



Instituto Electoral del Estado

LINEAMIENTOS DEL
INSTITUTO ELECTORAL
DEL ESTADO PARA EL
ACCESO DE LOS PARTIDOS
POLÍTICOS Y/O COALICIONES
A RADIO Y TELEVISIÓN

DURANTE LOS PROCESOS
ELECTORALES



INDICE

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	1
PRIMERA PARTE	
TÍTULO PRIMERO	
DISPOSICIONES PRELIMINARES	3
CAPÍTULO I	
OBJETO Y FINES DE LOS LINEAMIENTOS	3
CAPÍTULO II	
ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN	3
TÍTULO SEGUNDO	
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE, DEL DIRECTOR Y DE LA DIRECCIÓN	5
CAPÍTULO I	
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO	5
CAPÍTULO II	
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJERO PRESIDENTE	6
CAPÍTULO III	
DE LAS ATRIBUCIONES DEL DIRECTOR	7
CAPÍTULO IV	
DE LAS ATRIBUCIONES DE LA DIRECCIÓN	7
SEGUNDA PARTE	
TÍTULO PRIMERO	
DE LA ASIGNACIÓN DE TIEMPOS A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES DURANTE LOS PERIODOS DE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES	8

CAPÍTULO I

DE LAS BASES PARA EL ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES A RADIO Y TELEVISIÓN	8
--	---

CAPÍTULO II

DE LOS CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE TIEMPOS	9
--	---

TÍTULO SEGUNDO

DE LA ELABORACIÓN DE PAUTADOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS EN RADIO Y TELEVISIÓN A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES	12
--	----

CAPÍTULO ÚNICO

DE LA ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE PAUTADOS	12
--	----

TÍTULO TERCERO

DEL MATERIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES	16
--	----

CAPÍTULO ÚNICO

DISPOSICIONES COMUNES	16
-----------------------------	----

TERCERA PARTE

TÍTULO ÚNICO

DE LA REALIZACIÓN DE LOS SORTEOS	18
--	----

CAPÍTULO I

REGLAS GENERALES	18
------------------------	----

CAPÍTULO II

DE LA MECÁNICA DEL SORTEO	18
---------------------------------	----

ARTÍCULO TRANSITORIO	19
----------------------------	----

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel preponderante para apoyar en la consolidación de la democracia de un Estado, en la medida en que éstos cumplan el papel social de actuar con ética y profesionalismo, aportarán herramientas a la ciudadanía para tomar decisiones que sean trascendentes, inclusive para forjar el destino de un país.

Dicha situación no es ajena a los partidos políticos, pues les resulta indispensable contar con medios de difusión que les permitan mostrar a los ciudadanos sus estructuras, ideología, programas y todo aquello que tenga injerencia con la forma de acceder al poder como representantes de los ciudadanos.

En este sentido, el 13 de noviembre de 2007 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman diversos artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia electoral, estableciéndose en el Apartado A de la fracción III del artículo 41 de dicha Carta Magna que, el Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales.

En concordancia con lo anterior, en fecha 13 de abril de 2009 y 13 de agosto del mismo año, se publicaron en el Periódico Oficial del Estado de Puebla diversas reformas a la Constitución Local y al Código de la materia respectivamente, dentro de las cuales el legislador contempló en el artículo 4 fracción II de la Constitución Local, así como los diversos 43 último párrafo y 47 fracción III del Código Comicial que los partidos políticos accederán a la radio y la televisión conforme a las normas establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la legislación en la materia.

Bajo este tenor, mediante los acuerdos CG327/2008 y CG01/2009 el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, así como las modificaciones al mismo. Dicho cuerpo normativo establece las reglas conforme a las cuales se instrumentará lo relativo al ejercicio de la prerrogativa en materia de acceso a la radio y a la televisión que la Constitución Federal y las demás leyes electorales aplicables otorgan a los partidos políticos, determinando las atribuciones y obligaciones de la autoridad electoral federal, de los partidos políticos y coaliciones, así como de las demás autoridades electorales tanto locales como federales, de las cuales se desprende que, los organismos electorales locales tendrán participación en actividades concernientes al acceso de los partidos políticos a radio y televisión, únicamente en el caso de las elecciones locales.

Es así que al abordar lo concerniente a la administración de tiempos en las elecciones locales no coincidente con la federal, que es el caso del Estado de Puebla, en el diverso 29 del Reglamento mencionado en el párrafo que antecede, se prevé que las autoridades electorales locales tendrán que adoptar con la anticipación debida los acuerdos que sean necesarios para determinar, conforme a su legislación aplicable, los tiempos en que habrán de iniciar las precampañas y campañas de los partidos políticos en radio y televisión en el caso de las elecciones locales y notificar de manera inmediata al Instituto Federal lo acordado.

