julio, 2023

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral

TEXTO VIGENTE

ACUERDO INE/CG267/2014

Aprobado en Sesión Extraordinaria del Consejo General,
celebrada el 19 de noviembre de 2014.

Se adicionan las modificaciones
mediante acuerdos INE/CG198/2020 e INE/CG445/2023.

TÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.....	15
<i>Del objeto y ámbito de aplicación del Reglamento</i>	
Artículo 2.....	15
<i>Del glosario</i>	
Artículo 3.....	21
<i>De los criterios de interpretación</i>	
Artículo 4.....	21
<i>De la supletoriedad</i>	
Artículo 5.....	21
<i>De los órganos competentes</i>	
Artículo 6.....	22
<i>De las atribuciones de los órganos competentes del Instituto</i>	
Artículo 7.....	27
<i>De las bases de acceso a la radio y televisión en materia política o electoral</i>	

TÍTULO SEGUNDO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN

CAPÍTULO I. DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PERIODO ORDINARIO

Artículo 8.....	30
<i>De la asignación del tiempo</i>	
Artículo 9.....	30
<i>De la distribución del tiempo entre partidos políticos y autoridades electorales</i>	

Artículo 10..... 31
De las pautas

Artículo 11..... 32
Del tiempo de las autoridades electorales locales

CAPÍTULO II.

**DISPOSICIONES COMUNES PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO
EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS ELECTORALES**

Artículo 12..... 33
*Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el
inicio de las precampañas y hasta la Jornada Electoral*

Artículo 13..... 34
Del periodo único de acceso a la radio y televisión en precampañas

Artículo 14..... 34
*De la duración de los promocionales de partidos políticos,
coaliciones, candidaturas independientes y autoridades electorales*

Artículo 15..... 35
*De la distribución de promocionales entre partidos políticos
y candidaturas independientes*

Artículo 16..... 37
De la distribución de los promocionales de las coaliciones

Artículo 17..... 38
De la distribución de promocionales en la pauta

Artículo 18..... 38
Del tiempo de las autoridades electorales federales y locales

Artículo 19..... 39
Del periodo de intercampanas

Artículo 20..... 40
*Del periodo comprendido entre la conclusión de las campaña
y la celebración de la Jornada Electoral*

**CAPÍTULO III.
DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN
EN LOS PROCESOS ELECTORALES FEDERALES**

Artículo 21.....	40
<i>Del tiempo disponible para partidos políticos y autoridades electorales durante las precampañas federales</i>	
Artículo 22.....	40
<i>Del tiempo disponible para partidos políticos, coaliciones, candidaturas independientes y autoridades electorales durante las campañas federales</i>	

**CAPÍTULO IV.
DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS
LOCALES CON JORNADA ELECTORAL COINCIDENTE**

Artículo 23.....	41
<i>De la distribución del tiempo para los procesos federales y locales con Jornada Electoral coincidente</i>	
Artículo 24.....	43
<i>De la asignación y distribución de promocionales entre partidos políticos, coaliciones y candidaturas independientes</i>	
Artículo 25.....	43
<i>De las pautas para procesos locales con Jornada Electoral coincidente con la federal</i>	

**CAPÍTULO V.
DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN
EN PROCESOS LOCALES CON JORNADA ELECTORAL NO COINCIDENTE**

Artículo 26.....	44
<i>De la asignación durante el periodo de precampañas</i>	
Artículo 27.....	44
<i>De la asignación durante el periodo de intercampañas</i>	

Artículo 28..... 45
De la asignación durante el periodo de campañas

Artículo 29..... 45
De las pautas para procesos locales con Jornada Electoral no coincidente con la federal

Artículo 30..... 46
De las obligaciones de los Organismos Públicos Locales

CAPÍTULO VI.

DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS

Artículo 31..... 46
Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el inicio de las precampañas y hasta la Jornada Electoral

Artículo 32..... 46
De la cobertura territorial y el tiempo que se destinará en radio y televisión

Artículo 33..... 47
De los distintos supuestos en los procesos electorales extraordinarios

TÍTULO TERCERO DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

CAPÍTULO I. DE LAS PAUTAS Y LOS MATERIALES

Artículo 34..... 47
De la elaboración y aprobación de las pautas

Artículo 35..... 48
De los elementos mínimos que deben contener las pautas

Artículo 36..... 51
De la modificación de pautas

Artículo 37.....	52
<i>De los contenidos de los mensajes</i>	

Artículo 38.....	53
<i>De las especificaciones y calidad de los materiales</i>	

Artículo 39.....	53
<i>De los materiales del Instituto</i>	

**CAPÍTULO II.
DE LA NOTIFICACIÓN DE PAUTAS Y ENTREGA DE ÓRDENES
DE TRANSMISIÓN Y MATERIALES**

Artículo 40.....	53
<i>De la notificación de las pautas</i>	

Artículo 41.....	54
<i>De la entrega de órdenes de transmisión y materiales a concesionarios</i>	

Artículo 42.....	55
<i>De la elaboración y entrega de órdenes de transmisión</i>	

Artículo 43.....	55
<i>De la entrega de materiales a la Dirección Ejecutiva</i>	

Artículo 44.....	58
<i>De los materiales en idiomas y lenguas distintos al español traducidos por los partidos políticos, candidaturas independientes o autoridades electorales</i>	

Artículo 45.....	59
<i>De los materiales en idiomas y lenguas distintos al español traducidos por los concesionarios</i>	

Artículo 46.....	61
<i>De los gastos de producción de los promocionales</i>	

Artículo 47.....	61
<i>Del portal de promocionales</i>	

**CAPÍTULO III.
DEL CATÁLOGO Y MAPAS DE COBERTURA**

Artículo 48.....	61
<i>Del catálogo de emisoras</i>	
Artículo 49.....	63
<i>De las emisoras autorizadas para transmitir en idiomas distintos al español o en lenguas indígenas</i>	
Artículo 50.....	64
<i>De los mapas de cobertura</i>	

**CAPÍTULO IV.
DE LA MULTIPROGRAMACIÓN Y LA TELEVISIÓN RESTRINGIDA**

Artículo 51.....	64
<i>De la multiprogramación</i>	
Artículo 52.....	65
<i>De los concesionarios de televisión restringida</i>	
Artículo 53.....	66
<i>De la retransmisión de señales en servicios de televisión restringida satelital durante procesos electorales federales</i>	
Artículo 54.....	67
<i>De la retransmisión de señales en servicios de televisión restringida satelital durante procesos electorales locales</i>	

**CAPÍTULO V.
DE LAS EMISORAS SOCIALES COMUNITARIAS E INDÍGENAS**

Artículo 55.....	68
<i>De las emisoras sociales comunitarias e indígenas</i>	
Artículo 56.....	68
<i>De la solicitud para cubrir elecciones por sistemas normativos indígenas</i>	

**CAPÍTULO VI.
DE LA REPROGRAMACIÓN Y REPOSICIÓN DE PROMOCIONALES**

Artículo 57.....	69
<i>De la reprogramación</i>	
Artículo 58.....	71
<i>Del catálogo de incidencias</i>	
Artículo 59.....	72
<i>De la reposición de promocionales</i>	
Artículo 60.....	72
<i>De las transmisiones especiales durante programación sin cortes</i>	

**CAPÍTULO VII.
DE LA VERIFICACIÓN DE TRASMISIONES Y
SU PRESUNTO INCUMPLIMIENTO**

Artículo 61.....	74
<i>De la verificación de transmisiones y los monitoreos</i>	
Artículo 62.....	75
<i>De los requerimientos por incumplimiento a la pauta derivado de la omisión en la transmisión de los promocionales</i>	
Artículo 63.....	76
<i>De los requerimientos por incumplimiento a la pauta derivado de la transmisión de promocionales excedentes</i>	
Artículo 64.....	77
<i>De los requerimientos por presunto incumplimiento a la pauta ordenada por el Instituto</i>	
Artículo 65.....	77
<i>De los requerimientos por presunto incumplimiento a la retransmisión de la pauta ordenada por el Instituto en los servicios de televisión restringida</i>	

Artículo 66.....	78
<i>De las vistas por el presunto incumplimiento de la pauta por parte de los concesionarios de radio y televisión por la omisión en la transmisión de promocionales</i>	
Artículo 67.....	78
<i>De las vistas por el presunto incumplimiento de la pauta por parte de los concesionarios por la transmisión de promocionales excedentes</i>	
Artículo 68.....	79
<i>De las vistas por el presunto incumplimiento de la retransmisión de la pauta ordenada por el Instituto en los servicios de televisión restringida</i>	
Artículo 69.....	79
<i>De los requisitos para dar vista</i>	
Artículo 70.....	80
<i>De las quejas en materia de radio y televisión que formulen las autoridades administrativas electorales locales</i>	
Artículo 71.....	80
<i>De los casos de suspensión de difusión de promocionales con motivo del otorgamiento de medidas cautelares</i>	

CAPÍTULO VIII.

DEL MONITOREO DE LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS EN RADIO Y TELEVISIÓN DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL

Artículo 72.....	81
<i>De los Lineamientos Generales aplicables a los programas que difundan noticias</i>	
Artículo 73.....	81
<i>Del monitoreo de programas que difundan noticias</i>	

**CAPÍTULO IX.
DE LA DIFUSIÓN DE LOS PROCESOS DE
PARTICIPACIÓN CIUDADANA FEDERALES**

Artículo 74..... 82
*De la difusión de la consulta popular y el proceso de
revocación de mandato en el ámbito federal*

**CAPÍTULO X.
DE LA DIFUSIÓN DE LOS DEBATES**

Artículo 75..... 83
De la difusión de los debates organizados por el Instituto

Artículo 76..... 83
De la difusión de los debates en el ámbito local

Artículo 77..... 84
*De la difusión de los debates no organizados
por las autoridades electorales*

Artículo 78..... 85
De las vistas por la omisión de la transmisión de debates

**CAPÍTULO XI.
DE LAS REFORMAS AL REGLAMENTO**

Artículo 79..... 85
Del procedimiento para reformar el Reglamento

Artículos Transitorios 86

TÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.

Del objeto y ámbito de aplicación del Reglamento

1. El presente ordenamiento tiene por objeto establecer las normas conforme a las cuales se instrumentarán las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, relativas al ejercicio de las prerrogativas de los partidos políticos y las candidaturas independientes en materia de acceso a la radio y televisión, la administración del tiempo destinado en dichos medios a los fines propios del Instituto Nacional Electoral y los de otras autoridades electorales; así como a las prohibiciones que en dichos ordenamientos se establecen.

2. El presente Reglamento es de observancia general y obligatoria para el Instituto Nacional Electoral, los partidos políticos nacionales y locales, sus dirigencias, personas militantes, afiliadas y simpatizantes, concesionarios de estaciones de radio y canales de televisión radiodifundida y restringida, las autoridades electorales y no electorales, las personas aspirantes, precandidaturas y candidaturas a cargos de elección popular, así como para cualquier persona física o moral.

Artículo 2.

Del glosario

1. Para los efectos del presente Reglamento se entenderá:

I. Por lo que se refiere a los ordenamientos jurídicos:

- a) **Constitución:** La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- b) **Ley:** La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales;
- c) **LFCP:** La Ley Federal de Consulta Popular;
- d) **LFRM:** La Ley Federal de Revocación de Mandato;
- e) **LFTR:** La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión;
- f) **LGCS:** La Ley General de Comunicación Social;
- g) **Ley de Partidos:** La Ley General de Partidos Políticos;

- h) LGAMVLV:** La Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia;
- i) LGMDE:** La Ley General en Materia de Delitos Electorales;
- j) Lineamientos aplicables a la entrega y recepción electrónica o satelital de los órdenes de transmisión y materiales:** Disposiciones que tienen por objeto regular la entrega de materiales por parte de actores políticos y autoridades electorales al Instituto para la verificación del cumplimiento de las especificaciones técnicas, la puesta a disposición de éstos y de su correspondiente orden de transmisión a los concesionarios para su difusión, de la notificación electrónica de requerimientos por incumplimientos y sus desahogos, así como la recepción electrónica del aviso de reprogramación voluntaria, aprobados por el Consejo;
- k) Lineamientos Generales:** Los Lineamientos Generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomiendan a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y, en su caso, de las coaliciones y candidaturas independientes, aprobados por el Consejo;
- l) Lineamientos para la protección de niñas, niños y adolescentes:** Lineamientos para la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en materia político-electoral, aprobados por el Consejo;
- m) Lineamientos para la reprogramación:** Lineamientos para la reprogramación de promocionales omitidos cuando los concesionarios de radio y televisión radiodifundida acrediten que, por causas no atribuibles a ellos, omitieron la transmisión de promocionales conforme a las pautas ordenadas y que no hayan sido reprogramados de forma voluntaria o derivado de un requerimiento, aprobados por el Consejo;
- n) Lineamientos sobre VPMRG:** Lineamientos para que los partidos políticos nacionales y, en su caso, los partidos políticos locales prevengan, atiendan, sancionen, reparen y erradiquen la violencia política contra las mujeres en razón de género, aprobados por el Consejo, y
- o) Reglamento:** El Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

II. Por lo que hace a las autoridades, organismos, órganos y dependencias:

- a) Autoridades electorales:** Las autoridades administrativas, jurisdiccionales y fiscalías electorales federales o de las entidades federativas, según se indique;
- b) Comité:** El Comité de Radio y Televisión;
- c) Comisión de Quejas:** La Comisión de Quejas y Denuncias;
- d) Consejo:** El Consejo General;
- e) DECEyEC:** Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica;
- f) DERFE:** La Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores;

- g) **DGRTC:** La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación;
- h) **Dirección Ejecutiva:** La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;
- i) **IFT:** El Instituto Federal de Telecomunicaciones;
- j) **INEGI:** El Instituto Nacional de Estadística y Geografía;
- k) **Instituto:** El Instituto Nacional Electoral;
- l) **Junta:** La Junta General Ejecutiva;
- m) **Juntas Locales o Distritales:** Las Juntas Ejecutivas Locales o Distritales;
- n) **OPL:** El o los Organismos Públicos Locales de las entidades federativas;
- o) **Secretaría Ejecutiva:** La persona titular de la Secretaría Ejecutiva; y
- p) **Vocalías Ejecutivas:** Las personas titulares de las Juntas Locales o Distritales en las entidades federativas.

III. Por lo que hace a la terminología:

- a) **Canal de programación:** Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales puesta a disposición de la audiencia bajo la responsabilidad de una misma persona y dotada de identidad e imagen propias susceptible de distribuirse a través de un canal de radiodifusión;
- b) **Candidatura común:** Forma de participación y asociación de los partidos políticos con el fin de postular candidaturas en las elecciones por el principio de mayoría relativa, en aquellas entidades federativas que así lo establezcan sus constituciones. Lo anterior, de conformidad con lo previsto en el artículo 85, numeral 5 de la Ley de Partidos;
- c) **Candidatura Independiente:** Persona ciudadana que, sin ser postulada por un partido político, obtiene su registro como candidata a un cargo de elección popular mediante acuerdo de la autoridad electoral correspondiente, al cumplir con los requisitos que para tal efecto se establecen en la legislación aplicable;
- d) **CEVEM:** Son los Centros de Verificación y Monitoreo adscritos a las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales donde se encuentra instalada la solución tecnológica que digitaliza, graba y almacena la transmisión de las señales de radio y televisión que son monitoreadas por el Instituto;
- e) **Coalición:** Forma de asociación de dos o más partidos políticos con el objetivo de postular candidaturas a un mismo puesto de elección popular bajo una misma plataforma electoral y mediante la suscripción de un convenio;
- f) **Cobertura:** Toda área geográfica en donde la señal de las estaciones de radio y los canales de televisión sea escuchada o vista;
- g) **Concesionario:** Persona física o moral, titular de una concesión de las previstas en la LFTR;
- h) **Concesionario de televisión restringida:** Persona física o moral, titular de una concesión que presta el servicio público de interés general de televisión res-

tringida que transmite de manera continua programación de audio y video asociado, mediante un contrato y pago de una cantidad preestablecida por parte de la persona suscriptora y usuaria del servicio que se realiza utilizando uno o más satélites o mediante redes cableadas o antenas terrenales;

- i) Concesionario para uso comercial:** Persona física o moral, titular de una concesión para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones;
- j) Concesionario para uso público:** Titular de una concesión que confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de la Ciudad de México, los municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones. En este tipo de concesiones no se pueden explotar o prestar, con fines de lucro, servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o de capacidad de red;
- k) Concesionario para uso social:** Titular de una concesión que confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado;
- l) Concesionario para uso social comunitario:** Titular de una concesión que se otorga a organizaciones de la sociedad civil que no persigan ni operen con fines de lucro y que estén constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad;
- m) Concesionario para uso social indígena:** Titular de una concesión que se otorga a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el IFT y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas;
- n) Días:** Los días naturales, salvo cuando por disposición expresa se disponga que los mismos sean hábiles;
- o) Entidad federativa:** Cada uno de los estados libres y soberanos que conforman la Federación, así como la Ciudad de México, en términos del artículo 43 de la Constitución;
- p) Esquema de corrimiento de horarios vertical:** Asignación continua y en orden sucesivo de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes dentro de los horarios de transmisión de los mensajes a que se refiere la Ley, hasta concluir, siguiendo el mismo proce-

dimiento, con la totalidad de los promocionales que correspondan durante el periodo de que se trate;

