

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA	
1.-Nombre de la Iniciativa.	Proyecto de decreto que reforma el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
2.- Tema de la Iniciativa.	Derecho Electoral.
3.- Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Dip. Diego Cobo Terrazas.
4.-Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PVEM.
5.-Fecha de presentación ante el Pleno de la Comisión Permanente.	27 de junio de 2007.
6.-Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	29 de junio de 2007
7.-Turno a Comisión.	Gobernación.

II.- SINOPSIS.

Establecer que durante las campañas electorales, el tiempo fiscal que por ley otorgan al Estado las empresas de radio y televisión que operan mediante concesión federal, exclusivamente pueda ser utilizado por los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral, para la difusión de las plataformas electorales, la promoción de sus candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos. El Instituto Federal Electoral distribuirá los tiempos fiscales otorgados por las empresas concesionarias; asimismo señala que el Poder Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Gobernación, supervisará la administración y distribución de los tiempos fiscales otorgados por las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal; y que ninguna persona física o moral podrá contratar propaganda en radio, televisión y medios impresos para difundir mensajes, de cualquier naturaleza, orientados a la inducción del voto o que puedan confundir a los electores.

III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.

El derecho de iniciativa se fundamenta en la fracción II del artículo 71 y la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia se sustenta en la fracción XXX del artículo 73, en concordancia con el artículo 41, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR.

En la parte relativa al texto legal que se propone, se sugiere lo siguiente:

- Incluir el fundamento legal en que se sustenta la facultad del Congreso para legislar en la materia de que se trata.

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que son los siguientes:

Ser formulada por escrito, tener un título, contener el nombre y firma de la persona que presenta la iniciativa, una parte expositiva de motivos, el texto legal que se propone, el artículo transitorio que señala la entrada en vigor, la fecha de elaboración y ser publicada en la Gaceta Parlamentaria.

V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE	
TEXTO VIGENTE	TEXTO QUE SE PROPONE
<p>Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales</p> <p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p> <p>Artículo 47</p> <p>1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo</p>	<p>ARTÍCULO PRIMERO.- Se adicionan un artículo 46 bis; un párrafo 2, recorriéndose los demás en su orden al artículo 190, y se reforman los artículos 47, 48, 182-A y 186 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 46 bis</p> <p>1. Durante las campañas electorales, el tiempo fiscal que por ley otorgan al Estado las empresas de radio y televisión que operan mediante concesión federal, exclusivamente podrá ser utilizado por los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral.</p> <p>2. Los partidos políticos podrán utilizar el tiempo fiscal para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos.</p> <p>3. El Instituto Federal Electoral distribuirá los tiempos fiscales otorgados por las empresas concesionarias, conforme a lo previsto en los artículo 47, 48 y demás aplicables de este Código.</p> <p>Artículo 47</p> <p>1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo previsto</p>

previsto en el artículo 44 de este Código, *tendrán derecho a las siguientes transmisiones en radio y televisión:*

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

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

c) Durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente al tiempo a que se *refiere el inciso a) anterior, se adquirirán, por conducto del Instituto Federal Electoral para ponerlos a disposición de los partidos políticos y distribuirlos mensualmente, hasta 10,000* promocionales en radio y 400 en televisión, con duración de 20 segundos. *En ningún caso el costo total de los promocionales excederá el 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas en año de elección presidencial y el 12% cuando sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión.* Los promocionales que no se utilicen durante el mes de que se trate, no podrán ser transmitidos con posterioridad.

2...

en el artículo 44 de este Código, **solamente podrán realizar transmisiones y promocionales en radio y televisión durante los tiempos fiscales que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal.**

a) En el proceso electoral en el que se elija Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos **será el que acuerde el Consejo General para cada elección tomando en cuenta los tiempos fiscales otorgados por las empresas concesionarias.**

b) En los procesos electorales en que sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión, el tiempo **total** de transmisión en radio y televisión **para todos los partidos políticos será el que acuerde el Consejo General para cada elección tomando en cuenta los tiempos fiscales otorgados por las empresas concesionarias.**

c) Durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente al tiempo a que se **refieren los** incisos a) y b)**anteriores**, el Instituto Federal Electoral **pondrá a** disposición de los partidos políticos promocionales en radio y en televisión con duración de 20 segundos, y **los distribuirá mensualmente, siempre y cuando sea posible en consideración a los tiempos fiscales disponibles.** Los promocionales que no se utilicen durante el mes de que se trate, no podrán ser transmitidos con posterioridad.

2. ...

3. El tiempo de transmisión y el número de promocionales a que se refieren *respectivamente, los incisos a) y c) del párrafo 1* de este artículo, se distribuirán entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión, de la siguiente manera: el 30% en forma igualitaria, y el 70% restante en forma proporcional a su fuerza electoral.