De conformidad con lo anterior y al ser atribución del Consejo General del Instituto Electoral del Estado vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales relativas y las contenidas en el Código aplicable, así como atender que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos políticos se actúe en apego al ordenamiento de la materia, en términos del artículo 89 fracciones II y XX del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, este Órgano Superior de Dirección presenta los *“Lineamientos del Instituto Electoral del Estado para el Acceso de los Partidos Políticos y/o Coaliciones a Radio y Televisión durante los Procesos Electorales”*, con los cuales se busca dotar al Organismo de un instrumento legal que sienta las bases conforme a las cuales se desarrollarán las actividades a realizar por este Ente Electoral para garantizar, en el ámbito de su competencia, el acceso de los partidos políticos y/o coaliciones a los medios de comunicación social oficiales durante los periodos de precampañas y campañas electorales dentro de los Procesos Electorales Locales, procedimiento guiado bajo los principios rectores de legalidad, imparcialidad, objetividad, certeza e independencia.

La primera parte del presente documento se conforma a su vez de 2 títulos, el primero referente al objeto y fines de los Lineamientos, así como su ámbito de aplicación, criterios de interpretación; el segundo comprende lo relativo a las atribuciones de las instancias que intervienen en el desarrollo de las actividades inherentes a la materia que nos ocupa. La segunda parte aborda en su primer título lo referente a las bases para el acceso de los partidos políticos y/o coaliciones a radio y televisión durante la precampaña y campaña en las elecciones locales, así como los criterios para la asignación de los tiempos que correspondan a dichos entes políticos; el título segundo señala lo atinente a la elaboración y aprobación de pautados. Asimismo, en su título tercero hace referencia al material de los partidos y/o coaliciones para su transmisión en los medios de comunicación social oficiales. Por último, en la tercera parte del cuerpo normativo que nos ocupa se incluye lo concerniente a los sorteos a realizar para determinar el orden de los citados entes políticos a utilizar para la distribución de tiempos.

PRIMERA PARTE
TÍTULO PRIMERO
DISPOSICIONES PRELIMINARES
CAPÍTULO I
OBJETO Y FINES DE LOS LINEAMIENTOS

ARTÍCULO 1.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer las bases jurídicas, técnicas y descriptivas para la asignación de tiempos a los partidos políticos y/o coaliciones en los medios de comunicación social oficiales durante los procesos electorales estatales, en ejercicio de la prerrogativa que les otorga la Constitución Federal, la Local y el Código de la materia, así como las comprendidas en el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

ARTÍCULO 2.- Son fines de los presentes Lineamientos:

- I.- Establecer bases idóneas para la eficaz asignación de tiempos a los partidos políticos y/o coaliciones en los medios de comunicación social oficiales durante los periodos de precampañas y campañas electorales, dentro de los procesos electorales estatales; y
- II.- Regular las gestiones necesarias con el Instituto Federal Electoral, para que los partidos políticos y/o coaliciones puedan acceder a los medios de comunicación social oficiales, durante los procesos electorales estatales.

CAPÍTULO II
ÁMBITO DE APLICACIÓN Y CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN

ARTÍCULO 3.- Los presentes Lineamientos son de orden público y de observación general y obligatoria para el Instituto Electoral del Estado, los partidos políticos y/o coaliciones, los precandidatos y candidatos a cargos de elección popular en el Estado de Puebla.

ARTÍCULO 4.- La interpretación de los presentes Lineamientos se realizará conforme a los criterios gramatical, sistemático y funcional, de conformidad con el diverso 4 del Código, observando lo dispuesto en el último párrafo del artículo 14 de la Constitución Federal.

Lo no previsto en los Lineamientos será resuelto por el Consejo en el ámbito de su competencia.

ARTÍCULO 5.- Para los efectos de estos Lineamientos, se entenderá por:

Lineamientos del Instituto Electoral del Estado para el Acceso de los Partidos Políticos y/o Coaliciones a Radio y Televisión durante los Procesos Electorales

- I.- **Campaña:** El periodo de acceso conjunto de campaña electoral aprobado por el Consejo, en que se llevará a cabo la transmisión de mensajes en radio y televisión;
- II.- **Ciclo de transmisión:** Conjunto de mensajes que corresponden a los partidos políticos y/o coaliciones comprendidos en un día de transmisión dentro de un pautado determinado;
- III.- **Coalición:** Alianza o unión transitoria, de 2 o más partidos políticos, con fines electorales y con el propósito de postular candidatos en las elecciones de Diputados, Gobernador y miembros de los Ayuntamientos;
- IV.- **Cobertura:** Área geográfica en que es vista o escuchada la señal de los canales de televisión y estaciones de radio;
- V.- **Código:** El Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla;
- VI.- **Código Federal:** El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales;
- VII.- **Comité:** El Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral;
- VIII.- **Consejero Presidente:** El Consejero Presidente del Consejo General del Instituto Electoral del Estado;
- IX.- **Consejo:** El Consejo General del Instituto Electoral del Estado;
- X.- **Constitución Federal:** La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- XI.- **Constitución Local:** La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla;
- XII.- **Coordinación de Comunicación Social:** La Coordinación de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado;
- XIII.- **Dirección:** La Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación del Instituto Electoral del Estado;
- XIV.- **Dirección Ejecutiva:** La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral;
- XV.- **Director:** El Director General del Instituto Electoral del Estado;
- XVI.- **Instituto:** El Instituto Electoral del Estado;
- XVII.- **Instituto Federal:** El Instituto Federal Electoral;
- XVIII.- **Intercampaña:** Periodo comprendido entre el día siguiente a que concluye el periodo de precampaña y el día anterior al inicio del correspondiente a campaña, conforme a lo aprobado por el Consejo;
- XIX.- **Junta Local:** La Junta Local Ejecutiva del Instituto Federal Electoral en el Estado de Puebla;
- XX.- **Lineamientos:** Los Lineamientos del Instituto Electoral del Estado para el Acceso de los Partidos Políticos y/o Coaliciones a Radio y Televisión durante los Procesos Electorales;