- q) Instituciones Públicas Federales:** Entes públicos de la administración pública federal o los poderes federales legislativo o judicial u órgano autónomo que cuenta con un título de concesión para la prestación del servicio de televisión radiodifundida;
- r) Intercampañas:** El periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular al día anterior al inicio de las campañas respectivas;
- s) Mapa de cobertura:** Instrumento técnico, legal, idóneo y pertinente elaborado por el IFT, que determina las áreas geográficas donde la señal es escuchada o vista, así como su alcance efectivo; el cual constituye la base para la elaboración del Catálogo que aprueba el Instituto, conforme a las normas aplicables;
- t) Multiprogramación:** Distribución de más de un canal de programación en el mismo canal de transmisión;
- u) Notificación Electrónica:** Comunicación remitida por el Instituto que da a conocer un acto de autoridad a través de medios electrónicos, a fin de que la persona notificada quede vinculada a dicha actuación;
- v) Orden de transmisión:** Instrumento complementario a la pauta en el que se precisa la versión de los promocionales que corresponde a los espacios asignados en la pauta a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones o candidaturas independientes, así como a las autoridades electorales;
- w) Pauta:** Documento técnico en el que se distribuye el tiempo, convertido a número de mensajes, que corresponde a los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en un periodo determinado, precisando la estación de radio o canal de televisión, la hora o rango en que se debe transmitir cada mensaje y el actor político o la autoridad electoral al que corresponde;
- x) Pauta especial:** Documento técnico en el que se ordena un contenido diferenciado de mensajes que se difunden a través de servicios de televisión restringida satelital, a fin de tutelar el principio de equidad en la contienda, evitando que la propaganda política o electoral de una elección local sea vista o escuchada a nivel nacional;
- y) Periodo de reflexión:** Lapso que comprende los tres días previos al día de la Jornada Electoral;
- z) Periodo ordinario:** Lapso distinto al periodo que inicia con las precampañas y concluye con la celebración de la Jornada Electoral;
- aa) Portal de internet del Instituto:** Instrumento electrónico de acceso público, a través del cual se comparte información pública relevante con la ciudadanía y personas interesadas;
- bb) Portal de promocionales:** Sitio electrónico en el cual, privilegiando la transparencia, se ponen a disposición pública los promocionales ordenados por los

partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;

- cc) Promocional o material:** Producción de audio o video fijados o reproducidos en los medios de almacenamiento y formatos que determine el Instituto para su transmisión en los términos de lo que dispone la Constitución y la Ley;
- dd) SIGER:** Sistema integral de gestión de requerimientos en materia de radio y televisión consistente en la herramienta digital que permite capturar reprogramaciones voluntarias, generar requerimientos electrónicos por posibles incumplimientos en la transmisión de la pauta y registrar su respectivo desahogo;
- ee) Sistemas normativos indígenas:** Los principios generales, normas orales o escritas, también conocidos como usos y costumbres, que los municipios y comunidades indígenas reconocen como válidos y aplican para elegir y nombrar a sus autoridades. Estas normas consuetudinarias deben garantizar, entre otras reglas, que las mujeres ejerzan su derecho a votar y ser votadas en condiciones de igualdad frente a los hombres;
- ff) Violencia política contra las mujeres en razón de género:** Es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo.
Se entenderá que las acciones u omisiones se basan en elementos de género, cuando se dirijan a una mujer por su condición de mujer; le afecten desproporcionadamente o tengan un impacto diferenciado en ella.
Puede manifestarse en cualquiera de los tipos de violencia reconocidos en la LGAMVLV y puede ser perpetrada indistintamente por agentes estatales; por superiores jerárquicos; colegas de trabajo; personas dirigentes de partidos políticos; personas militantes, simpatizantes, precandidatas, candidatas, candidaturas independientes o representantes de estas; medios de comunicación y sus integrantes, por un particular o por un grupo de personas particulares; y
- gg) Zona metropolitana:** Centros de población o conurbaciones interestatales que, por su complejidad, interacciones, relevancia social y económica, conforman una unidad territorial de influencia dominante y revisten importancia estratégica para el desarrollo nacional de acuerdo con lo determinado por la autoridad competente, conforme a la Ley General de Asentamientos Humanos, Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano.

Artículo 3.

De los criterios de interpretación

1. La interpretación de las disposiciones de este Reglamento se llevará a cabo conforme a los criterios establecidos en el artículo 5, numeral 2 de la Ley.
2. Lo no previsto en el presente Reglamento será resuelto por el Consejo, la Junta, el Comité, la Comisión de Quejas y la Dirección Ejecutiva, en sus respectivos ámbitos de competencia.

Artículo 4.

De la supletoriedad

1. A falta de disposición expresa se aplicarán, en lo que no se opongan, la LFTR, la LGCS y la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

Artículo 5.

De los órganos competentes

1. El Instituto es la única autoridad facultada para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales y a garantizar el ejercicio de la prerrogativa otorgada en esta materia a los partidos políticos nacionales y locales, así como a las candidaturas independientes.
2. Para tal efecto, el Instituto operará un Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado y ejercerá las facultades en materia de radio y televisión que le otorgan la Constitución, la Ley, el Reglamento de Quejas y Denuncias, así como este Reglamento, por medio de los órganos siguientes:
 - a) El Consejo;
 - b) La Junta;
 - c) El Comité;
 - d) La Dirección Ejecutiva;
 - e) La Comisión de Quejas; y
 - f) Las Vocalías Ejecutivas y Juntas Locales o Distritales.

Artículo 6.

De las atribuciones de los órganos competentes del Instituto

1. Son atribuciones del Consejo:

- a) Vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales, federales y locales, y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales y locales, coaliciones y candidaturas independientes, de conformidad con lo establecido en la Ley, la LGAMVLV, otras leyes aplicables y este Reglamento;
- b) Ordenar la operación, instrumentación y alcance del monitoreo para verificar el cumplimiento de la transmisión de las pautas ordenadas por el Instituto, incluyendo los canales con autorización para multiprogramación y su retransmisión en televisión restringida, así como las normas aplicables a la propaganda política o electoral que se difunda por radio y televisión;
- c) Aprobar el Acuerdo que establezca la metodología con perspectiva de género y el catálogo para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas que difundan noticias en radio y televisión;
- d) Ordenar la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales federales en los programas que difundan noticias en radio y televisión; así como aprobar los mecanismos y medios informativos en que se harán públicos los resultados del monitoreo citado;
- e) Aprobar el Acuerdo mediante el cual se asigne tiempo en radio y televisión a las autoridades electorales, federales o locales, para cada trimestre del año durante periodo ordinario o durante los procesos electorales federales y locales, según corresponda;
- f) Ordenar la publicación y difundir el catálogo de estaciones de radio y canales de televisión referido en el artículo 48 de este Reglamento;
- g) Aprobar, previa consulta con las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a las personas profesionales de la comunicación, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la elección federal, los Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias que serán recomendados a los noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- h) Atraer a su competencia los asuntos que por su importancia lo requieran en materia de acceso a la radio y televisión; y
- i) Resolver consultas en materia de radio y televisión que impliquen la aprobación de criterios o interpretación de normas de aplicación general y obligatoria.

2. Son atribuciones del Comité:

- a) Aprobar las pautas de transmisión formuladas por la Dirección Ejecutiva, correspondientes a promocionales de los partidos políticos, tanto en periodos ordinarios como en procesos electorales, incluyendo los procesos extraordinarios, considerando, en su caso, los promocionales de las candidaturas independientes en el periodo de campaña;
- b) Conocer y, en su caso, modificar las propuestas de pauta que presenten los OPL para la transmisión de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, las candidaturas independientes con motivo de los procesos electorales locales ordinarios y extraordinarios;
- c) Conocer y aprobar los demás asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- d) Solicitar al IFT los mapas de cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo;
- e) Solicitar a la DERFE el último corte de la información del marco geográfico electoral a nivel estatal, municipal, distrital federal y local, seccional y de localidades, relacionado con los ámbitos geográficos correspondientes a los mapas de cobertura proporcionados por el IFT;
- f) Declarar la actualización y vigencia de la información del marco geográfico electoral y la población, en relación con la cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión, a partir de la información proporcionada por el IFT, la DERFE y el INEGI, en los términos previstos en los dos incisos anteriores;
- g) Aprobar la metodología para evaluar el cumplimiento de la obligación de partidos políticos y, en su caso, coaliciones de asignar tiempo en radio y televisión a las candidatas durante el periodo de campaña federal, conforme a los Lineamientos sobre VPMRG;
- h) Ordenar a la persona titular de la Dirección Ejecutiva o a las Vocalías Ejecutivas realizar la notificación electrónica de acuerdos, oficios, pautas y requerimientos, así como la entrega o puesta a disposición de las órdenes de transmisión y materiales a los concesionarios;
- i) Interpretar la Ley, la Ley de Partidos y el Reglamento en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión;
- j) Resolver las consultas que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones de la Ley, la Ley de Partidos, la LGAMVLV y el Reglamento respecto de asuntos en materia de radio y televisión;
- k) Proponer al Consejo o a la Junta reformas al Reglamento;
- l) Definir los mecanismos y unidades de medida para la distribución del tiempo en radio y televisión;

- m)** Proponer al Consejo la metodología en la que se establezca el análisis de las variables a medir con perspectiva de género y el catálogo para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales federales en los programas en radio y televisión que difundan noticias;
- n)** Llevar a cabo la consulta a las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a las personas profesionales de la comunicación a efecto de elaborar los Lineamientos Generales que se recomienden a los noticieros sobre la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- o)** Proponer al Consejo, con la coadyuvancia de la Secretaría Ejecutiva, la propuesta de los Lineamientos Generales aplicables a los noticieros sobre la información de las actividades de partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en las precampañas y campañas federales, según corresponda;
- p)** Determinar el alcance y modalidad del monitoreo para la verificación del cumplimiento de las pautas de transmisión y propaganda electoral establecidas en el numeral 7 del artículo 184 de la Ley, incluida la multiprogramación y su retransmisión en televisión restringida;
- q)** Elaborar y aprobar el catálogo de estaciones de radio y canales de televisión a que se refieren los artículos 48 y 49 del presente Reglamento; y
- r)** Aprobar su Plan de Trabajo Anual.

3. Son atribuciones de la Junta:

- a)** Conocer y, en su caso, modificar las pautas de autoridades electorales respecto del uso del tiempo en radio y televisión que les corresponda;
- b)** Aprobar las pautas para la asignación del tiempo en radio y televisión que corresponda al Instituto, así como a las demás autoridades electorales;
- c)** Interpretar la Ley, la Ley de Partidos y el Reglamento, en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión destinado a los fines del Instituto y de las demás autoridades electorales;
- d)** Resolver las consultas que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones de la Ley, la Ley de Partidos y el Reglamento, en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión destinado a los fines del Instituto y de las demás autoridades electorales;
- e)** Someter a consideración del Consejo las propuestas de modificación al Reglamento; y
- f)** Aprobar la pauta especial del periodo de reflexión y jornada electoral para los concesionarios de televisión restringida satelital que así lo soliciten, conforme al artículo 54, numeral 2, inciso b) de este Reglamento.

4. Son atribuciones de la Dirección Ejecutiva:

- a) Elaborar y presentar al Comité las pautas para la asignación del tiempo que corresponde en radio y televisión a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- b) Elaborar y presentar a la Junta las pautas para la asignación del tiempo en radio y televisión que corresponde al Instituto y a otras autoridades electorales;
- c) Elaborar y presentar al Comité las pautas de reposición;
- d) Establecer los mecanismos necesarios para entregar o poner a disposición de los concesionarios de radio y televisión los materiales y las órdenes de transmisión;
- e) Requerir a los concesionarios radiodifundidos en caso de presuntos incumplimientos a la transmisión de las pautas notificadas por el Instituto y a los concesionarios de televisión restringida por presuntos incumplimientos a su retransmisión;
- f) Definir los mecanismos operativos para garantizar la notificación electrónica de los requerimientos a nivel nacional con el apoyo de las Juntas Locales;
- g) Auxiliar a las Vocalías Ejecutivas en la verificación del cumplimiento de las pautas de transmisión correspondientes, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda electoral que se difunda por radio y televisión;
- h) Proponer al Comité el diseño de los Lineamientos que se recomendarán a los noticieros respecto a la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- i) Proponer al Comité la metodología para evaluar el cumplimiento de la obligación de partidos políticos y, en su caso, coaliciones de asignar tiempo en radio y televisión a las candidatas durante el periodo de campaña federal, conforme a los Lineamientos sobre VPMRG;
- j) Conformar una vez al año el catálogo y los mapas de cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión con la información proporcionada por el IFT, la DERFE y el INEGI. Dicho catálogo se deberá actualizar de manera permanente y sus modificaciones se informarán mensualmente al Comité;
- k) Solicitar a los OPL la información que sea necesaria sobre los procesos electorales que se celebren en la entidad federativa correspondiente, con la finalidad de realizar, con la antelación necesaria, las acciones tendientes a garantizar el acceso al tiempo del Estado en radio y televisión de los partidos políticos, y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
- l) Coadyuvar con el Comité en las actividades relacionadas con la facultad prevista en el inciso h) del numeral 2 del presente artículo;
- m) Asistir a los OPL en la elaboración de sus propuestas de pauta y demás acciones relativas a implementar el ejercicio de las prerrogativas a que tienen derecho los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes a nivel local;

- n) Dar vista a la Secretaría Ejecutiva sobre el presunto incumplimiento de los concesionarios de televisión radiodifundida a su obligación de transmitir la pauta ordenada por el Instituto; del presunto incumplimiento de los concesionarios de televisión restringida de retransmitir la pauta radiodifundida; del presunto incumplimiento de los partidos políticos a lo dispuesto en los Lineamientos sobre VPMRG, así como en los casos en que tenga conocimiento de la posible adquisición de tiempo en radio y televisión con fines electorales o de la difusión de propaganda presuntamente contraria a la normatividad. Lo anterior, a fin de que, en su caso, se inicien los procedimientos sancionadores conforme a lo dispuesto en la Ley;
- o) Resolver las consultas que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones de la Ley y el Reglamento;
- p) Revisar cada trimestre y previo al inicio de cada proceso electoral ordinario en el portal del IFT el listado de las señales radiodifundidas que los concesionarios de televisión restringida están obligados a retransmitir para verificar la retransmisión de la pauta que corresponda;
- q) Realizar las gestiones necesarias e inmediatas para garantizar la ejecución de las medidas cautelares y/o de reparación en materia de violencia política contra las mujeres en razón de género en el uso de las prerrogativas de radio y televisión, cuando la autoridad competente así lo ordene. Lo anterior, de conformidad con los Lineamientos que para tal efecto emita el Consejo y demás disposiciones aplicables previstas en la Ley;
- r) Someter a la consideración del Consejo el proyecto de acuerdo para dar respuesta a las solicitudes de difusión de propaganda gubernamental desde el inicio de las campañas hasta el fin de la jornada electoral de los procesos electorales y en los procesos de participación ciudadana que presenten los entes gubernamentales; y
- s) Cumplir con los mandatos del Consejo, el Comité y la Junta.

5. Son atribuciones de las Juntas Locales:

- a) Establecer, en su ámbito territorial, la coordinación con los OPL para garantizar el acceso a la radio y televisión de los partidos políticos, autoridades electorales locales y, en su caso, de las coaliciones y candidaturas independientes;
- b) Fungir como enlace entre el Instituto y las autoridades electorales de la entidad de que se trate, representaciones estatales de los partidos políticos nacionales, partidos políticos locales, en su caso, candidaturas independientes y concesionarios de radio y televisión de la entidad federativa de su competencia;
- c) Notificar las pautas aprobadas por el Comité o la Junta a los concesionarios en la entidad federativa que corresponda con el apoyo de las Juntas Distritales;
- d) Entregar o poner a disposición las órdenes de transmisión y los materiales a los concesionarios de la entidad federativa de su competencia, conforme a lo previsto en el artículo 41 del presente Reglamento;

- e) Coadyuvar con la Dirección Ejecutiva, dentro de su ámbito de competencia, en la verificación del cumplimiento de las pautas por parte de los concesionarios de la entidad federativa correspondiente;
- f) Operar y administrar los CEVEM ubicados en cada entidad; así como ejecutar los procedimientos de verificación y monitoreo que determinen el Comité y la Dirección Ejecutiva;
- g) Notificar los requerimientos a los concesionarios en caso de presuntos incumplimientos a las pautas e informar a la Dirección Ejecutiva para que determine la procedencia de dar vista a la Secretaría Ejecutiva para que, en su caso, se inicien los procedimientos sancionadores que correspondan;
- h) Resolver todo lo concerniente a los avisos de concesionarios para la reprogramación por fallas técnicas y transmisión especial durante programación sin cortes, de conformidad con los artículos 57 y 60 del Reglamento, respectivamente;
- i) Fungir como autoridades auxiliares de los órganos del Instituto competentes en la materia para los actos y diligencias que les sean instruidos; e
- j) Informar al Comité, la Junta y la Dirección Ejecutiva de todas las acciones que considere adecuadas para la efectiva implementación de las disposiciones en materia de radio y televisión en la entidad federativa de que se trate.