4...

5. A fin de que los partidos políticos disfruten de la prerrogativa consignada en el inciso c) del párrafo 1 de este artículo, para la adquisición y *asignación* de los promocionales en radio y televisión se utilizarán el o los catálogos a que se refieren los párrafos 2 y 3 del artículo 48.

6...

7...

Artículo 48

1. Es derecho exclusivo de los partidos políticos *contratar* tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el presente artículo. Los candidatos sólo podrán hacer uso de los tiempos que les asignen su partido político, o coalición, en su caso, de conformidad con lo previsto en el artículo 59, párrafo 1 inciso c).

2. La Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral solicitará

3. El tiempo de transmisión y número de promocionales a que se refiere **el** párrafo 1 de este artículo, se distribuirán entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión, de la siguiente manera: el **70%** en forma igualitaria, y el **30%** restante en forma proporcional a su fuerza electoral.

4 ...

5. A fin de que los partidos políticos disfruten de la prerrogativa consignada en el inciso c) del párrafo 1 de este artículo, para la asignación de los promocionales en radio y televisión se utilizarán el o los catálogos a que se refieren los párrafos 2 y 3 del artículo 48.

6. ...

7. ...

Artículo 48

1. Es derecho exclusivo de los partidos políticos **utilizar** tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el **artículo 47 en lo que resulten aplicables y en el** presente artículo. Los candidatos sólo podrán hacer uso de los tiempos que les asignen su partido político, o coalición, en su caso, de conformidad con lo previsto en el artículo 59, párrafo 1 inciso c).

2. La Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral solicitará

oportunamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que los concesionarios o permisionarios de radio y televisión, tanto nacionales como de cada entidad federativa, le proporcionen un catálogo de horarios y *sus tarifas correspondientes*, disponibles para *su contratación por* los partidos políticos para dos períodos: el primero, del 1o. de febrero al 31 de marzo del año de la elección; y el segundo, del 1o. de abril y hasta tres días antes del señalado por este Código para la jornada electoral. *Dichas tarifas no serán superiores a las de publicidad comercial.*

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

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

oportunamente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que los concesionarios o permisionarios de radio y televisión **a que se refiere el párrafo 1 del artículo 47**, tanto nacionales como de cada entidad federativa, le proporcionen un catálogo de horarios, disponibles para los partidos políticos para dos períodos: el primero, del 1o. de febrero al 31 de marzo del año de la elección; y el segundo, del 1o. de abril y hasta tres días antes del señalado por este Código para la jornada electoral.

3. La Secretaría Ejecutiva del Instituto, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, pondrá a disposición de los partidos políticos, en la primera sesión que realice el Consejo General en la primera semana de noviembre del año anterior al de la elección el primer catálogo de los tiempos **fiscales**, horarios, canales y estaciones disponibles. El segundo catálogo será proporcionado en la sesión que celebre el Consejo General correspondiente al mes de enero.

4. Los partidos políticos deberán comunicar por escrito a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, las estaciones, canales y horarios en los que tengan interés, conforme al primer catálogo que les fue proporcionado, a más tardar el 15 de diciembre del año anterior al de la elección, por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, y a más tardar el 31 de enero del año de la elección, para las campañas de senadores y diputados. Los partidos políticos deberán comunicar por escrito a la misma Dirección Ejecutiva, las estaciones, canales y horarios en los que tengan interés del segundo catálogo que les fue proporcionado, a más tardar el 28 de febrero del año de la

fue proporcionado, a más tardar el 28 de febrero del año de la elección por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y a más tardar el 15 de marzo del mismo año para las campañas de senadores y diputados.

5. En el evento de que dos o más partidos políticos manifiesten interés en *contratar* tiempos en un mismo canal o estación, en los mismos horarios, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, aplicará, en su caso, el procedimiento siguiente:

a) Se dividirá el tiempo total disponible para contratación del canal o estación en forma igualitaria entre el número de partidos políticos interesados *en contratarlo*; el resultante será el tiempo que cada partido político podrá *contratar*. Si hubiese tiempos sobrantes *volverán a estar a disposición de los concesionarios o permisionarios* y no podrán ser objeto de *contratación* posterior por los partidos políticos.

b) (Se deroga).

c) (Se deroga).

d) (Se deroga).

6. En el caso de que sólo un partido político manifieste interés por *contratar* tiempo en un canal o estación, podrá hacerlo hasta por el límite que los concesionarios o permisionarios hayan dado a conocer como el tiempo disponible para efectos de este artículo.

7. El reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos a

elección por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y a más tardar el 15 de marzo del mismo año para las campañas de senadores y diputados.