XXI.- **Medios de comunicación social oficiales:** Radio y Televisión, conforme a lo dispuesto por la Constitución Federal, la Local y el Código de la materia en el Estado;

XXII.- **Mensaje:** Anuncio propagandístico en audio y/o video de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus precandidatos o candidatos;

XXIII.- **Partidos políticos:** Los partidos políticos acreditados o registrados ante el Consejo General del Instituto Electoral del Estado;

XXIV.- **Pautado:** Orden en que se establecen los esquemas de distribución de los mensajes en cada día de transmisión, especificando el periodo, horario y partido político o coalición al que corresponde cada mensaje;

XXV.- **Precampaña:** El periodo de acceso conjunto de precampaña electoral aprobado por el Consejo, en que se llevará a cabo la transmisión de mensajes en radio y televisión;

XXVI.- **Reglamento:** El Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral aprobado por el Consejo General del Instituto Federal Electoral; y

XXVII.- **Sorteo:** Sorteo para determinar el orden de intervención de los partidos políticos y/o coaliciones, el cual será utilizado para la elaboración de las propuestas de pautado, conforme a lo dispuesto por los Lineamientos.

TÍTULO SEGUNDO
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE,
DEL DIRECTOR Y DE LA DIRECCIÓN
CAPÍTULO I
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO

ARTÍCULO 6.- Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

I.- Aprobar los plazos para la realización de actividades por parte del Instituto en materia de acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones;

II.- Aprobar los periodos de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales, en que los partidos políticos y/o coaliciones podrán acceder a radio y televisión, durante los procesos electorales de su competencia;

III.- Aprobar los proyectos de propuesta de pautado para precampañas y campañas electorales;

IV.- Realizar los sorteos, de acuerdo a lo establecido en los Lineamientos;

- V.- Interpretar los Lineamientos conforme a lo dispuesto en el artículo 4 de este ordenamiento legal;
- VI.- Proponer reformas a los Lineamientos a solicitud de cualquiera de sus integrantes; y
- VII.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los presentes Lineamientos.

CAPÍTULO II

DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJERO PRESIDENTE

ARTÍCULO 7.- Son atribuciones del Consejero Presidente, las señaladas en el artículo 91 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

- I.- Someter a consideración del Consejo la propuesta de plazos para la realización de actividades por parte del Instituto en materia de acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones;
- II.- Someter a consideración del Consejo la propuesta de periodos de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales, en que los partidos políticos y/o coaliciones podrán acceder a radio y televisión, durante los procesos electorales locales;
- III.- Informar al Instituto Federal los periodos de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales, en que los partidos políticos y/o coaliciones podrán acceder a radio y televisión, durante los procesos electorales locales aprobados por el Consejo;
- IV.- Solicitar a la Dirección Ejecutiva, el nombre de la persona que fungirá como enlace institucional del Instituto Federal con el Instituto;
- V.- Convocar al Consejo para la realización de los sorteos;
- VI.- Someter a consideración del Consejo los proyectos de propuesta de pauta para precampañas y campañas que presente el Director;
- VII.- Remitir al Comité la propuesta de pauta aprobada por el Consejo;
- VIII.- Informar a los partidos políticos y/o coaliciones, los periodos de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales aprobados por el Consejo;
- IX.- Proponer al Consejo, reformas a los Lineamientos; y
- X.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los presentes Lineamientos.

CAPÍTULO III DE LAS ATRIBUCIONES DEL DIRECTOR

ARTÍCULO 8.- Son atribuciones del Director, las señaladas en el artículo 98 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

- I.- Someter a consideración del Consejo, por conducto del Consejero Presidente, la propuesta de plazos para la realización de actividades por parte del Instituto en materia de acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones;
- II.- Someter a consideración del Consejo, por conducto del Consejero Presidente, la propuesta de periodos de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales, en que los partidos políticos y/o coaliciones podrán acceder a radio y televisión, durante los procesos electorales;
- III.- Someter a consideración del Consejo, por conducto del Consejero Presidente, los proyectos de propuestas de pautado para precampañas y campañas electorales que presente la Dirección;
- IV.- Proponer al Consejo, reformas a los Lineamientos; y
- V.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los presentes Lineamientos.