6. Son atribuciones de las Juntas Distritales:

- a) Coadyuvar con la Junta Local correspondiente en la verificación del cumplimiento de las pautas por parte de los concesionarios de la entidad federativa;
- b) Auxiliar a la Junta Local correspondiente en la notificación de las pautas aprobadas por el Comité o la Junta a los concesionarios de la entidad federativa; y
- c) Auxiliar a la Junta Local correspondiente en la entrega o puesta a disposición de las órdenes de transmisión y los materiales a los concesionarios que así lo soliciten cuando no sea posible realizarlo a través del sistema electrónico, conforme a lo previsto en el artículo 41 del Reglamento.

Artículo 7.

De las bases de acceso a la radio y televisión en materia política o electoral

1. Los partidos políticos, sus precandidaturas y candidaturas, así como las coaliciones y, en su caso, candidaturas independientes accederán a los mensajes de radio y televisión a través del tiempo que la Constitución les otorga como prerrogativa en la forma y términos establecidos en la Ley, la LGAMVLV y el Reglamento.

2. El Instituto y las autoridades electorales locales accederán a la radio y televisión a través del tiempo que dispone el primero en dichos medios para la difusión de sus mensajes de comunicación social.
3. El Instituto es la única autoridad competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio y televisión para el cumplimiento de sus propios fines, los de otras autoridades electorales, federales o locales, de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes de cualquier ámbito.
4. Los partidos políticos, precandidaturas, candidaturas y personas aspirantes a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempo en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar sus dirigencias y las personas afiliadas a un partido político o cualquier persona para su promoción personal con fines electorales.
5. Ninguna persona física o moral distinta al Instituto, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar, adquirir u ordenar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales, ni a favor o en contra de partidos políticos o candidaturas a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.
6. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa, tal y como lo dispone el artículo 6º de la Constitución.
7. La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan como tales los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública. Lo anterior, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 242, numeral 5 de la Ley.
8. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva Jornada Electoral, los poderes fede-

rales, estatales y de la Ciudad de México, los municipios, alcaldías y cualquier otro ente público deberán suspender la difusión de propaganda gubernamental bajo cualquier modalidad de comunicación social, de conformidad con lo dispuesto en la Constitución y la LGCS. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

- 9.** En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones, las personas candidatas y precandidatas, deberán abstenerse de difundir expresiones que calumnien a las personas, discriminen o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género en términos de la Ley. El Consejo y la Comisión de Quejas están facultadas para ordenar, una vez satisfechos los procedimientos establecidos en la Ley, la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda. Tratándose de conductas relacionadas con violencia política contra las mujeres en razón de género se harán públicas las razones del retiro.
- 10.** Los partidos políticos y, en su caso, coaliciones deberán garantizar que las mujeres que contiendan para la obtención de algún cargo público tengan igualdad de oportunidades en el acceso a la prerrogativa en radio y televisión, de conformidad con los Lineamientos sobre VPMRG.
- 11.** Los concesionarios de estaciones de radio y canales de televisión se abstendrán de comercializar el tiempo no asignado por el Instituto, así como de utilizarlo para patrocinios o contenidos similares.
- 12.** La suspensión de la propaganda gubernamental a que se refiere el numeral 7 de este artículo es aplicable a toda estación de radio y canal de televisión cuya señal sea escuchada o vista en la entidad en la que se esté desarrollando el proceso electoral.
- 13.** Cuando a juicio del Instituto el tiempo total en radio y televisión fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, el Consejo determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante.

14. Los partidos políticos, coaliciones, candidaturas independientes, autoridades electorales, así como personas físicas o morales que se encuentren vinculadas a cada uno de ellos, deberán garantizar el interés superior de la niñez apegándose a los Lineamientos aprobados por el Consejo.

TÍTULO SEGUNDO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN

CAPÍTULO I. DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PERIODO ORDINARIO

Artículo 8.

De la asignación del tiempo

1. Durante el periodo ordinario, el Instituto administrará hasta 12% del tiempo total del Estado en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad de dicho tiempo.
2. Del tiempo total de que disponga el Instituto durante periodo ordinario, 50% se asignará a los partidos políticos nacionales y locales. El tiempo restante se destinará al Instituto para sus propios fines y a los de las autoridades electorales locales.
3. El tiempo que corresponda a los partidos políticos nacionales y locales se distribuirá de forma igualitaria; es decir, se procurará un reparto del mismo número de promocionales en los distintos horarios de programación de las estaciones de radio y canales de televisión en el periodo.

Artículo 9.

De la distribución del tiempo entre partidos políticos y autoridades electorales

1. El tiempo del que dispongan los partidos políticos nacionales y locales en las estaciones de radio y canales de televisión se distribuirá de forma igualitaria en mensajes con duración de 30 segundos cada uno.

2. En caso de existir fracciones sobrantes del tiempo distribuido en el periodo que corresponda entre los partidos políticos quedarán a disposición del Instituto para sus fines propios o los de otras autoridades electorales.
3. La Junta aprobará la duración de los promocionales de las autoridades electorales, la cual podrá comprender unidades de medida de 20 o 30 segundos. Todos los promocionales se ajustarán a una sola unidad de medida.
4. El horario de transmisión de los promocionales a que se refiere este Título será el comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas.

Artículo 10.

De las pautas

1. El Comité aprobará de manera semestral las pautas de los promocionales de los partidos políticos para el periodo ordinario.
2. Las pautas de los promocionales del Instituto y de las demás autoridades electorales en periodo ordinario serán aprobadas por la Junta de manera semestral.
3. Las pautas serán elaboradas por la Dirección Ejecutiva y podrán ser modificadas en los supuestos previstos en el artículo 36 del Reglamento.
4. Los promocionales a que se refiere este Capítulo se transmitirán durante la hora que se establezca en la pauta, distribuidos en tres franjas horarias: la franja matutina, que comprende de las 06:00 a las 12:00 horas; la franja vespertina, de las 12:00 a las 18:00 horas; y la franja nocturna, de las 18:00 a las 24:00 horas.
5. El Instituto asignará los horarios de transmisión entre los partidos políticos nacionales de forma igualitaria durante la vigencia del pautado. Lo anterior, con base en un sorteo que realizará el Comité de manera semestral que servirá para definir el orden sucesivo en que se transmitirán los promocionales de los partidos políticos, así como en un esquema de corrimiento de horarios vertical, mediante el cual asignará a los partidos políticos los mensajes que correspondan a cada uno de ellos en el pautado para las estaciones de radio y canales de televisión.

6. Los partidos políticos con registro local se incluirán en el resultado del sorteo que realice el Instituto para la asignación de los espacios de la pauta con base en la fecha de su registro.
7. En el supuesto de que se registren nuevos partidos políticos nacionales o locales durante la vigencia de una pauta, éstos serán incorporados en la misma al final del orden sucesivo a que se refieren los numerales 5 y 6, hasta en tanto se lleve a cabo un nuevo sorteo.
8. En el supuesto de que algún partido político nacional o local pierda su registro durante la vigencia de la pauta, éstos serán retirados de la misma ocupando su lugar el partido político siguiente conforme al orden sucesivo a que se refieren los numerales anteriores hasta en tanto se lleve a cabo un nuevo sorteo.

Artículo 11.

Del tiempo de las autoridades electorales locales

1. El Consejo aprobará para cada trimestre del año un acuerdo mediante el cual se asigne a las autoridades electorales locales el tiempo en radio y televisión, considerando las necesidades de difusión del Instituto y, en su caso, las solicitudes de las autoridades electorales. Lo anterior, mediante la aplicación de criterios específicos de distribución aplicables a todas y cada una de las autoridades respectivas.
2. Las autoridades electorales locales deberán entregar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines con 30 días de anticipación al inicio del trimestre correspondiente. Las solicitudes presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en el siguiente trimestre.
3. Las autoridades deberán entregar los materiales que serán transmitidos, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.
4. Los promocionales de las autoridades electorales locales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo con la asignación de tiempo que apruebe el Consejo.

5. Los promocionales de las autoridades electorales locales serán transmitidos en las estaciones de radio y canales de televisión con cobertura en la entidad federativa que corresponda.

CAPÍTULO II.

DISPOSICIONES COMUNES PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS ELECTORALES

Artículo 12.

Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el inicio de las precampañas y hasta la Jornada Electoral

1. Desde el inicio del periodo de precampaña electoral federal o local y hasta el día en que se celebre la Jornada Electoral, el Instituto administrará 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubra la elección. El tiempo disponible será distribuido en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión en el horario de programación referido en el artículo 166 de la Ley.
2. En los casos en que una estación de radio o canal de televisión transmita menos horas de las comprendidas en el horario antes indicado, se utilizarán 3 minutos por cada hora de transmisión. Las emisoras que actualicen dicho supuesto deberán informarlo a la Dirección Ejecutiva al menos 30 días previos al inicio de la vigencia de la pauta correspondiente, remitiendo la autorización de la autoridad competente para que se le notifique una pauta ajustada.
3. Con independencia del número de horas de transmisión en que opere la emisora, durante los procesos electorales se destinará la proporción del tiempo correspondiente a cada etapa para cubrir la prerrogativa de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes. Para tal efecto se asignará del tiempo total disponible: 62.5% para precampañas, 50% para intercampañas y 85% para campañas.
4. Para efecto de la administración del tiempo del Estado en radio y televisión, durante los procesos electorales federales, locales y extraordinarios, todos los días y horas son hábiles.

Artículo 13.

Del periodo único de acceso a la radio y televisión en precampañas

1. Dentro de cada proceso electoral local, los partidos políticos y, en su caso, coaliciones accederán a sus prerrogativas de radio y televisión en un periodo único y conjunto para precampaña, conforme a lo previsto en este Reglamento.
2. Con independencia del número de precampañas por tipo de elección que prevea cada legislación local, el Instituto administrará el tiempo del Estado que corresponda a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones para sus precampañas durante un único periodo, el cual no podrá exceder los plazos máximos siguientes: 60 días para precampaña a gubernatura y 40 días de precampaña para cuando sólo se elijan diputaciones locales, ayuntamientos o alcaldías. En cualquier caso, las precampañas no podrán durar más de las dos terceras partes de las campañas respectivas.
3. En caso de que las legislaciones locales prevean la celebración de precampañas tanto para gubernatura como para diputaciones, ayuntamientos o alcaldías en periodos de diferente duración, estas quedarán comprendidas dentro de un periodo único de acceso a tiempo en radio y televisión en los términos a que se refiere el párrafo anterior.
4. Si por cualquier causa un partido político o coalición, su militancia y precandidaturas a cargos de elección popular debidamente registradas por cada partido político no realizan actos de precampaña electoral interna, el tiempo a que tenga derecho será utilizado para la difusión de mensajes del partido político de que se trate, en los términos que establezca la Ley.

Artículo 14.

De la duración de los promocionales de partidos políticos, coaliciones, candidaturas independientes y autoridades electorales

1. El Comité aprobará la duración de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes, la cual podrá comprender unidades de medida de 30 segundos, 1 o 2 minutos, en el entendido de que todos se sujetarán a una misma unidad de medida.

2. La Junta aprobará la duración de los promocionales de las autoridades electorales, la cual podrá comprender unidades de medida de 20 o 30 segundos, en el entendido de que todos los promocionales se ajustarán a una misma unidad de medida.

Artículo 15.

De la distribución de promocionales entre partidos políticos y candidaturas independientes

1. El tiempo en radio y televisión que corresponda a los partidos políticos, convertido a número de promocionales, se distribuirá conforme al siguiente criterio:
 - a) El 30% del total en forma igualitaria, y
 - b) El 70% restante en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección federal o local de diputaciones de mayoría relativa inmediata anterior, según sea el caso.
2. Los partidos políticos de nuevo registro participarán exclusivamente en la asignación del 30% del tiempo a que se refiere el inciso a) del párrafo anterior.
3. Las candidaturas independientes podrán tener acceso al tiempo en radio y televisión de manera conjunta como si se tratara de un partido político de nuevo registro. El acceso a sus prerrogativas será en forma proporcional al tipo de elección de que se trate, únicamente en la etapa de campañas federales o locales.
4. En periodo de campaña para la elección de la Presidencia de los Estados Unidos Mexicanos, senadurías y diputaciones al Congreso de la Unión, el tiempo asignado a las candidaturas independientes, en los términos del párrafo anterior, se distribuirá en cada una de las entidades federativas de la manera siguiente:
 - a) 33.33% del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre todas las candidaturas independientes al cargo de la Presidencia de los Estados Unidos Mexicanos;
 - b) 33.33% del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre todas las candidaturas independientes a senadurías; y
 - c) 33.33% del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre todas las candidaturas independientes a diputaciones.

5. En periodo de campaña para la elección de diputaciones al Congreso de la Unión, la totalidad del tiempo que corresponda a las candidaturas independientes les será distribuido de forma igualitaria en cada una de las entidades federativas en que contiendan.
6. En el supuesto de que una sola candidatura independiente obtenga su registro para cualquiera de los cargos antes mencionados, no podrá recibir más de 50% de la totalidad del tiempo correspondiente al conjunto de las candidaturas. La porción del tiempo restante será asignada a los partidos políticos mediante una distribución igualitaria.
7. En el supuesto de que no se registren candidaturas independientes para uno de los tres tipos de elección indicados en los incisos anteriores, la porción del tiempo correspondiente será distribuido entre las candidaturas independientes registradas para las otras dos elecciones en una proporción de 50% por tipo de elección o, en su caso, entre la totalidad de las candidaturas independientes registradas para un solo tipo de elección, sin perjuicio de lo previsto en el párrafo anterior.
8. Una vez que las candidaturas independientes hayan obtenido su registro, sus promocionales quedarán identificados por su nombre y tipo de cargo por el que contienden en las órdenes de transmisión que se elaboren, conforme a los criterios señalados en los numerales 4 y 10 del presente artículo, siempre y cuando entreguen los materiales que les correspondan.
9. Las candidaturas independientes referidas en el numeral 4 del presente artículo transmitirán sus mensajes en las emisoras con cobertura en el territorio por el que contienden, de conformidad con el catálogo que para tal efecto apruebe el Instituto, salvo lo previsto por el artículo 48, numeral 9.
10. En las entidades con elección local serán aplicadas las mismas reglas señaladas en el presente artículo en lo que corresponda a los cargos de gubernatura, diputaciones locales, ayuntamientos o alcaldías.
11. En caso de que existan fracciones sobrantes, éstas serán entregadas al Instituto para efectos de lo previsto en el numeral 5 del artículo 168 de la Ley. Las fracciones sobrantes no podrán ser redondeadas, transferibles ni acumulables entre los partidos políticos, candidaturas independientes o coaliciones participantes, salvo por lo que señala el siguiente párrafo.

12. El tiempo sobrante de la asignación podrá ser optimizado, en la medida y hasta que dicho sobrante permita incrementar el número de mensajes de forma igualitaria a todos los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y al conjunto de candidaturas independientes contendientes. La asignación del resultado de la optimización deberá aplicarse al porcentaje igualitario a que tienen derecho los actores políticos y candidaturas independientes.
13. La bolsa de distribución para el conjunto de candidaturas independientes federales o locales se calculará a partir de los minutos disponibles para la campaña respectiva.
14. Cuando no se registre alguna candidatura independiente el tiempo se distribuirá de forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales y, en su caso, locales y coaliciones.
15. Cuando se otorgue el registro a alguna candidatura independiente con posterioridad a la fecha en que inicie el periodo de campaña, se le asignará el tiempo que le corresponde a la brevedad para el resto de la etapa, atendiendo al calendario de elaboración de órdenes de transmisión aprobado.
16. La Dirección Ejecutiva procurará maximizar la prerrogativa de las candidaturas independientes dentro de la demarcación en las que respectivamente contendían con las emisoras que la cubran.

Artículo 16.