5. En el evento de que dos o más partidos políticos manifiesten interés en **utilizar** tiempos **fiscales** en un mismo canal o estación, en los mismos horarios, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, aplicará, en su caso, el procedimiento siguiente:

a) Se dividirá el tiempo **fiscal** total disponible del canal o estación en forma igualitaria entre el número de partidos políticos interesados, el resultante será el tiempo que cada partido político podrá **utilizar**. Si hubiese tiempos sobrantes **estarán a disposición del Instituto Federal Electoral** y no podrán ser objeto de **utilización** posterior por los partidos políticos.

b) (Se deroga).

c) (Se deroga).

d) (Se deroga).

6. En el caso de que sólo un partido político manifieste interés por **utilizar** tiempo **fiscal** en un canal o estación, podrá hacerlo hasta por el límite que los concesionarios o permisionarios hayan dado a conocer como el tiempo disponible para efectos de este artículo.

7. El reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos

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

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

9. En uso de los tiempos *contratados por* los partidos políticos en los términos de este Código en los medios de cobertura local, los mensajes alusivos a sus candidatos a Presidente, diputados y senadores, sólo podrán transmitirse durante los períodos de campaña a que se refiere el artículo 190, párrafo 1, de este Código.

10 - 14...

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

8. Una vez concluido el procedimiento de reparto y asignación a que se refiere el párrafo anterior, el instituto procederá, a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, a dar a conocer los tiempos, canales y estaciones para cada uno de los partidos políticos. De igual manera, la propia Dirección Ejecutiva comunicará a cada uno de los concesionarios o permisionarios los tiempos y horarios que cada uno de los partidos políticos está autorizado a **utilizar**.

9. En uso de los tiempos **fiscales asignados a** los partidos políticos en los términos de este Código en los medios de cobertura local, los mensajes alusivos a sus candidatos a Presidente, diputados y senadores, sólo podrán transmitirse durante los períodos de campaña a que se refiere el artículo 190, párrafo 1, de este Código.

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

<p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p> <p>Artículo 182-A</p> <p>1. ...</p> <p>2. ...</p> <p>a) ...</p> <p>I. ...</p> <p>b) ...</p> <p>I. ...</p> <p>c) Gastos de propaganda en prensa, radio y televisión:</p> <p>I. Comprenden <i>los realizados en cualquiera de estos medios tales como</i> mensajes, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto.</p> <p>3. ...</p> <p>...</p> <p>4. ...</p> <p>a) ...</p> <p>I. ...</p> <p>b) ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>5. Cada partido político deberá destinar el <i>50% de las erogaciones que realice</i> para propaganda en radio y televisión en programas para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus</p>	<p>15.- Ninguna persona física o moral podrá contratar propaganda en radio, televisión y medios impresos para difundir mensajes, de cualquier naturaleza, orientados a la inducción del voto o que puedan confundir a los electores.</p> <p>Artículo 182-A</p> <p>1. ...</p> <p>2. ...</p> <p>a) ...</p> <p>I. ...</p> <p>b) ...</p> <p>I. ...</p> <p>c) ...</p> <p>I. Comprenden mensajes, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto.</p> <p>3. ...</p> <p>...</p> <p>4. ...</p> <p>a) ...</p> <p>I. ...</p> <p>b) ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>5. Cada partido político deberá destinar el 100% del tiempo fiscal que utilice para propaganda en radio y televisión en programas para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus</p>
---	---

candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos.

Artículo 186

1. La propaganda que en el curso de una campaña difundan por los partidos políticos a través de la radio y la televisión, *comprendida la que emitan en el ejercicio de las prerrogativas que en la materia les confiere el presente Código*, se ajustará a lo dispuesto por el artículo 6o. de la Constitución.

2. Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos que realicen propaganda electoral a través de la radio y la televisión deberán evitar en ella cualquier ofensa, difamación o calumnia que denigre a candidatos, partidos políticos, instituciones y terceros.

3...

Artículo 190

1...

2. El día de la jornada electoral y durante *los tres días anteriores no se permitirá la celebración ni la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales.*

candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos.

Artículo 186

1. La propaganda que en el curso de una campaña difundan por los partidos políticos a través de la radio y la televisión, se ajustará a lo dispuesto por el artículo 6o. de la Constitución.

2. Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos que realicen propaganda electoral a través de la radio y la televisión, **de conformidad con lo previsto en los artículos 47 y 48 de este Código**, deberán evitar en ella cualquier ofensa, difamación o calumnia que denigre a candidatos, partidos políticos, instituciones y terceros.

3. ...

Artículo 190

1. ...

2. El día de la jornada electoral y durante **los ciento veinte días anteriores las autoridades federales, estatales, municipales y del Distrito Federal se abstendrán de realizar, por cualquier medio, propaganda o promocionales de programas de obra pública o de desarrollo social, con excepción de los programas de salud por emergencias, servicios y atención a la comunidad**

3. *Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio de las campañas hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio. En todo caso, la difusión de los resultados de cualquier encuesta o sondeo de opinión estará sujeta a lo dispuesto en el párrafo siguiente.*

4. *Durante los ocho días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional, queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en el artículo 403 del Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.*

5. *Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones, adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto determine el Consejo General.*

por causas graves.