CAPÍTULO IV DE LAS ATRIBUCIONES DE LA DIRECCIÓN

ARTÍCULO 9.- Son atribuciones de la Dirección, las señaladas en el artículo 105 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

- I.- Someter a consideración del Consejo la propuesta de plazos para la realización de actividades por parte del Instituto en materia de acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones;
- II.- Elaborar la propuesta de periodo de acceso conjunto de precampañas y campañas electorales, en que los partidos políticos y/o coaliciones podrán acceder a radio y televisión, durante los procesos electorales y remitirla al Director, a fin de que por su conducto se someta a consideración del Consejo;
- III.- Programar, organizar y llevar a cabo los sorteos;

- IV.- Elaborar los proyectos de propuestas de pauta para precampañas y campañas electorales y remitirlos al Director, a fin de que por su conducto se sometan a consideración del Consejo;
- V.- Fungir como enlace entre el Instituto y el Instituto Federal, en lo concerniente al acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones;
- VI.- Solicitar información a la Dirección Ejecutiva, respecto a las especificaciones técnicas y formatos en que los partidos políticos y/o coaliciones deberán presentar el material a transmitir en radio y televisión;
- VII.- Informar a los partidos políticos y/o coaliciones las especificaciones técnicas y formatos que deberá cubrir el material que presenten ante el Instituto Federal, de conformidad con lo comunicado por la Dirección Ejecutiva;
- VIII.- Proponer al Consejo, reformas a los Lineamientos por conducto del Director; y
- IX.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los presentes Lineamientos.

SEGUNDA PARTE

TÍTULO PRIMERO

DE LA ASIGNACIÓN DE TIEMPOS A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES DURANTE LOS PERIODOS DE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES

CAPÍTULO I

DE LAS BASES PARA EL ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES A RADIO Y TELEVISIÓN

ARTÍCULO 10.- El Instituto Federal es la única autoridad con atribuciones para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio y televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de las demás autoridades electorales federales y estatales, así como de los partidos políticos y/o coaliciones, en términos de lo dispuesto por la Constitución Federal.

ARTÍCULO 11.- Los partidos políticos y/o coaliciones, así como sus precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados de dichos entes políticos, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales.

De igual forma, ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar u ordenar la transmisión de propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos, coaliciones precandidatos o candidatos a cargos de elección popular.

ARTÍCULO 12.- 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 Estatal y Municipales o cualquier otro ente público, 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 servidor público.

Para efectos de lo dispuesto por el párrafo segundo de la fracción III del artículo 4 de la Constitución Local, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos del Estado y de los municipios, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social oficiales, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

Asimismo, para garantizar la equidad en las campañas electorales durante el tiempo que comprendan las mismas y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social oficiales de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes estatales, como de los municipios, salvo los que fueran de carácter urgente por una contingencia natural o bien de los programas de protección civil.

ARTÍCULO 13.- La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan por radio y televisión los partidos políticos y/o coaliciones se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6 de la Constitución Federal y los artículos 200 bis y 228 del Código.

CAPÍTULO II

DE LOS CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN DE TIEMPOS

ARTÍCULO 14.- Durante los periodos de precampaña y campaña, los partidos políticos y/o coaliciones tendrán derecho a acceder en forma gratuita a las estaciones de radio y canales de televisión que participen en la cobertura de las elecciones estatales, conforme a lo que apruebe el Consejo General del Instituto Federal. Durante el periodo de intercampaña no se

realizará la transmisión de ningún mensaje de los partidos políticos y/o coaliciones, por lo que el tiempo de transmisión será destinado únicamente para los fines del Instituto Federal, del Instituto y las demás autoridades electorales conforme a lo que determine el Instituto Federal.

ARTÍCULO 15.- Durante el periodo de precampaña, los partidos políticos y/o coaliciones gozarán de manera conjunta de 12 minutos diarios en cada una de las estaciones de radio y canales de televisión que participen en la cobertura de las elecciones estatales.

Asimismo, durante las campañas el tiempo a asignar entre dichos entes políticos será de 18 minutos diarios.

ARTÍCULO 16.- El tiempo de acceso a radio y televisión comprenderá el horario de programación entre las 06:00 y las 24:00 horas, que serán distribuidos de acuerdo a lo siguiente:

- a) En el horario comprendido entre las 6:00 y las 12:00 horas, se podrán utilizar hasta 3 minutos por cada hora;
- b) En el horario correspondiente de las 12:00 a las 18:00 horas, se utilizarán hasta 2 minutos por cada hora; y
- c) En el horario de las 18:00 a las 24:00 horas, serán utilizados hasta 3 minutos por cada hora.

Con base en los parámetros mencionados en los incisos que anteceden, el proyecto de pautado que la Dirección someta a consideración del Consejo, contemplará los horarios de transmisión de los mensajes de los partidos políticos y/o coaliciones. Para tal efecto, la Coordinación de Comunicación Social coadyuvará con la Dirección en la elaboración de la propuesta de los horarios en comento.

ARTÍCULO 17.- Los mensajes de los partidos políticos y/o coaliciones deberán tener una duración de 30 segundos cada uno.