De la distribución de los promocionales de las coaliciones

1. De conformidad con lo previsto en el artículo 167, numeral 2 de la Ley, la asignación del tiempo a las coaliciones se hará de la siguiente manera:
 - a) A la coalición total le será otorgado tiempo en cada una de las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección, en el 30% que corresponda distribuir de forma igualitaria. Para tal efecto, la coalición total será considerada como un solo partido, quedando identificado en la pauta como tal;
 - b) Cada uno de los partidos políticos integrantes de la coalición total participará en la distribución del 70% que corresponda distribuir de forma proporcional, de manera individual, conforme a su fuerza electoral; y
 - c) Tratándose de coaliciones parciales o flexibles, cada partido político coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado, en los términos establecidos por la Ley y el Reglamento.

2. En los casos de coaliciones integradas con motivo de procesos electorales locales, el Comité determinará la aplicación de la presente disposición con la finalidad de que sea asignado el tiempo correspondiente.
3. En materia de acceso a la radio y televisión, las candidaturas comunes serán consideradas como coaliciones totales cuando en su registro se contemplen a la totalidad de las candidaturas de los cargos que se disputan en un proceso electoral local.

Artículo 17.

De la distribución de promocionales en la pauta

1. El Comité distribuirá entre los partidos políticos los promocionales que correspondan a cada uno de ellos en el pautado para las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección. Para tal efecto, el Comité realizará un sorteo electrónico para definir el orden sucesivo en que se distribuirán los promocionales en la pauta a lo largo del proceso electoral federal.
2. En el supuesto de procesos electorales locales no coincidentes con el federal, los OPL realizarán un sorteo electrónico para definir el orden sucesivo de asignación de los mensajes de los partidos políticos.
3. En el caso de procesos electorales locales coincidentes con el federal, el Comité colaborará con los OPL efectuando el sorteo electrónico para definir el orden de asignación de los mensajes de los partidos políticos para ambos procesos electorales.

Artículo 18.

Del tiempo de las autoridades electorales federales y locales

1. El Consejo asignará tiempo en radio y televisión a las autoridades electorales que lo soliciten para el periodo comprendido entre el inicio de la precampaña y la celebración de la Jornada Electoral. Para lo anterior, el Consejo considerará el tiempo disponible, las necesidades de difusión del Instituto y las propuestas de las autoridades electorales, mediante la aplicación de criterios específicos de distribución aplicables a todas y cada una de las autoridades respectivas.

2. Las autoridades electorales deberán presentar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines, con 30 días de anticipación al inicio de la etapa del proceso electoral de que se trate. Las solicitudes que sean presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en la siguiente etapa del proceso electoral correspondiente.
3. Las autoridades electorales deberán entregar los materiales que serán transmitidos durante el periodo, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.
4. Los promocionales de las autoridades electorales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo con la asignación de tiempo que apruebe el Consejo.
5. La Junta distribuirá los promocionales de las autoridades electorales en las pautas de acuerdo con la asignación de tiempo que apruebe el Consejo.

Artículo 19.

Del periodo de intercampañas

1. Durante las intercampañas, el Instituto administrará 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección de que se trate.
2. El 50% del tiempo referido en el párrafo que antecede será destinado para el cumplimiento de los fines propios del Instituto y de otras autoridades electorales y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos.
3. El tiempo en radio y televisión que corresponda a los partidos políticos, convertido a número de promocionales, se distribuirá de manera igualitaria.
4. El tiempo sobrante de la asignación podrá ser optimizado, en la medida y hasta que dicho sobrante permita incrementar el número de mensajes de forma igualitaria a todos los partidos políticos contendientes.
5. En caso de que existan fracciones sobrantes, estas serán entregadas al Instituto para efectos de lo previsto en el numeral 5 del artículo 168 de la Ley.

Artículo 20.

Del periodo comprendido entre la conclusión de las campaña y la celebración de la Jornada Electoral

1. Durante el periodo comprendido a partir del día siguiente a la fecha que concluyan las campañas federales y locales y hasta el término de la Jornada Electoral, el Instituto dispondrá de 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección de que se trate.
2. El tiempo referido en el numeral que antecede será destinado para el cumplimiento de los fines propios del Instituto y de las otras autoridades electorales.

CAPÍTULO III.

**DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN
EN LOS PROCESOS ELECTORALES FEDERALES**

Artículo 21.

Del tiempo disponible para partidos políticos y autoridades electorales durante las precampañas federales

1. Durante el periodo de precampaña federal, los partidos políticos dispondrán, en conjunto, de 30 minutos diarios para la transmisión de mensajes en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección.
2. Durante el periodo de precampaña federal, el Instituto dispondrá para sus propios fines y los de otras autoridades electorales de 18 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección.

Artículo 22.

Del tiempo disponible para partidos políticos, coaliciones, candidaturas independientes y autoridades electorales durante las campañas federales

1. Durante las campañas electorales el Instituto destinará 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubra la elección a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes.
2. Durante el periodo de campaña, el Instituto dispondrá para sus propios fines y los de otras autoridades electorales de 7 minutos diarios.

CAPÍTULO IV.
**DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS
LOCALES CON JORNADA ELECTORAL COINCIDENTE**

Artículo 23.

De la distribución del tiempo para los procesos federales y locales con Jornada Electoral coincidente

1. A fin de garantizar el acceso de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes al tiempo que les corresponde en radio y televisión, tanto en los procesos electorales federales como locales, en caso de coincidencia entre las distintas etapas de estos, la asignación del tiempo en cada etapa es la siguiente:

Ámbito	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Porcentaje
Local	11	9	15	37%
Federal	19	15	26	63%
Total	30 minutos	24 minutos	14 minutos	100%

2. A las etapas de los procesos electorales locales que inicien previo a las precampañas del federal, se les asignará el tiempo total disponible correspondiente a los partidos políticos.
3. Derivado de los distintos supuestos que se pueden presentar en cuanto a las fechas de celebración de las distintas etapas de los procesos locales con Jornada Electoral coincidente con la federal, la distribución de tiempo en las diversas etapas de los procesos locales se asignará de la manera siguiente:

Escenario	Tipo coincidencia	Proceso electoral local (minutos para partidos políticos)	Proceso electoral federal (minutos para partidos políticos)	Minutos para autoridades electorales
1	Precampaña local previo al inicio de precampaña federal	30	0	18

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral

Escenario	Tipo coincidencia	Proceso electoral local (minutos para partidos políticos)	Proceso electoral federal (minutos para partidos políticos)	Minutos para autoridades electorales
2	Intercampaña local previo al inicio de precampaña federal	24	0	24
3	Precampaña local coincidiendo con precampaña federal	11	19	18
4	Intercampaña local coincidiendo con precampaña federal	9	21	18
5	Precampaña local coincidiendo con intercampaña federal	13	11	24
6	Intercampaña local coincidiendo con intercampaña federal	9	15	24
7	Campaña local coincidiendo con intercampaña federal	15	9	24
8	Precampaña local coincidiendo con campaña federal	11	30	7
9	Intercampaña local coincidiendo con campaña federal	9	32	7
10	Campaña local coincidiendo con campaña federal	15	26	7

4. El Comité distribuirá los espacios que correspondan a los partidos políticos y autoridades electorales en los horarios y etapas en que concurren los procesos electorales federales y locales.

Artículo 24.

De la asignación y distribución de promocionales entre partidos políticos, coaliciones y candidaturas independientes

1. En las entidades federativas con procesos locales con Jornadas Electorales coincidentes con la federal, el 30% del tiempo que administrará el Instituto para fines de los partidos políticos se distribuirá de forma igualitaria, de las cuales, hasta una de ellas podrá ser asignada a las candidaturas independientes en su conjunto. El 70% restante se distribuirá de conformidad con el porcentaje de votos obtenido en la elección de diputaciones locales inmediata anterior en los periodos de precampaña y campaña. El tiempo correspondiente a las candidaturas independientes se asignará en términos de lo previsto en el artículo 15 de este Reglamento.
2. En la asignación de los mensajes que le correspondan a cada partido político por tipo de precampaña y campaña, incluyendo su uso en las entidades federativas con proceso electoral concurrente con el federal, deberá apegarse a lo establecido en el artículo 25, numeral 1, inciso w) de la Ley de Partidos y en los términos de los artículos 170, 171, 172 y 173 de la Ley.

Artículo 25.

De las pautas para procesos locales con Jornada Electoral coincidente con la federal

1. En las precampañas, intercampañas y campañas a que se refiere este Capítulo, los mensajes de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes, serán transmitidos conforme a las pautas que apruebe el Comité, a propuesta del OPL correspondiente.
2. Los OPL deberán entregar el modelo de distribución conforme al cual se elaborarán las pautas para las precampañas, intercampañas y campañas locales dentro del plazo que indique la Dirección Ejecutiva.
3. El Comité podrá modificar el modelo de distribución para las precampañas, intercampañas y campañas locales que sometán a su consideración los OPL.
4. Para cumplir con lo establecido en los párrafos anteriores, los Acuerdos adoptados por los OPL que sean necesarios para determinar los tiempos en que

habrán de iniciar las precampañas, intercampañas y campañas de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en radio y televisión serán notificados con la debida anticipación al Instituto. Todos los partidos políticos accederán a la prerrogativa en un mismo periodo durante las precampañas, intercampañas y campañas electorales, incluyendo a las candidaturas independientes en esta última etapa.

5. Los partidos políticos nacionales que, en la entidad federativa de que se trate, no hubiesen obtenido en la elección para diputaciones locales inmediata anterior el porcentaje mínimo de votos para tener derecho a las prerrogativas conforme a la legislación local o los partidos políticos con registro local obtenido para la elección de que se trate, tendrán derecho a la prerrogativa de radio y televisión para precampañas, intercampañas y campañas locales solamente en la parte que deba distribuirse de forma igualitaria.

CAPÍTULO V.

DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS LOCALES CON JORNADA ELECTORAL NO COINCIDENTE

Artículo 26.

De la asignación durante el periodo de precampañas

1. En la entidad federativa de que se trate, durante las precampañas, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos, por medio de los OPL, 30 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección. Los 18 minutos restantes quedarán a disposición del Instituto para sus fines propios y los de otras autoridades electorales.

Artículo 27.

De la asignación durante el periodo de intercampañas

1. En la entidad federativa de que se trate, durante los periodos de las intercampañas, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos, por medio de los OPL, 24 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección. Los 24 minutos restantes quedarán a disposición del Instituto para sus fines propios y los de otras autoridades electorales.

Artículo 28.

De la asignación durante el periodo de campañas

1. Durante las campañas, el Instituto asignará 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes por medio de los OPL. Los 7 minutos restantes quedarán a disposición del Instituto para sus propios fines y los de otras autoridades electorales.

Artículo 29.

De las pautas para procesos locales con Jornada Electoral no coincidente con la federal

1. En las precampañas, intercampañas y campañas a que se refiere este Capítulo, los mensajes de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes serán transmitidos conforme a las pautas que apruebe el Comité, a propuesta del OPL competente.
2. Los OPL deberán entregar el modelo de distribución conforme al cual se elaborarán las pautas para las precampañas, intercampañas y campañas locales dentro del plazo que indique la Dirección Ejecutiva.
3. El Comité podrá modificar el modelo de distribución para las precampañas, intercampañas y campañas locales que sometan a su consideración los OPL.
4. Los partidos políticos nacionales que, en la entidad federativa de que se trate, no hubiesen obtenido en la elección para diputaciones locales inmediata anterior el porcentaje mínimo de votos para tener derecho a las prerrogativas conforme a la legislación local o los partidos políticos con registro local obtenido para la elección de que se trate, tendrán derecho a la prerrogativa de radio y televisión para precampañas, intercampañas y campañas locales, solamente en la parte que deba distribuirse de forma igualitaria.
5. Las candidaturas independientes solo tendrán acceso a la radio y televisión durante la campaña.

Artículo 30.

De las obligaciones de los Organismos Públicos Locales

1. Los Acuerdos que adopten los OPL para determinar los tiempos en que habrán de iniciar las precampañas, intercampañas y campañas de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en radio y televisión deberán ser notificadas al Instituto por lo menos con 40 días de anticipación al inicio de las transmisiones en el caso de procesos electorales ordinarios. En el caso de los procesos electorales extraordinarios, la notificación deberá realizarse al menos 20 días previos al inicio de las transmisiones. Todos los partidos políticos y, en su caso, coaliciones dispondrán de sus prerrogativas en un mismo periodo durante las precampañas, intercampañas y campañas electorales, incluyendo a las candidaturas independientes en esta última etapa.
2. En caso de no recibir la propuesta de pauta de conformidad con el párrafo anterior, el Comité tomará las medidas necesarias para garantizar el uso de la prerrogativa.

CAPÍTULO VI.

DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS

Artículo 31.

Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el inicio de las precampañas y hasta la Jornada Electoral

1. El Instituto administrará 48 minutos diarios en las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección de que se trate, desde el inicio de las precampañas hasta el término del día en que se celebre la Jornada Electoral.

Artículo 32.

De la cobertura territorial y el tiempo que se destinará en radio y televisión

1. Una vez que el OPL de la entidad de que se trate notifique formalmente al Instituto la celebración de un proceso electoral extraordinario, el Consejo determinará la cobertura territorial, el tiempo que se destinará a los partidos

políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en radio y televisión, mediante un Acuerdo específico conforme al artículo 183, numeral 5 de la Ley y a las demás disposiciones aplicables.

2. En el mismo Acuerdo se aprobará el Catálogo de emisoras de radio y canales de televisión que estarán obligadas a transmitir las pautas correspondientes, se ordenará su difusión y se publicará en el Diario Oficial de la Federación para los procesos electorales federales. En el caso de los procesos electorales locales se publicará un extracto en la gaceta o periódico oficial de la entidad de que se trate. En ambos supuestos, el Acuerdo se publicará en el portal de internet del Instituto y se notificará a todas las emisoras incluidas en el Catálogo.
3. La Dirección Ejecutiva informará a la DGRTC el inicio de la vigencia de la pauta correspondiente para los efectos de la administración del tiempo del Estado en radio y televisión.

Artículo 33.

De los distintos supuestos en los procesos electorales extraordinarios

1. El acceso a la radio y televisión en los procesos electorales extraordinarios federales o locales, coincidentes o no, se ajustará a lo dispuesto en el presente Título.
2. El Consejo determinará lo conducente en caso de que se presente un escenario no previsto en el presente capítulo.

TÍTULO TERCERO DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

CAPÍTULO I. DE LAS PAUTAS Y LOS MATERIALES

Artículo 34.

De la elaboración y aprobación de las pautas

1. La Dirección Ejecutiva elaborará los siguientes tipos de pauta:

- a) Pautas de periodo ordinario;
 - b) Pautas correspondientes a procesos electorales federales;
 - c) Pautas correspondientes a procesos electorales locales conforme al modelo de distribución propuesto por el OPL de la entidad de que se trate;
 - d) Pautas correspondientes a procesos electorales extraordinarios federales o locales;
 - e) Pautas de reposición, en términos del artículo 456, inciso g), fracción III de la Ley;
 - f) Pauta especial para concesionarios de televisión restringida satelital; y
 - g) Pauta de reprogramación, de conformidad con los Lineamientos para la reprogramación.
2. Las pautas de transmisión de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes, serán aprobadas por el Comité en términos de lo previsto por el artículo 184, numeral 4 de la Ley. Las pautas de las autoridades electorales serán aprobadas por la Junta, conforme a lo previsto en el presente Reglamento.
 3. Una vez aprobadas las pautas por el Comité y la Junta, la Dirección Ejecutiva elaborará una pauta conjunta que integre las anteriores. La misma será notificada a los concesionarios de radio y televisión junto con los Acuerdos por los que las mismas se aprobaron, en los términos y plazos de este Reglamento.
 4. La Dirección Ejecutiva informará a la DGRTC el inicio de la vigencia de la pauta correspondiente a procesos electorales federales o locales para los efectos de la administración del tiempo del Estado en radio y televisión.
 5. Los concesionarios de radio y televisión no podrán alterar las pautas, ni exigir requisitos técnicos adicionales a los aprobados por el Comité o la Junta.

Artículo 35.