3. El día de la jornada electoral y durante los tres días anteriores no se permitirá la celebración ni la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales.

4. Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio de las campañas hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio. En todo caso, la difusión de los resultados de cualquier encuesta o sondeo de opinión estará sujeta a lo dispuesto en el párrafo siguiente.

5. Durante los ocho días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional, queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos

<p>6. El Instituto, a petición de los partidos políticos y candidatos presidenciales que así lo decidan, organizará debates públicos y apoyará su difusión.</p> <p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p>	<p>previstos y sancionados en el artículo 403 del Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.</p> <p>6. Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones, adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto determine el Consejo General.</p> <p><u>7. El Instituto, a petición de los partidos políticos y candidatos presidenciales que así lo decidan, organizará debates públicos y apoyará su difusión.</u></p>
<p style="text-align: center;">Ley Federal de Radio y Televisión</p> <p>Artículo 79-A. En cumplimiento de la función social de la radiodifusión a que se refiere el artículo 5 de esta ley, en la difusión de propaganda electoral, los concesionarios observarán las siguientes disposiciones:</p> <p>I. Tratándose de elecciones federales, deberán informar al Instituto Federal Electoral sobre la propaganda que <i>hubiese sido contratada por</i> los partidos políticos o por los candidatos a cualquier puesto de elección, <i>así como los ingresos derivados de dicha contratación</i>, conforme a la metodología y formatos que al</p>	<p>ARTÍCULO SEGUNDO.- Se reforma el artículo 79-A de la Ley de Radio y Televisión, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 79-A. ...</p> <p>I. Tratándose de elecciones federales, deberán informar al Instituto Federal Electoral sobre la propaganda que en tiempos fiscales hubieren utilizado los partidos políticos o los candidatos a cualquier puesto de elección conforme a la metodología y formatos que al efecto emita ese Instituto en el Reglamento de Fiscalización</p>

<p>efecto emita ese Instituto en el Reglamento de Fiscalización respectivo;</p> <p>II. ...</p> <p>III. <i>Tratándose de concesionarios, éstos ofrecerán tarifas equivalentes a la publicidad comercial, y</i></p> <p>IV. El Instituto Federal Electoral, durante los procesos electorales federales, será la instancia encargada de <i>pagar</i> la publicidad electoral de los partidos políticos <i>con cargo a sus prerrogativas</i>, y dictará las medidas necesarias para ello.</p>	<p>respectivo;</p> <p>II. ...</p> <p>III. Durante los procesos electorales federales, se abstendrán de celebrar contratos con los partidos políticos para la difusión de propaganda electoral fuera del tiempo fiscal asignado por el Instituto Federal Electoral.</p> <p>IV. El Instituto Federal Electoral, durante los procesos electorales federales, será la instancia encargada de gestionar el tiempo fiscal disponible para la publicidad electoral de los partidos políticos, y dictará las medidas necesarias para ello.</p>
<p>Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria</p> <p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p>	<p>ARTÍCULO TERCERO.- Se adiciona un artículo 61 bis de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 61 bis.- El Poder Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Gobernación, supervisará la administración y distribución de los tiempos fiscales otorgados por las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal. Dicha distribución se realizará en la proporción siguiente: 40 por ciento al Poder Ejecutivo Federal; 30 por ciento al Poder Legislativo, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores; 10 por ciento al Poder Judicial y 20 por ciento a los entes autónomos.</p> <p>La Secretaría de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con</p>

No tiene correlativo

oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita. Las reasignaciones se ajustarán a la proporción prevista en este artículo.

La Secretaría de Gobernación informará bimestralmente a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados, sobre la utilización de los tiempos fiscales, así como sobre las reasignaciones que, en su caso, realice.

El Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, remitirá bimestralmente a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados un informe que contenga, por lo menos: la descripción de las fórmulas, modalidades y reglas para la asignación de los tiempos fiscales por dependencias y entidades, así como la descripción de los tiempos fiscales utilizados por cada dependencia y entidad.

Los tiempos fiscales sólo podrán destinarse a actividades de difusión, información o promoción de los programas de las dependencias o entidades, así como a las actividades análogas que prevean las leyes aplicables.

Durante los procesos electorales, para el uso y duración de los tiempos fiscales, se observará lo previsto al efecto en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

	<p style="text-align: center;">TRANSITORIOS</p> <p>PRIMERO.- El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p> <p>SEGUNDO.- Se derogan las disposiciones que se opongan al presente Decreto.</p>
--	---

NACM