ARTÍCULO 18.- El tiempo total en radio y televisión mencionado en el artículo 15 de los Lineamientos, convertido en número de mensajes, se distribuirá entre los partidos políticos de la siguiente manera:

- a) El 30 por ciento en forma igualitaria; y
- b) El 70 por ciento restante, se asignará en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección local inmediata anterior para Diputados por el Principio de Mayoría Relativa.

Los partidos políticos nacionales que no hubieren obtenido el porcentaje mínimo de votos para tener derecho a prerrogativas en la elección local inmediata anterior de Diputados

por el Principio de Mayoría Relativa, así como los partidos políticos locales que participen por primera ocasión, no participarán en la asignación del 70 por ciento de tiempo a que se refiere el inciso b) del presente artículo, por lo que sólo tendrán derecho a la prerrogativa de radio y televisión para precampañas y campañas respecto al 30 por ciento que se distribuya de manera igualitaria.

A fin de optimizar el tiempo sobrante que, en su caso, exista una vez realizada la asignación conforme a los párrafos anteriores, éste será distribuido entre los partidos políticos y/o coaliciones contendientes, siempre y cuando dicho sobrante permita incrementar el número de mensajes de forma igualitaria a todos los partidos políticos contendientes. Para efectos de lo previsto en este párrafo, los mensajes sobrantes que puedan ser objeto de optimización, serán el resultado de sumar las fracciones de mensajes tanto por el principio igualitario como por el proporcional. La asignación de los mensajes a distribuir con motivo de la optimización, se llevará a cabo conforme a los parámetros de repartición del 30 por ciento que se distribuye de manera igualitaria.

Fuera de lo dispuesto en el párrafo que antecede, las fracciones sobrantes no podrán ser redondeadas, transferibles ni acumulables entre los partidos políticos y/o coaliciones participantes.

ARTÍCULO 19.- Si como resultado de la distribución mencionada en el artículo que antecede existen sobrantes, éstos serán entregados al Instituto Federal, en términos del numeral 3 del artículo 13 del Reglamento.

ARTÍCULO 20.- En el caso de las coaliciones, para la asignación de tiempo serán aplicables las siguientes reglas:

- a) Si se trata de una coalición total, ésta será considerada como un solo partido político en el 30 por ciento que corresponda distribuir en forma igualitaria. Asimismo, cada uno de los partidos integrantes de la coalición total participará en la distribución del 70 por ciento que corresponda distribuir en forma proporcional, de manera individual, conforme a su fuerza electoral.
- b) Tratándose de coaliciones parciales, cada partido político coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado, en los términos establecidos en el artículo 18 de los Lineamientos, así como de lo dispuesto por el Reglamento;
- c) El convenio de coalición total, deberá señalar la forma en que utilizará el tiempo en radio y televisión que le corresponde a ésta durante el periodo de precampañas y campañas, así como la distribución de dicho tiempo entre sus precandidatos y candidatos; y

- d) El convenio de coalición parcial, deberá establecer la distribución del tiempo en radio y televisión para los precandidatos y candidatos de coalición, así como el tiempo que corresponderá a cada ente político en lo individual y a sus respectivos precandidatos y candidatos.

ARTÍCULO 21.- Si por cualquier causa un partido político y/o coalición, sus militantes, precandidatos debidamente registrados, no realizan actos de precampaña electoral, o bien dichos actos son realizados fuera del periodo de acceso conjunto aprobado por el Consejo, los tiempos a que tengan derecho serán utilizados para la difusión de mensajes genéricos del partido político o coalición de que se trate.

Lo establecido en el párrafo que antecede, será aplicable en lo conducente para el caso de las campañas electorales.

TÍTULO SEGUNDO
DE LA ELABORACIÓN DE PAUTADOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE
TIEMPOS EN RADIO Y TELEVISIÓN A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O COALICIONES
CAPÍTULO ÚNICO
DE LA ELABORACIÓN Y APROBACIÓN DE PAUTADOS

ARTÍCULO 22.- El Consejero Presidente solicitará a la Dirección Ejecutiva, comunique el nombre de la persona que fungirá como enlace institucional, la cual estará en contacto directo con la Dirección para proporcionar información adicional o aclarar las dudas que pudieran surgir en lo concerniente al acceso a radio y televisión de los partidos políticos y/o coaliciones.

ARTÍCULO 23.- A efecto de poder elaborar el proyecto de pauta que será sometido a aprobación del Consejo, la Dirección realizará la distribución de los tiempos que correspondan a cada partido político y/o coalición, aplicando las reglas señaladas en los artículos 18 y 20 de los Lineamientos.

ARTÍCULO 24.- La Dirección programará la realización de los sorteos para determinar el orden de los partidos políticos y/o coaliciones, tanto para el periodo de precampañas como el de campañas, los cuales serán efectuados conforme a lo dispuesto en la tercera parte de los Lineamientos.

Los resultados del sorteo serán utilizados por la Dirección para la elaboración de los proyectos de pautados, únicamente en aquellos casos en que 2 o más partidos políticos y/o

coaliciones se encuentren en igualdad de condiciones, conforme a lo señalado en el artículo 25 de los Lineamientos.