De los elementos mínimos que deben contener las pautas

1. Las pautas de periodos ordinarios deberán cumplir los requisitos siguientes:
 - a) Serán semestrales;
 - b) El 12% del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión se distribuirá de forma igualitaria entre los partidos políticos y las autoridades electorales, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad;
 - c) Deberán precisar las siglas de la emisora respectiva, así como el concesionario;

- d)** Los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales deberán distribuirse entre las 6:00 y las 24:00 horas;
 - e)** Precisarán por cada día del periodo, los promocionales a transmitir, así como el partido político y autoridad electoral que corresponden;
 - f)** El mes, día y hora en que los promocionales deberán ser transmitidos; y
 - g)** El orden en que los promocionales deben ser transmitidos.
- 2.** Las pautas correspondientes a los procesos electorales federales, locales o extraordinarios deberán cumplir los requisitos siguientes:
- a)** La vigencia de la pauta iniciará con el periodo de acceso conjunto a radio y televisión con motivo de la precampaña y hasta la conclusión de la Jornada Electoral correspondiente;
 - b)** Deberán precisar las siglas de la emisora respectiva, así como el concesionario;
 - c)** Distribuirán 48 minutos diarios entre los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes en cada estación de radio y canal de televisión que estén previstas en el Catálogo respectivo;
 - d)** En los horarios comprendidos entre las 6:00 y las 12:00 horas, así como entre las 18:00 y las 24:00 horas, preverán 3 minutos de promocionales por cada hora de transmisión; en los horarios comprendidos entre las 12:00 y las 18:00 horas, se dispondrán 2 minutos de promocionales por cada hora de transmisión;
 - e)** El total de tiempo que corresponda a partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes se distribuirá entre las 6:00 y las 24:00 horas;
 - f)** Precisarán por cada día del periodo los espacios asignados a los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
 - g)** Los promocionales deberán ser transmitidos dentro de la hora en que sean pautados;
 - h)** Durante las campañas, los horarios de mayor audiencia se destinarán a la transmisión de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes;
 - i)** Durante las campañas, el 30% del tiempo que se divide entre los partidos políticos de forma igualitaria se distribuirá, según sea el caso, entre el número total de partidos políticos nacionales y locales, así como al conjunto de candidaturas independientes, aun cuando al momento de elaborar la pauta no se cuente con el registro de alguna candidatura;
 - j)** En caso de que no se registren candidaturas independientes al concluir el plazo legal para su registro, a nivel federal o local, según sea el caso, el tiempo que les corresponde conforme al numeral anterior, se distribuirá entre los partidos políticos de forma igualitaria; y
 - k)** El orden en que los promocionales deben ser transmitidos.

- 3.** Las pautas de reposición y reprogramación deberán cumplir los requisitos previstos para periodos ordinarios o procesos electorales, según se trate, así como los siguientes:
- a)** La reposición o reprogramación de los mensajes se efectuará en tiempo comercializable o para fines propios que la legislación aplicable autorice al concesionario en cuestión. En ningún caso con el tiempo del Estado;
 - b)** Los promocionales se distribuirán en el periodo de transmisión y estarán presentes de manera proporcional en las 3 franjas horarias;
 - c)** En cada franja horaria se pautarán como mínimo 2 promocionales, si esto no fuera suficiente, se adicionará un promocional en cada franja horaria, iniciando con matutina hasta la nocturna;
 - d)** Los promocionales aparecerán de manera escalonada, es decir, no habrá horas dedicadas exclusivamente para partidos políticos o autoridades electorales;
 - e)** Los promocionales a difundir serán los que en su momento pauten los partidos políticos con registro vigente en las órdenes de transmisión que para tal efecto se elaboren o, en su defecto, los promocionales que correspondan al periodo en que se reponen;
 - f)** Las omisiones de los partidos políticos que perdieron su registro serán asignados al Instituto;
 - g)** Las omisiones de los partidos políticos nacionales que perdieron su registro, pero lo conservan a nivel local, tendrán derecho a la reposición de promocionales en la entidad federativa de que se trate. En caso de no tener registro en la entidad federativa donde se hubiesen omitido los promocionales, éstos serán asignados al Instituto;
 - h)** En el caso de la pauta de reposición, los promocionales correspondientes a las candidaturas independientes y autoridades electorales serán asignados en su totalidad al Instituto; mientras que en la pauta de reprogramación los promocionales de las autoridades electorales locales serán asignados a éstas; y
 - i)** Ambos tipos de pauta se realizarán en función del total de promocionales omitidos para los partidos políticos y autoridades electorales. A los partidos políticos con registro vigente se les asignarán los promocionales en la misma proporción a su afectación.
- 4.** La pauta especial sustituirá el contenido de una pauta notificada a un concesionario de televisión radiodifundida conforme a lo siguiente:
- a)** Durante las precampañas y campañas de un proceso electoral federal presidencial deberán sustituirse los materiales de partidos políticos correspondientes a la pauta local por materiales para el cargo a la Presidencia de los Estados Unidos Mexicanos o genéricos;

- b) Durante las precampañas y campañas de un proceso electoral federal donde se renueve exclusivamente la Cámara de Diputados deberán sustituirse los materiales de partidos políticos correspondientes a la pauta local por genéricos;
- c) Durante las campañas de un proceso electoral local deberán sustituirse los materiales de partidos políticos locales por promocionales del Instituto;
- d) Durante las campañas los materiales de autoridades electorales locales deberán sustituirse por promocionales del Instituto; y
- e) Durante el periodo de reflexión y jornada electoral deberá tomarse una señal de periodo ordinario, donde se sustituirán los materiales de partidos políticos locales y autoridades locales por promocionales del Instituto.

Artículo 36.

De la modificación de pautas

1. Las pautas aprobadas por el Comité o la Junta se podrán modificar en los casos siguientes:
 - a) Cuando se otorgue el registro a un partido político o candidatura independiente;
 - b) Cuando ocurra la pérdida del registro de un partido político o candidatura independiente;
 - c) Cuando se apruebe una coalición total o por su disolución, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16 del Reglamento;
 - d) En los casos en que las emisoras de radio y televisión operen menos de 18 horas de transmisión en el horario comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas;
 - e) Cuando existan situaciones supervenientes de caso fortuito o fuerza mayor que justifiquen dicha modificación;
 - f) En los casos en los que la autoridad administrativa o jurisdiccional en materia electoral lo determine;
 - g) Cuando lo soliciten autoridades para la atención de contingencias que afecten la salud o para la protección civil en casos de emergencia;
 - h) En los casos referidos en los artículos 55 y 56 del Reglamento relativos a concesionarios para uso social comunitario e indígena;
 - i) Por la celebración de elecciones extraordinarias;
 - j) Por la asignación trimestral de tiempo a las autoridades electorales con motivo de mecanismos de democracia directa o participativa, así como consultas indígenas previamente solicitadas por el OPL que corresponda;
 - k) En caso de que se constituya una nueva autoridad electoral local y solicite la asignación de tiempo; y
 - l) En caso de que un partido político no registre ninguna candidatura para la totalidad de los cargos en disputa en un proceso electoral.

2. Las emisoras de radio y canales de televisión que actualicen el supuesto referido en el inciso d) del numeral anterior deberán informar dicha circunstancia a la Dirección Ejecutiva con al menos 30 días de anticipación al inicio de la transmisión para que esta le notifique una pauta ajustada. En todo caso, las emisoras deberán acreditar la autorización emitida por el IFT.

Hasta que no se haya notificado la pauta ajustada dichas emisoras de radio o canales de televisión transmitirán los promocionales conforme a la pauta original en los horarios en los que la emisora opere, de tal forma que no se altere el orden ni se modifiquen los horarios en que están pautados los mensajes.

3. Las modificaciones a las pautas deberán notificarse a los concesionarios al menos 4 días hábiles previos al inicio de las transmisiones.

Artículo 37.

De los contenidos de los mensajes

1. En ejercicio de su libertad de expresión, los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes determinarán el contenido de los promocionales que les correspondan, por lo que no podrán estar sujetos a censura previa por parte del Instituto ni de autoridad alguna. Las candidaturas independientes y partidos políticos en el ejercicio de sus prerrogativas, así como precandidaturas, candidaturas y militancias serán sujetos a las ulteriores responsabilidades que deriven de las diversas disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias respectivas, incluyendo aquellas relacionadas con violencia política contra las mujeres en razón de género.
2. Durante el periodo de intercampana, los promocionales genéricos de los partidos políticos tendrán carácter meramente informativo y serán transmitidos de acuerdo con la pauta que apruebe el Comité.
3. Los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes son responsables del contenido de los materiales que presentan al Instituto para su difusión en radio y televisión y, en esa medida, de la correcta distribución del tiempo que les sea asignado en las pautas aprobadas por el Comité para los procesos locales con Jornada Electoral coincidente con la federal.

4. Las candidaturas independientes que contiendan en un proceso local entregarán sus materiales por conducto del OPL que corresponda.
5. Los concesionarios difundirán los promocionales entregados por el Instituto, aun y cuando, a su juicio, su contenido pudiera vulnerar la normatividad en materia de acceso a la radio y televisión, por lo que se entenderá que su transmisión no les generará responsabilidad y será bajo la estricta responsabilidad de quien ordena la transmisión de los materiales.
6. Los promocionales de televisión contendrán subtítulos en español sincrónicos, coincidentes y congruentes con el contenido del audio.

Artículo 38.

De las especificaciones y calidad de los materiales

1. La Dirección Ejecutiva informará a las autoridades electorales, a la DECEyEC, a los partidos políticos nacionales y locales y, en su caso, a las candidaturas independientes las especificaciones técnicas que deberán cumplir los materiales que entreguen al Instituto para su transmisión en radio y televisión, de conformidad con el Acuerdo que al respecto apruebe el Comité.

Artículo 39.

De los materiales del Instituto

1. El contenido y demás características de los promocionales del Instituto estarán a cargo de la DECEyEC. La producción de los mensajes atenderá a los programas y lineamientos que apruebe el Consejo, así como las sugerencias que presente la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

CAPÍTULO II.

DE LA NOTIFICACIÓN DE PAUTAS Y ENTREGA DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN Y MATERIALES

Artículo 40.

De la notificación de las pautas

1. Las notificaciones de las pautas se realizarán de la forma siguiente:

- a) La Dirección Ejecutiva notificará electrónicamente las pautas con al menos 20 días de anticipación a la fecha de inicio de transmisiones y surtirá sus efectos el mismo día de su realización;
 - b) Las pautas se pondrán a disposición en el sistema destinado para tal fin;
 - c) Cuando alguna circunstancia imposibilite la notificación electrónica de las pautas, la Dirección Ejecutiva realizará la notificación de forma personal en días y horas hábiles, de conformidad con lo establecido en la Ley y el Reglamento de Quejas y Denuncias; y
 - d) Ante cualquier incidencia se emplearán los Lineamientos aplicables a la entrega y recepción electrónica o satelital de las órdenes de transmisión y materiales.
2. Los concesionarios están obligados a informar a la Dirección Ejecutiva sobre un único domicilio de la representación legal, personas autorizadas para oír y recibir notificaciones y dirección electrónica, dentro de los 25 días posteriores al inicio de la vigencia de su concesión. Cualquier cambio a los datos antes señalados se informará a la Dirección Ejecutiva dentro de los 10 días hábiles siguientes.
 3. Una vez otorgado el título de concesión, el concesionario notificará a la Dirección Ejecutiva la fecha de inicio de sus transmisiones.
 4. En caso de que el concesionario incumpla con las obligaciones previstas en el numeral 2 del presente artículo, la notificación del material y la pauta se realizará en el domicilio que para tales efectos tenga registrado ante el IFT o la DGRTC.

Artículo 41.

De la entrega de órdenes de transmisión y materiales a concesionarios

1. Se privilegiará la entrega electrónica de las órdenes de transmisión y materiales en los términos y condiciones que al efecto establezca el Comité. En caso de que los concesionarios señalen que no cuentan con los medios necesarios para operar dicha modalidad, deberán acreditar tal circunstancia al Instituto. En este supuesto, las entregas se realizarán en el domicilio legal correspondiente, de conformidad con los plazos señalados en los párrafos siguientes.
2. Durante los periodos ordinarios, las órdenes de transmisión y materiales serán entregados o puestos a disposición de los concesionarios, según sea el caso, 5 días hábiles previos al inicio de su transmisión.

3. Desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la Jornada Electoral, tomando en cuenta que todos los días y horas son hábiles, las órdenes de transmisión y los materiales serán entregados o puestos a disposición de los concesionarios, según sea el caso, en un plazo que no podrá ser mayor a 3 días previos al inicio de su transmisión.
4. Los plazos establecidos para ejecutar una orden de transmisión se empezarán a contar al día siguiente de su entrega o puesta a disposición.

Artículo 42.

De la elaboración y entrega de órdenes de transmisión

1. En periodos ordinarios, la Dirección Ejecutiva elaborará una orden de transmisión a la semana con los materiales que cumplan con las especificaciones técnicas y que hayan sido entregados, a más tardar, el día y hora que conforme al Reglamento y demás disposiciones aplicables corresponda.
2. Desde el inicio de las precampañas y hasta el día de la Jornada Electoral, la Dirección Ejecutiva elaborará 2 órdenes de transmisión a la semana con los materiales que cumplan con las especificaciones técnicas y que hayan sido entregados, a más tardar, el día y hora que conforme al Reglamento y demás disposiciones aplicables corresponda.
3. Las órdenes de transmisión y los respectivos materiales se pondrán a disposición de los concesionarios al día siguiente de la fecha de elaboración de la orden de transmisión.
4. Para efectos de lo señalado en el numeral anterior, el Comité y la Junta aprobarán los calendarios de entrega de materiales y órdenes de transmisión.

Artículo 43.

De la entrega de materiales a la Dirección Ejecutiva

1. Los partidos políticos nacionales y locales, las coaliciones y candidaturas independientes de carácter federal, así como las autoridades electorales federales y locales entregarán sus materiales de manera electrónica a la Dirección Ejecutiva. La verificación técnica de los materiales se realizará a través de los procedimientos y mecanismos que para tal efecto determine el Comité.

2. La Dirección Ejecutiva recibirá los materiales por medio del sistema electrónico las 24 horas de todos los días del año y verificará exclusivamente el cumplimiento de las especificaciones técnicas para su transmisión en radio y televisión, así como su correcta duración en los horarios siguientes, hora del centro:
 - a) La calificación técnica de los materiales se realizará de 9:00 a 18:00 horas en días hábiles;
 - b) Durante la etapa de campaña de los procesos electorales la calificación técnica de los materiales se realizará todos los días de 9:00 a 18:00 horas;
 - c) En caso de que los materiales incumplan con las especificaciones técnicas o su duración exceda o sea menor al tiempo correspondiente, la Dirección Ejecutiva lo hará del conocimiento de la persona titular, a fin de que se realicen las correcciones o adecuaciones correspondientes con la entrega de un dictamen técnico, en las modalidades que para tal efecto establezca el Comité.

En las fechas límite de entrega de materiales y estrategias electrónicas de transmisión:

- i. Si el material es entregado antes de las 15:00 horas, el dictamen técnico se remitirá el mismo día de su ingreso;
 - ii. En el supuesto anterior, los materiales entregados de nueva cuenta para revalidación se calificarán técnicamente hasta las 18:00 horas; y
 - iii. Si se trata de un material de nuevo ingreso entregado después de las 15:01 horas, el dictamen técnico se remitirá dentro de las 24 horas siguientes.
3. La persona responsable de la cuenta de acceso al sistema de recepción de materiales deberá capturar y firmar electrónicamente las estrategias de transmisión para la difusión de los promocionales que hayan sido dictaminados como óptimos.
4. Las estrategias de las candidaturas independientes locales serán elaboradas, firmadas y enviadas por medio del sistema electrónico con el usuario del OPL que corresponda.
5. Las candidaturas independientes federales o sus representaciones acreditadas ante los órganos del Instituto entregarán sus materiales a la Dirección Ejecutiva. Las candidaturas independientes locales entregarán los materiales por conducto del OPL que corresponda. Lo anterior, en los términos señalados en el párrafo que antecede.

6. Las coaliciones totales o aquellas figuras señaladas en el artículo 16, numeral 3 del presente Reglamento, nombrarán a una persona representante común para la entrega de los materiales. En caso de no realizar el nombramiento, se considerará como tal a la persona representante titular o suplente ante el Consejo o el Comité del partido político que ostente la representación de la coalición o la que determine el convenio respectivo.
7. La Dirección Ejecutiva revisará que los materiales entregados por los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes tengan la duración correcta y cumplan con las especificaciones técnicas señaladas en el artículo 38 del presente Reglamento. En caso de incumplir con las especificaciones o que la duración exceda o sea menor al tiempo correspondiente, la Dirección Ejecutiva informará mediante el sistema electrónico a las personas titulares. Lo anterior, para que realicen las correcciones o adecuaciones al material correspondiente.
8. Para garantizar la prerrogativa de acceso a la radio y televisión ante cualquier eventualidad técnica, material o jurídica, los partidos políticos entregarán al Instituto, antes del inicio de cada etapa, materiales genéricos de audio y video. Los partidos políticos podrán actualizar los materiales en cualquier momento.
9. Para efecto de garantizar la prerrogativa de acceso a la radio y televisión de cada candidatura independiente, ante cualquier eventualidad técnica, material o jurídica, éstas podrán entregar al Instituto por lo menos un material de reserva al momento de hacer la primera entrega de materiales para su difusión.
10. Las coaliciones totales que se conformen con motivo de los procesos electorales, federales o locales, deberán entregar un material genérico de radio y de televisión con duración de 30 segundos, al momento de hacer la primera entrega de materiales para su difusión en cada etapa.
11. En caso de que los materiales entregados por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes no cumplan con las especificaciones técnicas, ni con la duración correcta, invariablemente se seguirán transmitiendo las versiones que se encuentren vigentes o, en su caso, se transmitirá el material genérico previamente entregado.