ARTÍCULO 25.- Una vez que se cuente con los datos referentes al número de mensajes que correspondan a cada partido político y/o coalición, así como el orden resultante del sorteo efectuado, la Dirección elaborará el proyecto de pauta conforme al siguiente mecanismo:

- a) Se realizará la división del número de días que durará el periodo de precampaña o campaña, según sea el caso, entre el número de mensajes que corresponde a cada partido político y/o coalición, a fin de conocer el número promedio de mensajes que corresponderán diariamente a cada ente político, buscando que la distribución sea lo más uniforme posible. En caso que de dicha operación resulten números fraccionados, del punto 1 al punto 5 bajarán al número entero inmediato anterior y del punto 6 al punto 9 subirán al número entero inmediato siguiente, a efecto de contar con números enteros para la distribución preliminar, tomando en consideración que dicha repartición se realizará en razón de mensajes, los cuales no pueden ser fraccionados ya que tienen una duración exacta de 30 segundos cada uno.
- b) Para llevar a cabo la distribución preliminar de los espacios que correspondan a los partidos políticos y/o coaliciones, se realizará la asignación de los mensajes que le corresponden a cada ente político durante el día 1 del periodo de precampañas o campañas de que se trate. En este sentido, a fin de mantener la mayor equidad y uniformidad posible, se iniciará asignando los espacios al partido político o coalición que tenga el mayor número de mensajes; una vez que se haya concluido con los mensajes que le correspondan a tal instituto político, se continuará con el que le siga en número de mensajes y así sucesivamente hasta llegar al que tenga el menor número de espacios diarios por asignar. En caso de que 2 o más partidos políticos y/o coaliciones cuenten con el mismo número de mensajes, se utilizará el orden resultante del sorteo para determinar el turno de cada ente político para la designación en comento.
- c) Para efectuar la asignación de mensajes que corresponden en el día 1 al partido político y/o coalición de que se trate, se procederá a dividir el número de mensajes totales que comprende el ciclo de transmisión, entre el número de mensajes promedio que le corresponda diariamente a dicho ente político, de manera que se pueda determinar la frecuencia con que se le deben asignar los mensajes dentro de dicho ciclo.
- d) Si al asignar los mensajes de acuerdo a la frecuencia mencionada en el inciso que antecede, el lugar que corresponda ya se encuentra designado a otro partido político o coalición, por regla general se utilizará la posición inmediata anterior que se encuentre vacía, excepto en aquellos casos en que dicha situación provoque el que se distribuyan 2 mensajes consecutivos del mismo ente político, caso en el que podrá

utilizarse la posición inmediata siguiente si esto permite conservar una mayor uniformidad.

- e) Una vez que se haya realizado la asignación preliminar de mensajes a todos los partidos políticos y/o coaliciones correspondientes al día 1, si existiera algún espacio vacío se asignará provisionalmente al Instituto Federal, hasta que se lleve a cabo la verificación y reasignación mencionada en los incisos g) al j) del presente artículo.
- f) Integrada la distribución preliminar de espacios correspondiente al día 1, para llevar a cabo la asignación de los demás ciclos de transmisión que comprenda el pautado, se utilizará un esquema de corrimiento de horarios vertical, de manera que durante el periodo de precampaña o campaña, según sea el caso, cada partido político y/o coalición tenga oportunidad de acceder a los distintos horarios de transmisión, independientemente del número de mensajes que le correspondan por día.
- g) Una vez que se elabore el pautado total preliminar del periodo que corresponda, ya sea de precampaña o campaña, la Dirección verificará el número total de espacios asignado a cada partido político y/o coalición, procediendo a eliminar espacios a aquellos entes políticos que de acuerdo al mecanismo mencionado en los incisos que anteceden, exceda el número de mensajes que le corresponden por el periodo de que se trate, comenzando con aquel que cuente con el mayor número de mensajes a eliminar y sucesivamente hasta concluir con el de menor número. En caso de que 2 o más partidos políticos y/o coaliciones cuenten con el mismo número de mensajes a eliminar, se utilizará el orden resultante del sorteo para determinar el turno de cada ente político para la supresión de mensajes en cuestión.
- h) Para llevar a cabo la eliminación en comento, se dividirá el número de días que comprenda el periodo de precampañas o campañas, sin considerar los últimos 5 días del periodo de que se trate, entre el número de mensajes a suprimir del partido político y/o coalición que corresponda, a fin de conservar la mayor uniformidad y equidad posible, en especial durante los últimos días del periodo en cuestión. Una vez que se conozca la frecuencia de días con que debe eliminarse cada mensaje del partido o coalición en cuestión, se elegirá la última franja de transmisión de manera que los mensajes se eliminen a lo largo de los días que correspondan sobre la misma frecuencia y se iniciará la eliminación contando a partir del día 1 y hasta el sexto día anterior a la conclusión del periodo conducente. Cuando se hayan eliminado los mensajes del primer partido o coalición, se utilizará el mismo mecanismo para eliminar los del segundo, iniciando a partir del día 2 del pautado y corriendo 1 día por cada partido al que se deban eliminar mensajes, de manera que no se eliminen 2 o más mensajes en un solo día, afectando lo menos posible la uniformidad del pautado.
- i) Una vez que se hayan eliminado todos los mensajes sobrantes, se asignarán los mensajes a los partidos o coaliciones que de acuerdo a la verificación mencionada en