12. Las disposiciones anteriores serán aplicables en lo conducente a los materiales de las autoridades electorales.
13. En caso de que los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes no hubieren entregado material genérico y no se estén transmitiendo versiones previas, el espacio de la pauta se asignará al Instituto.
14. En caso de presentarse situaciones excepcionales que imposibiliten la entrega de materiales a través del sistema electrónico, la Dirección Ejecutiva establecerá los mecanismos para facilitar la recepción de materiales y estrategias de transmisión.

Artículo 44.

De los materiales en idiomas y lenguas distintos al español traducidos por los partidos políticos, candidaturas independientes o autoridades electorales

1. Los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, candidaturas independientes que requieran la transmisión de sus materiales en un idioma distinto al español en una emisora que cuente con la autorización correspondiente o en una estación que transmita en lenguas indígenas, se harán cargo de la traducción de los promocionales que se deban difundir en el idioma o lengua de que se trate. Para tal efecto, el material deberá cumplir con las especificaciones técnicas que apruebe el Comité.
2. Los materiales en idioma distinto al español o en lenguas indígenas deberán ser entregados a la Dirección Ejecutiva bajo las mismas condiciones técnicas que cualquier otro material y de conformidad con los plazos previstos en este Reglamento y los calendarios que apruebe el Comité o la Junta.
3. Las autoridades electorales, los partidos políticos y, en su caso, candidaturas independientes que opten por remitir materiales en idiomas distintos al español o en lenguas indígenas, deberán acompañarlos de una traducción por escrito en idioma español que deberá ser publicada en el portal de promocionales del Instituto para que su contenido pueda ser conocido por todas las personas interesadas.

Artículo 45.

De los materiales en idiomas y lenguas distintos al español traducidos por los concesionarios

1. Los concesionarios de radio y televisión que cuenten con la autorización para transmitir en un idioma distinto al español o en lenguas indígenas podrán traducir los promocionales con cargo a su presupuesto. En su caso, los concesionarios deberán entregar la traducción por escrito de los materiales de radio en idioma distinto al español.
2. Los concesionarios autorizados que deseen traducir los materiales de partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes a un idioma distinto al español o lengua indígena deberán ajustarse a lo siguiente:
 - a) La traducción la realizará una persona perita en la materia legalmente autorizada por el Poder Judicial de la Federación o de la entidad en la que opere la emisora;
 - b) La duración de los mensajes no podrá ser modificada, de modo que los promocionales se ajustarán a las unidades de medida determinadas por el Comité; y
 - c) La traducción deberá realizarse respecto a todos los promocionales del periodo o etapa correspondiente.

En el caso de concesionarios que transmitan en lenguas indígenas, la traducción se podrá realizar por medio de instituciones públicas que brinden estos servicios o por la propia emisora, cumpliendo con lo establecido en los incisos b) y c) del presente párrafo.

3. El Comité establecerá los mecanismos necesarios para garantizar que en la difusión de los promocionales se cumpla con lo siguiente:
 - a) La prerrogativa de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes, así como el derecho de las autoridades electorales;
 - b) La verificación de la transmisión de los materiales por parte del Instituto; y
 - c) La transmisión de los promocionales en idioma distinto al español o lenguas indígenas.
4. Los concesionarios que deseen optar por traducir los promocionales de los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes deberán enviar a la Dirección Ejecutiva, directamente

o mediante la Junta Local de la entidad de que se trate, un aviso único por escrito en el que manifiesten tal situación, acompañado de los documentos e información que se indican a continuación:

- a) Las siglas de la emisora, frecuencia o canal, nombre y domicilio de la persona física o moral que ostente la concesión;
- b) Copia certificada de la autorización vigente de la DGRTC para transmitir en un idioma distinto al español. Este requisito no aplica a concesionarios que transmiten en lenguas indígenas; y
- c) Copia certificada de la constancia que acredite a la persona perita en la materia que realice la traducción del español al idioma o lengua de que se trate, emitida por el Poder Judicial de la entidad o de la Federación. Este requisito no aplica a concesionarios que transmiten en lenguas indígenas.

En caso de que el concesionario sea una persona moral o actúe por intermediarios, los documentos en copia certificada que acrediten la representación legal.

5. La Dirección Ejecutiva proporcionará los requerimientos técnicos aprobados por el Comité para la entrega de los promocionales.
6. El concesionario que haya presentado el aviso con los requisitos aludidos en el numeral 4 del presente artículo se apegará a la traducción emitida por la persona perita traductora o la institución pública, según se trate, y remitirá todos los materiales traducidos a la Dirección Ejecutiva para que verifique si cumplen las especificaciones técnicas para su difusión, incluyendo la traducción por escrito al español debidamente firmada por la persona perita traductora y con los sellos o medios de autenticación correspondientes. Los concesionarios que transmitan en lenguas indígenas enviarán a la Dirección Ejecutiva la traducción del contenido de los materiales realizada, en su caso, por la institución pública respectiva o por la propia emisora.
7. En caso de que la totalidad de los materiales cumplan con los requerimientos técnicos, la Dirección Ejecutiva, en un plazo que no podrá exceder de un día hábil, generará las huellas acústicas, elaborará la orden de transmisión específica y la pondrá a disposición del concesionario para que la emisora inicie su transmisión. En caso contrario, dentro del mismo plazo, se notificará al concesionario para que subsane las deficiencias y remita de nueva cuenta los materiales para su revisión técnica.

8. Mientras el concesionario no reciba el aviso de autorización de la Dirección Ejecutiva para la difusión de los mensajes traducidos, este deberá seguir transmitiendo los materiales originales conforme a las órdenes de transmisión instruidas por el Instituto. Lo anterior, en el entendido de que los materiales vigentes serán aquellos que fueron notificados por la Dirección Ejecutiva.

Artículo 46.

De los gastos de producción de los promocionales

1. Los gastos de producción de los promocionales de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes serán sufragados con recursos propios.

Artículo 47.

Del portal de promocionales

1. En el portal de promocionales se pondrán a disposición del público en general los materiales en audio y video cuya transmisión haya sido ordenada por partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes, al día siguiente en que se solicitó a los concesionarios su transmisión.
2. En el portal se pondrán a disposición todos los promocionales históricos, esto es, aquellos que hayan concluido su vigencia de acuerdo con los calendarios de órdenes de transmisión.
3. Los promocionales cuya transmisión haya sido suspendida como medida cautelar permanecerán en el apartado histórico del portal, siempre y cuando no se ordene su retiro por parte de las autoridades competentes.

CAPÍTULO III.

DEL CATÁLOGO Y MAPAS DE COBERTURA

Artículo 48.

Del catálogo de emisoras

1. El Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión será aprobado por el Comité una vez al año, al menos 30 días previos al inicio de la precampaña del proceso electoral de que se trate.

2. El Catálogo se integrará con la información sobre las concesiones y coberturas que brinda el IFT, así como el marco geográfico electoral y la población, en relación con la cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión, a partir de la información proporcionada por la DERFE y el INEGI.
3. El Catálogo será actualizado periódicamente por la Dirección Ejecutiva y las actualizaciones serán aprobadas por el Comité de manera mensual.
4. Con base en el catálogo aprobado, las concesionarias deben difundir en cada estación de radio y canal de televisión, la propaganda de los partidos políticos y de las autoridades electorales, así como de las candidaturas independientes, en su caso. El Consejo ordenará la publicación del citado catálogo al menos 30 días previos al inicio de la etapa de precampañas del proceso electoral ordinario de que se trate.

El contenido del Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión aprobado será de carácter público, se pondrá a disposición para su consulta en el Portal de Internet del Instituto y deberá notificarse a todos los concesionarios incluidos en el mismo.

5. El Catálogo se conformará por el listado de concesionarios de radio y televisión de todo el país que:
 - a) Se encuentren obligados a transmitir las pautas para la difusión de los promocionales que les sean notificadas; y
 - b) Se encuentren obligados a suspender la transmisión de propaganda gubernamental desde el inicio del periodo de campañas y hasta el fin de la Jornada Electoral.
6. Para determinar las emisoras obligadas a suspender la transmisión de propaganda gubernamental, además de todas aquellas que se encuentren domiciliadas en la entidad en la que se celebra el proceso electoral, se deberán cumplir los supuestos siguientes:
 - a) Que la señal de origen se encuentre en una entidad diferente a aquella en que se celebra el proceso electoral;
 - b) Que la señal de origen se vea o escuche en la entidad en que se lleva a cabo el proceso electoral; y
 - c) Que de acuerdo con datos del INEGI y la DERFE exista población en la zona de cobertura de la emisora dentro del territorio en que se lleva a cabo el proceso electoral.

7. En los procesos electorales locales, el Comité incluirá en el Catálogo respectivo a todas las emisoras de la entidad federativa de que se trate incorporando, en su caso, el número suficiente de concesionarios de otra entidad federativa cuya señal llegue a aquella donde se lleve a cabo el proceso electoral correspondiente para garantizar la cobertura respectiva.
8. En el caso de las emisoras cuya señal sea efectivamente vista o escuchada en los municipios que conforman zonas metropolitanas de una entidad en proceso electoral local, su señal podrá ser utilizada para participar en la cobertura del proceso electoral de que se trate, independientemente de la entidad en que opere.
9. En los procesos electorales extraordinarios, el Comité incluirá en el Catálogo respectivo a todas las emisoras de la entidad federativa, distrito o municipio de la elección de que se trate, incluyendo, en su caso, el número necesario de concesionarios de otra demarcación territorial cuya señal llegue a aquella donde se lleve a cabo el proceso electoral. Lo anterior, a fin de garantizar el derecho a la información de la ciudadanía establecido en el artículo 6°, Apartado B de la Constitución.
10. Para lo mencionado en los tres párrafos anteriores, se tomará en cuenta el porcentaje de ciudadanía inscrita en el padrón electoral y el listado nominal sobre las que tienen cobertura dichas emisoras en la entidad con proceso electoral, respecto al total del porcentaje con cobertura de la emisora. Lo anterior, de acuerdo con los mapas de cobertura vigentes.
11. Los promocionales se difundirán en las emisoras que transmiten o retransmiten señales dentro de una entidad federativa conforme a las órdenes de transmisión entregadas o puestas a disposición por la autoridad.

Artículo 49.

De las emisoras autorizadas para transmitir en idiomas distintos al español o en lenguas indígenas

1. Además de lo referido en el artículo 48, numeral 5, el Catálogo contendrá las concesiones que transmiten en idiomas distintos al español o en lenguas indígenas. La Dirección Ejecutiva, en colaboración con la DGRTC, elaborará el listado correspondiente.

2. La Dirección Ejecutiva actualizará el Catálogo cada vez que DGRTC notifique la autorización para la transmisión de materiales en idioma distinto al español o en lenguas indígenas. Las actualizaciones serán aprobadas por el Comité.

Artículo 50.

De los mapas de cobertura

1. El Comité solicitará al IFT el mapa de cobertura de la totalidad de estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo.
2. La Dirección Ejecutiva informará al Comité la actualización que remita el IFT respecto a los mapas de cobertura y su alcance efectivo. Las actualizaciones referentes a la información que proporcione la DERFE se realizarán una vez al año.

Si existen elementos que indiquen lo contrario a lo plasmado en el mapa de cobertura, previo acuerdo del Comité, se solicitará información al IFT, a fin de corroborarlo con el mapa de cobertura.

3. Los mapas de cobertura se publicarán en el portal de internet del Instituto.
4. Conforme a lo dispuesto en el presente artículo y para garantizar la actualización permanente de los mapas de cobertura, el Instituto podrá celebrar convenios con el IFT para incorporar la información correspondiente en la cobertura efectiva de los mismos.

CAPÍTULO IV.

DE LA MULTIPROGRAMACIÓN Y LA TELEVISIÓN RESTRINGIDA

Artículo 51.

De la multiprogramación

1. Cada canal multiprogramado autorizado a los concesionarios radiodifundidos deberá cumplir con el tiempo del Estado en los términos de la Ley y del Reglamento, así como de las disposiciones en materia de telecomunicaciones.
2. En el caso de que los concesionarios cuenten con la autorización para transmitir en la modalidad de multiprogramación, la pauta que genere el Institu-

to para el canal principal se deberá replicar en cada uno de los canales de programación autorizados. Lo anterior, con independencia de que se podrán ordenar materiales diferenciados en las pautas y órdenes de transmisión respectivas.

En el supuesto de que los canales multiprogramados transmitan los mismos contenidos programáticos que en su canal principal, pero de forma diferida, la transmisión de la pauta y materiales mandatados por el Instituto para el canal principal será replicada en los canales multiprogramados.

3. La Dirección Ejecutiva solicitará al IFT el listado de los concesionarios de televisión autorizados para transmitir en la modalidad de multiprogramación.

Artículo 52.

De los concesionarios de televisión restringida

1. Los concesionarios de televisión restringida están obligados a retransmitir la pauta ordenada a los concesionarios de televisión radiodifundida de la misma forma en que se radiodifunden, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, de manera íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluidas las señales de los canales con autorización a la multiprogramación.
2. La Dirección Ejecutiva revisará de manera permanente, en el portal de internet del IFT, el listado de señales radiodifundidas que los concesionarios de televisión restringida están obligados a retransmitir y le solicitará el listado de los concesionarios de televisión restringida que lleven a cabo la retransmisión de señales radiodifundidas.
3. Las transmisiones que en los servicios de televisión restringida se hagan de las señales radiodifundidas y sus canales de multiprogramación deberán suprimir los mensajes de propaganda gubernamental desde el inicio de las campañas y hasta la conclusión de la Jornada Electoral de los procesos respectivos.
4. Las bases previstas en el artículo 7 del Reglamento serán aplicables, en lo conducente, a los concesionarios de televisión restringida.
5. Los concesionarios de televisión restringida proporcionarán los servicios necesarios para que se realice el monitoreo de las señales radiodifundidas que

por ley estén obligadas a retransmitir, en los términos que establezca el convenio de colaboración que para tal efecto celebre el Instituto.

6. Los concesionarios de televisión restringida tomarán las medidas jurídicas necesarias para que el contenido de sus transmisiones se ajuste a las obligaciones que en materia de radio y televisión establece la Constitución, la Ley y el Reglamento. El concesionario será responsable de la operación técnica de la estación, pero no del contenido que le sea entregado por las personas programadoras o productoras independientes que serán responsables de este.
7. Los concesionarios de televisión restringida deberán informar a la Dirección Ejecutiva, dentro del término de diez días hábiles a que ocurra, cualquier cambio de domicilio o de representación legal.

Artículo 53.

De la retransmisión de señales en servicios de televisión restringida satelital durante procesos electorales federales

1. Los concesionarios de televisión restringida satelital deberán difundir una pauta especial durante los periodos de precampaña y campaña del proceso electoral federal en la retransmisión de las señales radiodifundidas con 50% o más de cobertura en el territorio nacional y de las señales de las Instituciones Públicas Federales.
2. Para los periodos de precampaña y campaña del proceso electoral federal, los concesionarios de televisión restringida satelital podrán optar por:
 - a) Convenir con los concesionarios de televisión radiodifundida la generación de una señal alterna con pauta especial y su puesta a disposición; o
 - b) Bloquear la pauta contenida en las señales radiodifundidas de 50% o más de cobertura en el territorio nacional y las de las Instituciones Públicas Federales para introducir la pauta especial y retransmitirla en sus servicios.
3. La Dirección Ejecutiva consultará a los concesionarios de televisión restringida satelital para que, en el término de 10 días hábiles, informen sobre la opción por la cual retransmitirán las señales radiodifundidas, de conformidad con el numeral 2 del presente artículo.

4. En caso de no recibir respuesta, la Dirección Ejecutiva convocará a los concesionarios de televisión restringida satelital y radiodifundida que tengan señales con 50% o más de cobertura en el territorio nacional para lograr un acuerdo. Lo anterior, de conformidad con los Lineamientos que para tal efecto apruebe el Consejo.
5. De no suscribirse acuerdo entre ambos concesionarios, la Dirección Ejecutiva informará al Comité a efecto de determinar el costo de la generación de una señal idéntica a la radiodifundida. Lo anterior, con base en un estudio de mercado que considere, en su caso, el costo determinado para el proceso electoral federal inmediato anterior.
6. El Comité ordenará la generación de las señales referidas en el numeral anterior a los concesionarios radiodifundidos y el pago o contraprestación por parte de los concesionarios de televisión restringida satelital.

Artículo 54.