el inciso g), se encuentren por debajo del total de espacios que le deban ser asignados, utilizando para tal efecto los espacios que fueron eliminados conforme al inciso h) del presente artículo, así como aquellos que de manera provisional fueron otorgados al Instituto Federal conforme a lo dispuesto en los incisos e) y f). Se iniciará con la asignación al partido político y/o coalición que cuente con el mayor número de mensajes faltantes y así sucesivamente hasta concluir con aquel ente político que tenga el menor número de mensajes por otorgar. En caso de que 2 o más partidos políticos y/o coaliciones cuenten con el mismo número de mensajes a asignar, se utilizará el orden de intervención para determinar el turno de cada ente político para la distribución en referencia;

- j) Para llevar a cabo la asignación en comento, se dividirá el número total de espacios disponibles al momento de efectuar la designación que corresponda, entre el número de mensajes que se deban asignar al partido político y/o coalición en turno, de manera que la misma se realice lo más equitativa y uniformemente posible. Una vez que se conozca la frecuencia de espacios con que deben otorgarse mensajes al partido o coalición en cuestión, se iniciará la asignación a partir del primer espacio disponible en el día 1, en adelante. Al concluir la asignación de mensajes del primer partido o coalición, se utilizará el mismo mecanismo para asignar los del segundo y así sucesivamente hasta concluir con el ente político que tenga el menor número de mensajes faltantes.
- k) Una vez concluida la distribución, se verificará nuevamente que cada partido político y coalición cuente con el número total de mensajes que le corresponda, de ser así, los espacios sobrantes serán otorgados al Instituto Federal.

ARTÍCULO 26.- El proyecto de pautado, será remitido al Director, quien su vez remitirá el proyecto en cuestión al Consejero Presidente, a fin de que por su conducto se someta a consideración del Consejo, de acuerdo al plazo aprobado por el Consejo.

ARTÍCULO 27.- La propuesta de pautado aprobada por el Consejo, será remitida al Comité para su aprobación, en términos de lo dispuesto por el artículo 30 del Reglamento.

ARTÍCULO 28.- La notificación de pautas de los partidos políticos y/o coaliciones a las estaciones de radio y canales de televisión que participen en la cobertura de las elecciones estatales, corresponderá al Instituto Federal, por conducto de la Junta Local, conforme a las disposiciones contenidas en el Reglamento.

ARTÍCULO 29.- Si una vez aprobada y notificada la propuesta de pautado de precampaña o campaña según sea el caso, el Consejo aprueba el registro de alguna Coalición, la Dirección realizará las modificaciones procedente a la propuesta de pautado aprobada, siendo

aplicable en lo conducente, lo señalado en los artículos 18 al 20 y 25 al 28 de los Lineamientos.

TÍTULO TERCERO
DEL MATERIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS
Y/O COALICIONES
CAPÍTULO ÚNICO
DISPOSICIONES COMUNES

ARTÍCULO 30.- El ejercicio de la libertad de expresión de los partidos políticos y/o coaliciones mediante los mensajes, no puede estar sujeto a censura previa por parte del Instituto Federal, el Instituto, ni de autoridad alguna. Tales entes políticos en ejercicio de sus prerrogativas, así como sus precandidatos, candidatos y militantes serán sujetos a las ulteriores responsabilidades que deriven de las diversas disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias respectivas.

ARTÍCULO 31.- Los partidos políticos y/o coaliciones deberán entregar el material a transmitir en radio y televisión durante el periodo de precampaña y campaña mediante oficio, directamente ante la Dirección Ejecutiva, por conducto de sus representantes acreditados ante el Comité o las personas que éstos designen para tal efecto, especificando el nombre de la versión del mensaje, duración del mismo y periodo de vigencia al aire, dentro de los plazos establecidos en el artículo 46 del Reglamento. Por lo tanto, los partidos políticos y/o coaliciones ante el Consejo, deberán prever con sus instancias nacionales, el mecanismo a emplear para la producción y entrega del material en cuestión.

ARTÍCULO 32.- El material deberá cumplir con las especificaciones técnicas y ser presentado en los formatos que para tal efecto determine el Instituto Federal.

En este sentido, la Dirección solicitará a la Dirección Ejecutiva información respecto a las especificaciones técnicas y formatos en que los partidos políticos y/o coaliciones deberán presentar el material a transmitir en radio y televisión.

Una vez que la Dirección cuente con la información en comento, la hará del conocimiento de los partidos políticos y /o coaliciones.

ARTÍCULO 33.- El Instituto, dentro del ámbito de sus atribuciones, garantizará el derecho de libre expresión de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus precandidatos y candidatos ante las autoridades federales, locales o municipales.

En caso de que el material de algún ente político sea contrario a lo dispuesto en el diverso 13 de los Lineamientos o de las disposiciones contenidas en la Constitución Federal, la Local, el Código, el Reglamento y demás leyes aplicables a la materia, a petición de parte el Consejo, por conducto del Consejero Presidente, elaborará el informe correspondiente y remitirá el asunto en cuestión al Instituto Federal, quien tendrá atribuciones para resolver lo conducente y, en su caso, ordenar la suspensión del material respectivo.

ARTÍCULO 34.- Bajo la estricta responsabilidad del autor de los materiales, es obligación de los concesionarios o permisionarios difundir los mensajes entregados por medio del Instituto Federal, aún cuando su contenido pudiere ser, a juicio de estos últimos, violatorio de la Constitución Federal, la Local, el Código, el Reglamento y demás leyes aplicables a la materia.

ARTÍCULO 35.- La Dirección Ejecutiva, revisará todos los materiales entregados por los partidos políticos y/o coaliciones para verificar que cumplan las especificaciones técnicas para su transmisión y tengan la duración correcta. En caso de que los materiales incumplan dichas especificaciones, su duración exceda o sea menor al tiempo correspondiente, lo hará del conocimiento de sus autores, a más tardar dentro de las 36 horas siguientes, a fin de que éstos procedan a realizar las correcciones o adecuaciones correspondientes.

ARTÍCULO 36.- La notificación del material de los partidos políticos y/o coaliciones a las estaciones de radio y canales de televisión que participen en la cobertura de las elecciones estatales, corresponderá al Instituto Federal, por conducto de la Junta Local, conforme a las disposiciones contenidas en el Reglamento.

ARTÍCULO 37.- En caso de que los partidos políticos y/o coaliciones no presenten al Instituto Federal Electoral el material necesario para su transmisión en radio y televisión, o bien, éste sea entregado fuera de los plazos señalados por el Instituto Federal o no cumplan con los requerimientos técnicos y formatos necesarios, el Instituto, no será responsable por la falta de transmisión de mensajes del partido político y/o coalición de que se trate.

ARTÍCULO 38.- La Dirección solicitará a la Dirección Ejecutiva, por conducto del enlace institucional, informe respecto a la entrega de material de los partidos políticos y/o coaliciones para la transmisión en radio y televisión durante las precampañas y campañas, así como comunique a la brevedad posible, respecto a cualquier situación extraordinaria que suceda con respecto a la transmisión de mensajes de los entes políticos durante los periodos en comento. Lo anterior, a fin de hacerlo del conocimiento del Consejo.

ARTÍCULO 39.- Para efectos de la fiscalización de los recursos, los partidos políticos y/o coaliciones deberán registrar los gastos que generen por concepto de la producción de mensajes, así como cualquier otro gasto que efectúen los entes políticos para la entrega del

material conducente al Instituto Federal, bajo el rubro de actividades tendientes a la obtención del voto. Asimismo, deberán registrar en los informes de gastos de precampaña conducentes, los gastos de producción, envío o cualquier otro semejante en que incurran sus precandidatos, debiendo sujetarse a lo establecido en la normatividad aplicable en materia de fiscalización aprobada por el Instituto.

TERCERA PARTE
TÍTULO ÚNICO
DE LA REALIZACIÓN DE LOS SORTEOS
CAPÍTULO I
REGLAS GENERALES

ARTÍCULO 40.- Los sorteos para determinar el orden de intervención de los partidos políticos y/o coaliciones, deberán realizarse en presencia de los integrantes del Consejo General, contando con la presencia del Titular de la Dirección y personal que se designe.

ARTÍCULO 41.- Se efectuará un sorteo para determinar el orden que se utilizará para la distribución de tiempos durante el periodo de precampaña y otro para el periodo de campaña, los cuales serán programados por la Dirección, de manera que se cuente con los datos necesarios para elaborar los proyectos de pautas conducentes.

CAPÍTULO II
DE LA MECÁNICA DEL SORTEO

ARTÍCULO 42.- Para la realización del sorteo se utilizarán 2 urnas, en la primera de ellas se introducirán fichas con la denominación de cada partido político y/o coalición; en la segunda urna, las fichas contendrán números consecutivos del 1 hasta el número que corresponda de acuerdo a los número de partidos y/o coaliciones que participen en el Proceso Electoral.

ARTÍCULO 43.- En cada turno se sustraerá una ficha de la primera urna a fin de determinar el partido político y/o coalición y una ficha de la segunda urna, a fin de conocer el lugar que le corresponderá al ente político en cuestión, procediendo de la misma manera hasta que se conozca el lugar que ocupará cada uno de los entes políticos.

ARTÍCULO TRANSITORIO

ÚNICO.- Los presentes Lineamientos para el Acceso de los Partidos Políticos y/o Coaliciones a Radio y Televisión durante los Procesos Electorales, abrogan los Lineamientos para la Asignación de Tiempos a los Partidos Políticos, en los Medios de Comunicación Propiedad del Estado y entrarán en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.