De la retransmisión de señales en servicios de televisión restringida satelital durante procesos electorales locales

1. Para el periodo de campaña de los procesos electorales locales, los concesionarios de televisión restringida satelital podrán optar por:
 - a) Convenir con los concesionarios de televisión radiodifundida de señales de 50% o más de cobertura y de las Instituciones Públicas Federales para la generación de una señal alterna de periodo ordinario con pauta especial y su puesta a disposición; o
 - b) Retransmitir las señales radiodifundidas de 50% o más de cobertura y las de las Instituciones Públicas Federales que por su zona de cobertura corresponda a la de alguna entidad federativa en periodo ordinario que se encuentre obligada a no difundir propaganda gubernamental por estar incluida en el Catálogo de alguna otra entidad con proceso electoral o, en su caso, bloquear la propaganda gubernamental.
2. Para el periodo de reflexión y jornada electoral, los concesionarios de televisión restringida satelital podrán optar por:
 - a) Retransmitir una señal radiodifundida que se origine en alguna entidad con proceso electoral para el periodo de reflexión y el día de la Jornada Electoral; o

- b) Solicitar a la Junta la aprobación de una pauta especial para una señal que se encuentre en periodo ordinario y obligada a suspender propaganda gubernamental para sustituir mensajes de partidos políticos y autoridades electorales locales por mensajes del Instituto.
3. Para los periodos de campaña, reflexión y el día de la Jornada Electoral, el Comité aprobará los listados de emisoras que cumplan con los criterios previstos en los numerales 1, inciso b) y 2, inciso a) del presente artículo y los notificará a los concesionarios de televisión radiodifundida y restringida satelital.

CAPÍTULO V.

DE LAS EMISORAS SOCIALES COMUNITARIAS E INDÍGENAS

Artículo 55.

De las emisoras sociales comunitarias e indígenas

1. Las emisoras sociales comunitarias e indígenas deberán contar con título de concesión o, en su caso, permiso para operar una estación de radio o televisión con fines culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro, expedido por el IFT. Lo anterior, de conformidad con el artículo 67 de la LFTR.
2. El Comité aprobará una pauta ajustada para las emisoras sociales comunitarias e indígenas que así lo soliciten considerando el informe que previamente envíe cada emisora respecto a sus condiciones específicas de operación y horario de la comunidad en la que se ubica.

Artículo 56.

De la solicitud para cubrir elecciones por sistemas normativos indígenas

1. En el caso de las emisoras sociales comunitarias e indígenas que tengan cobertura principal en una localidad donde se celebren elecciones mediante sistemas normativos indígenas o por usos y costumbres, según lo determine la legislación local y que no coincidan con alguna elección federal o local, únicamente transmitirán promocionales de las autoridades electorales, de conformidad con el procedimiento siguiente:

- a) Mediante oficio dirigido a la Dirección Ejecutiva, el OPL, a través del órgano facultado de conformidad con la normativa local, deberá dar aviso de la celebración de la elección de autoridades por sistemas normativos indígenas o usos y costumbres, en el cual deberá precisar que la autoridad local acordó apearse a lo establecido en el presente artículo dentro de las 48 horas posteriores a que el OPL tenga conocimiento de la fecha en que se celebre la jornada electiva;
- b) Una vez que la Dirección Ejecutiva analice la solicitud y sea técnicamente viable elaborará una pauta que integre únicamente los promocionales de autoridades electorales;
- c) El periodo de difusión de promocionales exclusivos de autoridades electorales en cada emisora comprenderá hasta 30 días previos a aquél en que se tenga programada la jornada electiva;
- d) El Consejo determinará la distribución del 12% del tiempo total que administra el Instituto en el periodo señalado en el inciso anterior;
- e) La Dirección Ejecutiva llevará a cabo los trámites necesarios, así como la elaboración y notificación oportuna de las pautas. Asimismo, a través del sistema electrónico pondrá a disposición las órdenes de transmisión y los materiales respectivos a los concesionarios para uso social comunitarios e indígenas previstos en el Catálogo correspondiente; y
- f) De conformidad con el artículo 36, numeral 3 del Reglamento, la notificación deberá llevarse a cabo con al menos 4 días hábiles previos a la fecha de inicio de transmisiones y surtirá sus efectos el mismo día de su realización.

CAPÍTULO VI.

DE LA REPROGRAMACIÓN Y REPOSICIÓN DE PROMOCIONALES

Artículo 57.

De la reprogramación

1. Cuando los concesionarios radiodifundidos adviertan que no han transmitido los promocionales conforme a las pautas ordenadas por el Instituto podrán reprogramar voluntariamente.
2. La reprogramación de transmisiones se ajustará a las reglas siguientes:
 - a) Se llevará a cabo en el mismo día de la semana siguiente en el que el promocional fue pautado originalmente;
 - b) Tendrá lugar en la misma hora en que los promocionales omitidos se pautaron originalmente;
 - c) Se respetará el orden previsto en las pautas para los promocionales reprogramados;

- d) Los promocionales que se transmitirán serán los que correspondan a los materiales vigentes;
 - e) Se dará preferencia a la transmisión de los promocionales que, conforme a las pautas, correspondan a los días de la reprogramación. Los promocionales reprogramados se pautarán después de los originales a la misma hora y en cortes distintos para evitar su acumulación y permitir su verificación;
 - f) La reprogramación garantizará la proporcionalidad entre la transmisión reprogramada y el número de promocionales omitidos. Lo anterior, a fin de evitar la saturación de promocionales y la transmisión continua en un mismo corte, sea comercial o de cualquier tipo;
 - g) Invariablemente, las reprogramaciones de los promocionales de partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes se efectuarán en tiempo distinto al que corresponde al Estado;
 - h) En caso de que la reprogramación no se realice conforme a lo establecido en los incisos anteriores, esta resultará improcedente;
 - i) La reprogramación sólo podrá realizarse en la misma etapa electoral en la que se omitió el promocional originalmente pautado. Si el promocional omitido se pautó en la etapa de precampañas, únicamente podrá ser reprogramado durante el transcurso de dicha etapa, misma situación se observará con las etapas de intercampañas y campañas;
 - j) En caso de que la omisión se produzca dentro de los últimos 7 días de la etapa del proceso electoral de que se trate, sean precampañas, intercampañas o campañas, la reprogramación tendrá lugar al día siguiente de la omisión;
 - k) En caso de que la omisión se produzca el último día de la etapa de que se trate, la reprogramación se llevará a cabo al inicio del periodo ordinario siguiente, y
 - l) Para el periodo de reflexión y el día de la Jornada Electoral aplicarán las reglas establecidas para la reprogramación durante periodo ordinario.
3. Adicionalmente a lo previsto en los numerales anteriores, los concesionarios deberán presentar por escrito el aviso de reprogramación voluntaria a la Dirección Ejecutiva, Junta Local o mediante el SIGER. Lo anterior, dentro de los 3 días hábiles siguientes al incumplimiento, señalando dicha circunstancia, así como las causas de la omisión y los elementos con que las acrediten.
4. En los casos en que la omisión se produzca dentro de los últimos 7 días de la etapa de que se trate, el concesionario enviará el aviso de reprogramación al día hábil siguiente del incumplimiento.
5. El concesionario deberá precisar en el aviso de reprogramación voluntaria lo siguiente:

- a) Los promocionales omitidos;
 - b) El folio, versión, actor, fecha y horario pautado;
 - c) La justificación del presunto incumplimiento; y
 - d) El señalamiento de que realizará la reprogramación conforme a las disposiciones establecidas en el presente Reglamento. Adicionalmente, el concesionario acompañará la propuesta de reprogramación con las fechas y horas que correspondan.
6. En caso de que no se reciba el aviso de reprogramación voluntaria por parte de los concesionarios, la Vocalía Ejecutiva o la Dirección Ejecutiva notificará un requerimiento a la emisora que presuntamente haya incumplido las pautas en términos del artículo 62 del Reglamento. En la respuesta al requerimiento, la emisora informará el día en que realizará la reprogramación del promocional omitido. En todo caso se ajustará a las reglas previstas en el numeral 2.
7. En el caso de los concesionarios de la Ciudad de México, las comunicaciones descritas podrán ser recibidas y emitidas indistintamente por la Vocalía Ejecutiva y la Dirección Ejecutiva.

Artículo 58.

Del catálogo de incidencias

1. Los concesionarios radiodifundidos que hayan incurrido en algún incumplimiento a las pautas notificadas por el Instituto podrán realizar la reprogramación de los promocionales omitidos por las causas siguientes, que no tienen un carácter limitativo:
- a) Falla en el equipo de transmisión;
 - b) Falla en el sistema;
 - c) Interrupción del suministro eléctrico;
 - d) Errores de continuidad y de programación;
 - e) Suspensión total de transmisiones;
 - f) Factores meteorológicos; y
 - g) Desastre natural.
2. En los supuestos previstos en los incisos e), f) y g), considerando que son hechos no atribuibles al concesionario, la Dirección Ejecutiva valorará la magnitud del evento y su impacto en la zona de cobertura para determinar si el concesionario se encuentra obligado a realizar la reprogramación correspondiente e informará lo conducente en la siguiente sesión del Comité.

3. El concesionario está obligado a informar por escrito, dentro de los 3 días hábiles siguientes, esta situación a la Dirección Ejecutiva o a la Junta Local que corresponda y remitirá, en su caso, el acuse de recibo del aviso de suspensión presentado al IFT y la documentación que acredite el hecho.

Artículo 59.

De la reposición de promocionales

1. La reposición de promocionales es la sanción emitida por la autoridad jurisdiccional competente con motivo de las resoluciones recaídas en los procedimientos instruidos a partir de vistas o denuncias.
2. El Comité aprobará la pauta de reposición en los términos que ordene la autoridad jurisdiccional competente a partir de que quede firme la resolución y esta haya sido notificada.
3. Ninguna reposición o reprogramación de promocionales de partidos políticos y candidaturas independientes podrá tener lugar durante los tres días anteriores a la Jornada Electoral del proceso electoral de que se trate. Quedan exceptuados de lo anterior los mensajes de las autoridades electorales.

Artículo 60.

De las transmisiones especiales durante programación sin cortes

1. Durante la difusión de las coberturas informativas especiales aplicarán las reglas siguientes para la transmisión de los promocionales de los partidos políticos, autoridades electorales y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes:
 - a) Este criterio se aplica a concesionarios cuya señal sea interrumpida para la transmisión de boletines de cualquier autoridad relacionados con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o la difusión de medidas para prever o remediar calamidades públicas, así como mensajes o avisos relacionados con embarcaciones o aeronaves en peligro;
 - b) Si el boletín o aviso tiene una duración mayor a una hora, los promocionales no transmitidos durante los eventos especiales no tendrán que reemplazarse en atención a que se trata de situaciones de emergencia en las que pudiera afectarse la seguridad nacional, el orden público o la salud;

- c) Si el boletín o aviso tiene una duración menor a una hora, las emisoras deberán transmitir los promocionales respetando el orden de la pauta en la misma hora o en la siguiente, una vez concluida la transmisión especial; y
 - d) En todo caso, la emisora deberá informar dicha circunstancia a la Vocalía Ejecutiva de la entidad correspondiente o a la Dirección Ejecutiva, dentro de las 48 horas siguientes a la transmisión del boletín o aviso, detallando la duración de la cobertura y su contenido.
- 2. Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional”, los promocionales que no sean transmitidos conforme a la pauta durante dicha emisión serán difundidos de acuerdo con lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirán en la hora previa al programa y la otra mitad en la hora posterior a la emisión, respetando el orden de la pauta e incluyendo cortes como los que utilizan para la difusión de eventos, la promoción de su propia programación o la identificación de la señal.
- 3. Durante la transmisión de los debates, distintos a los que se realicen entre las candidaturas al poder ejecutivo federal o local, conciertos, eventos especiales o deportivos y oficios religiosos, la difusión de los promocionales se llevará a cabo conforme a lo siguiente:
 - a) Se aplica a programas que tengan por objeto eventos de duración ininterrumpida y mayor a una hora;
 - b) Las emisoras deberán enviar un escrito a la Vocalía Ejecutiva de la entidad de que se trate o a la Dirección Ejecutiva, con al menos 72 horas de anticipación a la transmisión del programa especial en el que señalen las características de la emisión y su posible duración; precisen los promocionales que no puedan difundirse conforme a la pauta y detallen la propuesta de transmisión de los mensajes omitidos;
 - c) Los promocionales que conforme a la pauta deban ser transmitidos durante el programa de que se trate serán distribuidos, durante el mismo día conforme a lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirá dentro de los cortes incluidos en la hora previa al programa y la otra mitad en los cortes que se inserten en la hora posterior a la emisión;
 - d) Si el esquema referido en el inciso anterior es insuficiente durante precampañas, intercampañas y campañas, la transmisión de los promocionales restantes deberá ser reemplazada ese mismo día, adicionando 1 minuto de transmisión por cada hora durante el horario comprendido entre las 12:00 y las 18:00 horas;
 - e) En todo caso, se respetará el orden de la pauta;

- f) En caso de que el programa especial tenga una duración mayor a 2 horas sin cortes, la transmisión se llevará a cabo conforme a los incisos precedentes, procurando la proporcionalidad entre la transmisión y la duración del evento; y
 - g) En caso de que el concesionario no ofrezca por escrito la reprogramación en los términos previstos en los incisos que anteceden resultará improcedente.
4. En el caso de los concesionarios que emiten su señal desde la Ciudad de México, las comunicaciones descritas podrán ser recibidas y emitidas indistintamente por la Vocalía Ejecutiva y la Dirección Ejecutiva.

CAPÍTULO VII.

DE LA VERIFICACIÓN DE TRASMISIONES Y SU PRESUNTO INCUMPLIMIENTO

Artículo 61.

De la verificación de transmisiones y los monitoreos

1. El Instituto realizará las verificaciones para corroborar el cumplimiento de las pautas que apruebe el Comité en las señales radiodifundidas y su retransmisión en televisión restringida. Asimismo, verificará que los promocionales sean transmitidos sin alteración, superposición o manipulación alguna que distorsione su sentido original, por lo que no deberán incluir mensajes o cortinillas que de forma previa e inmediata anuncien la transmisión de la pauta ordenada por el Instituto.
2. El Comité determinará el alcance y modalidad del monitoreo para la verificación del cumplimiento de las pautas, incluida la multiprogramación y su retransmisión en televisión restringida.
3. La Dirección Ejecutiva informará al Comité sobre las verificaciones efectuadas y pondrá a su disposición, en cada sesión ordinaria que celebre, los informes de monitoreo sobre el cumplimiento a la transmisión de la pauta ordenada por el Instituto, así como el estado que guardan los requerimientos formulados.
4. Cuando la Dirección Ejecutiva tenga conocimiento de la presunta adquisición de tiempo en radio y televisión con fines electorales, para la promoción de la consulta popular o el proceso de revocación de mandato, así como la difusión de propaganda presuntamente contraria a la normatividad dará vista a

la Secretaría Ejecutiva para que se inicien los procedimientos sancionatorios conforme a lo dispuesto en la Ley.

5. Los resultados de las verificaciones y monitoreos serán públicos y se difundirán en el portal de internet del Instituto.

Artículo 62.

De los requerimientos por incumplimiento a la pauta derivado de la omisión en la transmisión de los promocionales

1. Si derivado de la verificación al cumplimiento de las pautas ordenadas por el Instituto la Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva detectan el incumplimiento a las mismas por la omisión en la transmisión de promocionales por parte de un concesionario, sin que se hubiere recibido aviso de reprogramación voluntaria, procederán a notificar al concesionario de que se trate un requerimiento de información sobre los presuntos incumplimientos. La notificación se realizará dentro de los 4 días hábiles siguientes a aquél en que venza el plazo para la presentación del aviso de reprogramación voluntaria durante los procesos electorales. En periodos ordinarios el plazo señalado empezará a correr al día hábil siguiente al de la publicación del informe respectivo.
2. La Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva establecerán los mecanismos para que las notificaciones se lleven a cabo lo antes posible.
3. Durante los procesos electorales el concesionario deberá desahogar el requerimiento en un plazo de 2 días hábiles a partir de su notificación. En los periodos ordinarios el plazo para presentar la respuesta será de 4 días hábiles.
4. El concesionario estará obligado a reponer toda omisión en las transmisiones con independencia de la causa que le haya dado origen. Lo anterior, en los términos previstos en el artículo 57 del Reglamento con excepción de los casos señalados en el artículo 58.
5. En caso de que la reprogramación se ajuste a lo previsto en la disposición reglamentaria antes señalada, la Dirección Ejecutiva o la Junta Local correspondiente verificarán la oportuna transmisión de los promocionales omitidos conforme al aviso recibido. En todo caso, la reprogramación sólo podrá realizarse en la misma etapa en la que originalmente se omitió la transmisión.

6. En los casos en que la omisión se produzca en los últimos 10 días de la etapa de que se trate, la Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva procederán a notificar al concesionario un requerimiento de información sobre los presuntos incumplimientos dentro de los 2 días hábiles siguientes en que ocurra la omisión. La respuesta deberá presentarse al día hábil siguiente en que se haya notificado el requerimiento.
7. En los casos en que la omisión se produzca dentro de los últimos 3 días de la etapa de que se trate, la reprogramación que corresponda al requerimiento realizado por la Dirección Ejecutiva o la Junta Local se efectuará dentro de los primeros 7 días hábiles del periodo ordinario, en el mismo día de la semana que fue originalmente pautado.
8. En el caso de que los promocionales a reprogramarse dentro de los primeros 7 días del periodo ordinario hubieren correspondido a candidaturas independientes, estos deberán reprogramarse con las versiones de promocionales del Instituto.

Artículo 63.

De los requerimientos por incumplimiento a la pauta derivado de la transmisión de promocionales excedentes

1. Si derivado de la verificación al cumplimiento de las pautas la Dirección Ejecutiva o Junta Local respectiva detectan la difusión de promocionales de partidos políticos y, en su caso, coaliciones o candidaturas independientes adicionales a los pautados por el Instituto, se comprobará si su transmisión fue con motivo de una reprogramación en términos del artículo 57 del Reglamento o en cumplimiento a una pauta de reposición por mandato jurisdiccional.
2. En caso de que la difusión de los promocionales adicionales no esté justificada en una reprogramación o en una reposición, la Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva procederán a notificar al concesionario un requerimiento de información sobre los promocionales excedentes dentro de los 4 días hábiles siguientes en que ocurra el incumplimiento durante los procesos electorales. En periodos ordinarios el plazo señalado empezará a correr al día hábil siguiente al de la publicación del informe respectivo.

3. Durante los procesos electorales el concesionario deberá desahogar el requerimiento en un plazo de 2 días hábiles a partir de su notificación. En los periodos ordinarios el plazo para presentar la respuesta será de 4 días hábiles.
4. El concesionario deberá precisar en su respuesta lo siguiente:
 - a) Los promocionales adicionales;
 - b) El folio, versión y actor; y
 - c) Las causas que originaron el presunto incumplimiento.

Artículo 64.

De los requerimientos por presunto incumplimiento a la pauta ordenada por el Instituto

1. El requerimiento de información deberá notificarse electrónicamente a la representación legal del concesionario en días y horas hábiles de acuerdo con los plazos previstos en los artículos 62 y 63 del Reglamento.
2. En el requerimiento de información se precisará lo siguiente:
 - a) Las siglas de la emisora y la frecuencia o canal;
 - b) La entidad en que opera la estación de radio o canal de televisión de que se trate;
 - c) Los promocionales omitidos o excedentes;
 - d) El folio, versión, actor, fecha y horario pautados, en el caso de omisiones; y
 - e) El folio, versión, actor, fecha y horario de transmisión, en el caso de excedentes.

Artículo 65.

De los requerimientos por presunto incumplimiento a la retransmisión de la pauta ordenada por el Instituto en los servicios de televisión restringida

1. Si derivado de la verificación del cumplimiento de la pauta retransmitida por los concesionarios de televisión restringida se detecta su presunto incumplimiento durante los procesos electorales, la Dirección Ejecutiva notificará de manera electrónica al concesionario un requerimiento de información dentro de los 4 días hábiles siguientes a que se publique el informe de monitoreo. En periodo ordinario la notificación electrónica de los requerimientos se podrá realizar a partir del día hábil siguiente al de la publicación del informe respectivo.

2. Durante los procesos electorales los concesionarios deberán desahogar el requerimiento en un plazo de 2 días hábiles a partir de su notificación. En periodos ordinarios el plazo para presentar la respuesta será de 4 días hábiles.

Artículo 66.

De las vistas por el presunto incumplimiento de la pauta por parte de los concesionarios de radio y televisión por la omisión en la transmisión de promocionales

1. Cuando el concesionario no desahogue el requerimiento de información conforme a los plazos y condiciones previstas en los artículos 62 y 63 del Reglamento, no re programe los promocionales omitidos o habiendo formulado la propuesta no la cumpla o resulte improcedente, la Dirección Ejecutiva analizará la posibilidad de dar vista a la Secretaría Ejecutiva para que determine lo que en derecho corresponda. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva valorará la cantidad de mensajes omitidos, el periodo y la etapa en que se actualice el incumplimiento y, en su caso, su sistematicidad.
2. La Dirección Ejecutiva generará el reporte que contenga el detalle del presunto incumplimiento a la pauta, mismo que acompañará al oficio de vista.
3. Durante los procesos electorales la Dirección Ejecutiva podrá notificar una vista a la Secretaría Ejecutiva sin que medie la notificación de un requerimiento de información al concesionario en caso de presuntos incumplimientos cuya particularidad lo amerite. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva valorará la sistematicidad, la cantidad de mensajes omitidos, el período y la etapa en que se actualice el incumplimiento o la posible afectación a los principios que rigen los procesos electorales. En estos casos, la vista realizada incluirá la justificación que la sustente.

Artículo 67.

De las vistas por el presunto incumplimiento de la pauta por parte de los concesionarios por la transmisión de promocionales excedentes

1. Cuando el concesionario no desahogue el requerimiento de información conforme a los plazos y condiciones previstas en este Reglamento o no justifique la difusión de promocionales excedentes, la Dirección Ejecutiva analizará la posibilidad de dar vista a la Secretaría Ejecutiva para que determine lo que

en derecho corresponda. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva valorará la cantidad de mensajes excedentes, el periodo y la etapa en que se actualice la transmisión, la posible afectación de los bienes jurídicos tutelados y, en su caso, la sistematicidad del incumplimiento.

2. La Dirección Ejecutiva generará un reporte que contenga el detalle de los presuntos excedentes en la pauta, mismo que acompañará al oficio de vista.

Artículo 68.

De las vistas por el presunto incumplimiento de la retransmisión de la pauta ordenada por el Instituto en los servicios de televisión restringida

1. Cuando los concesionarios de televisión radiodifundida o restringida no desahoguen el requerimiento de información conforme a los plazos y condiciones previstas en este Reglamento o no justifiquen el incumplimiento en materia de retransmisión de la pauta, la Dirección Ejecutiva analizará la posibilidad de dar vista a la Secretaría Ejecutiva para que determine lo que en derecho corresponda.
2. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva valorará la cantidad de mensajes omitidos o excedentes, el periodo y la etapa en que se actualice la transmisión o retransmisión, la posible afectación de los bienes jurídicos tutelados y, en su caso, la sistematicidad en dicho incumplimiento.

Artículo 69.

De los requisitos para dar vista

1. La vista emitida por la Dirección Ejecutiva incluirá al menos los elementos siguientes:
 - a) Una narración expresa y clara de los hechos en los que se funda y motiva la vista planteada, los preceptos legales que se estimen vulnerados y, de forma concisa, los motivos por los que considera que la conducta denunciada pudiera resultar contraventora de dicha normatividad;
 - b) El nombre del concesionario de radio o televisión radiodifundida o restringida;
 - c) Las emisoras en que se detectaron los incumplimientos o excedentes motivo de la vista;
 - d) El reporte de cumplimiento de pauta o de excedentes, según el caso;
 - e) Los documentos en los que conste la notificación de las pautas y los Acuerdos aplicables, los requerimientos de información y las respuestas que, en su caso, haya presentado el concesionario de que se trate;

- f) El medio digital de almacenamiento en el que consten las grabaciones de los días en que se detectaron los incumplimientos o transmisiones excedentes motivo de la vista o, en su caso, la precisión del mecanismo técnico por el que se podrá tener acceso a tales grabaciones;
 - g) El periodo y el número de promocionales omitidos o transmitidos como excedentes respecto a la pauta notificada;
 - h) Los días y horas en que fueron transmitidos los promocionales excedentes; y
 - i) El folio asignado a cada promocional omitido o transmitido como excedente, así como la versión con que se identifica cada material;
2. Para las vistas emitidas en televisión restringida, además de lo referido en el numeral anterior, incluirá un reporte de monitoreo de la señal radiodifundida involucrada.

Artículo 70.

De las quejas en materia de radio y televisión que formulen las autoridades administrativas electorales locales

1. Las Vocalías Ejecutivas remitirán inmediatamente a la Secretaría Ejecutiva las denuncias sobre presuntas violaciones en materia de radio y televisión que formulen las autoridades electorales locales.

Artículo 71.

De los casos de suspensión de difusión de promocionales con motivo del otorgamiento de medidas cautelares

1. En el supuesto que con el dictado de medidas cautelares se ordene la sustitución de materiales, el partido político o, en su caso, coalición o candidatura independiente respectiva indicará a la Dirección Ejecutiva el material de sustitución en un plazo no mayor a 6 horas a partir de la notificación del Acuerdo correspondiente. El material de sustitución cumplirá con la condición de haber sido transmitido en el mismo periodo electoral de que se trate. En caso de que no lo indique se tomará uno de los materiales de reserva a que hace referencia el artículo 43, numerales 8, 9 y 10 del Reglamento, según corresponda, de acuerdo con la modalidad y tiempo del material objeto de sustitución.
2. Habiéndose notificado de manera electrónica el oficio correspondiente, los concesionarios deberán suspender la difusión del material ordenado en la medida cautelar en los plazos que acuerde la Comisión de Quejas o el Consejo.

CAPÍTULO VIII.
**DEL MONITOREO DE LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS
EN RADIO Y TELEVISIÓN DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS
DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL**

Artículo 72.

De los Lineamientos Generales aplicables a los programas que difundan noticias

1. En el mes de junio del año en que inicie el proceso electoral federal el Comité consultará a las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a las personas profesionales de la comunicación sobre los Lineamientos Generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienden a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidaturas independientes.
2. El Consejo aprobará, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la Jornada Electoral, la propuesta que formule el Comité sobre los Lineamientos Generales en la que se valorarán las observaciones de las organizaciones de concesionarios de radio y televisión, así como de las personas profesionales de la comunicación.

Artículo 73.

Del monitoreo de programas que difundan noticias

1. El Instituto realizará el monitoreo de los programas en radio y televisión que difundan noticias con perspectiva de género conforme lo determine el Consejo. Lo anterior, a fin de permitir que la ciudadanía y la sociedad en general conozcan el tratamiento de la cobertura informativa de las precampañas y campañas federales.
2. Los resultados del monitoreo y los testigos de las grabaciones serán públicos y podrán ser puestos a disposición de la persona interesada para el ejercicio del derecho de réplica.

CAPÍTULO IX.

DE LA DIFUSIÓN DE LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA FEDERALES

Artículo 74.

De la difusión de la consulta popular y el proceso de revocación de mandato en el ámbito federal

1. En términos de lo dispuesto por la LFCP y la LFRM, durante la campaña de difusión, el Instituto promoverá la participación de la ciudadanía en la consulta popular y el proceso de revocación de mandato mediante el uso del tiempo en radio y televisión que le corresponda. La promoción deberá ser objetiva, imparcial y con fines informativos. De ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la consulta popular o del proceso de revocación de mandato.
2. El Instituto promoverá la difusión y discusión informada de las consultas populares y el proceso de revocación de mandato a través del tiempo en radio y televisión que le corresponda, de conformidad con la LFCP y la LFRM.
3. Ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar, adquirir u ordenar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de la ciudadanía sobre la consulta popular o el proceso de revocación de mandato. El Consejo y la Comisión de Quejas podrán ordenar la suspensión de difusión de la propaganda en radio y televisión contraria a lo señalado en el presente artículo.
4. En términos de lo dispuesto por la LFCP y la LFRM, durante el periodo de difusión de la consulta popular y el proceso de revocación de mandato se deberá suspender en los medios de comunicación social toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno. Los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, sólo podrán difundir las campañas de información relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil.

CAPÍTULO X. DE LA DIFUSIÓN DE LOS DEBATES

Artículo 75.

De la difusión de los debates organizados por el Instituto

1. El Consejo organizará 2 debates obligatorios entre las candidaturas a la Presidencia de la República y promoverá, a través de los consejos locales y distritales, la celebración de debates entre las candidaturas a senadurías y diputaciones federales.
2. Los debates que organice el Consejo serán transmitidos por los concesionarios de uso público. El Comité presentará ante el Consejo el listado de emisoras que los transmitirán.
3. Los debates organizados por el Consejo serán transmitidos por los concesionarios de uso comercial en por lo menos una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de 50% o más del territorio nacional. El Comité propondrá al Consejo el listado de concesionarios de uso comercial que estarán obligados a la transmisión de los debates con base en la información que publique el IFT.
4. Durante el tiempo que dure la transmisión de los debates, señalados en el artículo 218, numeral 1 de la Ley, los concesionarios obligados a transmitirlos y los que decidan hacerlo por iniciativa propia, quedarán exentos de la transmisión de la pauta ordenada por el Instituto.
5. Las señales que el Instituto genere para este fin podrán ser utilizadas, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones. El Instituto realizará las gestiones necesarias a fin de propiciar la transmisión de los debates en el mayor número posible de estaciones de radio y canales de televisión.

Artículo 76.

De la difusión de los debates en el ámbito local

1. Los debates que organicen los OPL para el cargo de gubernatura de alguna entidad federativa o la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México deberán ser transmitidos por los concesionarios de uso público de la entidad respectiva.

Asimismo, los OPL promoverán la celebración de debates entre candidaturas a diputaciones locales, presidencias municipales y alcaldías u otros cargos de elección popular, así como su transmisión por parte de los concesionarios de la entidad federativa que corresponda.

2. El Instituto promoverá la transmisión de los debates por parte de otros concesionarios de radiodifusión con cobertura en la entidad federativa que corresponda y de telecomunicaciones.

Los OPL deberán avisar a la Dirección Ejecutiva una vez que emitan el acuerdo correspondiente o determinen la fecha en que se celebren los debates que organicen.

3. Durante el tiempo que dure la transmisión en vivo de los debates mencionados en el numeral 1 del presente artículo, los concesionarios obligados a transmitirlos y los que decidan hacerlo por iniciativa propia quedarán exentos de la transmisión de la pauta ordenada por el Instituto.

Artículo 77.

De la difusión de los debates no organizados por las autoridades electorales

1. Los medios de comunicación podrán organizar libremente los debates entre las candidaturas a un cargo de elección popular, siempre que cumplan con lo siguiente:
 - a) Se comunique al Instituto o al OPL correspondiente;
 - b) Se convoque fehacientemente a todas las candidaturas;
 - c) Participen por lo menos 2 candidaturas de la misma elección; y
 - d) Se desarrollen garantizando los principios de equidad y trato igualitario en el formato.
2. La transmisión de los debates por los medios de comunicación será gratuita y se llevará a cabo de forma íntegra y sin alterar los contenidos. La inasistencia de una o más de las candidaturas invitadas a estos no será causa para su no realización, siempre y cuando cuente con la participación de por lo menos dos de las personas candidatas que cuenten con registro para contender por el cargo de elección en cuestión.

Artículo 78.

De las vistas por la omisión de la transmisión de debates

1. Cuando del resultado del monitoreo se advierta que alguno de los concesionarios obligados a transmitir los debates organizados por el Instituto y por los OPL no los transmitan de manera íntegra, la Dirección Ejecutiva valorará dar vista a la Secretaría Ejecutiva, previo requerimiento de información.
2. Cuando la Dirección Ejecutiva advierta que alguno de los concesionarios de televisión restringida omita la retransmisión de los debates organizados por el Instituto y por los OPL difundidos en las señales de televisión radiodifundida, se dará vista a la autoridad competente para que, en su caso, se inicien los procedimientos sancionadores que correspondan.

CAPÍTULO XI.

DE LAS REFORMAS AL REGLAMENTO

Artículo 79.

Del procedimiento para reformar el Reglamento

1. El Consejo podrá reformar el contenido del presente Reglamento a propuesta de:
 - a) Los integrantes del Consejo;
 - b) Las Comisiones del Consejo;
 - c) La Junta; y
 - d) El Comité.
2. Las reformas a este Reglamento se ajustarán al procedimiento siguiente:
 - a) Toda propuesta de reforma se presentará a la Junta o al Comité.
 - b) La Junta elaborará un diagnóstico de factibilidad de los aspectos técnicos que así lo requieran y lo pondrá a consideración del Comité;
 - c) La propuesta de reforma y su diagnóstico se someterá a la consideración del Consejo, quien resolverá si lo rechaza, aprueba o modifica; y
 - d) De ser aprobada la reforma quedará incorporada al texto del presente Reglamento, debiendo ordenarse su publicación en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta del Instituto.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

20 de julio de 2023

ARTÍCULO 1°. En atención a lo dispuesto por el artículo Séptimo transitorio de la LFTR, las disposiciones de este Reglamento que hacen referencia a “concesionarios”, serán aplicables a aquellos sujetos que aún cuenten con permisos para prestar el servicio de radiodifusión.

ARTÍCULO 2°. Se abroga el Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral por el que se regula la publicación de materiales de radio y televisión en el portal <https://pautas.ine.mx>, identificado con la clave INE/ACRT/17/2017.

ARTÍCULO 3°. Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan al presente Reglamento.

El REGLAMENTO DE RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL
es una publicación del Instituto Nacional Electoral.

El diseño y cuidado de la edición estuvieron a cargo de la
Dirección del Secretariado.