



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LAS SECRETARÍAS DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO; DE GOBERNACIÓN; AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, Y AL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, PARA QUE SE PRONUNCIEN RESPECTO DEL DECRETO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 23 DE ABRIL DE 2020 PARA DEVOLVER A LOS CONCESIONARIOS DE ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN, EL PAGO DEL IMPUESTO QUE SE INDICA, ASÍ COMO PARA EXHORTAR A LAS CÁMARAS DEL CONGRESO DE LA UNIÓN A REALIZAR UN EJERCICIO DE PARLAMENTO ABIERTO SOBRE ESTA MATERIA.

La suscrita, Sasil De León Villard, Senadora de la República del H. Congreso de la Unión de la LXIV Legislatura y Coordinadora del Grupo Parlamentario Encuentro Social, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 58 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, en el artículo 8 numeral 1 fracción II y el artículo 276 ambos del Reglamento del Senado de la República, someto a consideración de esta Asamblea, la presente **PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LAS SECRETARÍAS DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO; DE GOBERNACIÓN; AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, Y AL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, PARA QUE SE PRONUNCIEN RESPECTO DEL DECRETO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 23 DE ABRIL DE 2020 PARA DEVOLVER A LOS CONCESIONARIOS DE ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN, EL PAGO DEL IMPUESTO QUE SE INDICA, ASÍ COMO PARA EXHORTAR A LAS CÁMARAS DEL CONGRESO DE LA UNIÓN A REALIZAR UN EJERCICIO DE PARLAMENTO ABIERTO SOBRE ESTA MATERIA**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En el marco de los trabajos de la 60 Semana de Radio y televisión realizados en noviembre de 2019, el jefe del Ejecutivo hizo un compromiso con los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT): "*hago el*



compromiso con ustedes de analizar esta propuesta de reducir la contribución, el impuesto, los llamados tiempos oficiales. Y les voy a dar una respuesta pronto sobre este asunto; además ni siquiera se requiere de una reforma legal, es un decreto y yo tengo esa facultad”, compromiso que fue ratificado en su conferencia mañanera del pasado 3 de abril de 2020.

Para entender el tema, es necesario revisar los antecedentes sobre esta materia, los cuales mencionamos a continuación:

1. La primera referencia en la publicación del Diario oficial de la Federación (DOF) del 19 de enero de 1960, cuando se promulga la Ley Federal de Radio y televisión, que en su Capítulo Tercero, denominado “Programación”, establecía lo siguiente:

Artículo 59.- Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

2. Posteriormente en la *Ley que Establece, Reforma y Adiciona las Disposiciones Relativas a Diversos Impuestos* publicado en el DOF el 31 de diciembre de 1968, en el cual se grava el impuesto total de los pagos de los concesionarios de radio y televisión, con un impuesto que se determinará **aplicando la tasa del 25%** a la base señalada en el artículo 4 de la misma.

3. Con fundamento en la Fracción I del artículo 2º de la Ley de Ingresos de la Federación de 1969, el Ejecutivo público en DOF el 1º de julio de 1969 el **Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de radio y televisión, el pago que se indica, y sustituye el pago del 25% con el 12.5% del tiempo diario de televisión de cada estación.**

4. Decreto por el que se autoriza Secretaria de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de radio y televisión, el pago que se indica, publicado en el DOF el



10 de octubre de 2002, que abroga el Acuerdo publicado el 1º de julio de 1969, por el que se admite el pago del 25%, con 18 minutos diarios de televisión y con 35 minutos diarios en radio, "***para la difusión de materiales grabados por el Poder Ejecutivo Federal***", con una duración entre 20 y 30 segundos, distribuidos de manera proporcional dentro del horario de 6:00 a 24:00 horas.

Este Decreto también impulsó reformas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que en sus artículos 41, 42, 44, hace referencia a las prerrogativas de los partidos políticos para tener acceso permanente en la radio y la televisión.

5. En 2007 el Ejecutivo Federal realizó una reforma político-electoral, que de acuerdo a José Buendía Hegewisch¹ se pueden destacar los siguientes aspectos:

La gran novedad de la reforma, y su aspecto tal vez más relevante y complicado, fue cambiar las reglas para el acceso de partidos y candidatos a los medios electrónicos, así como dar nuevas facultades al IFE para supervisar esta regulación.

De acuerdo con las reformas al artículo 41 de la Constitución, base III, apartado A, se modificó también el COFIPE en su título tercero (artículos 48 al 76), especialmente los artículos 55, 56, 57, 58 y 59, sobre la forma en que se distribuye el tiempo en medios para los partidos. Ahora, desde el inicio del periodo de precampañas y hasta el día de la jornada electoral, el IFE dispone de 48 minutos diarios en medios, que distribuye en dos y hasta tres minutos por hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

Del tiempo total disponible durante las campañas electorales federales, el IFE destinará a los partidos políticos, en conjunto, 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión. Los siete minutos restantes serán utilizados para fines propios del IFE y otras autoridades. Por otra parte, los partidos políticos de nuevo registro participarán solamente en la distribución igualitaria de 30% de los tiempos. Al Comité

¹ Medios de Comunicación y la reforma electoral 2007-2008.

https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files//archivos_libros/26_Buend%C3%ADa.pdf



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



de Radio y Televisión del IFE le corresponde aprobar semestralmente las pautas.

Por otra parte, el objetivo del Presidente López Obrador, comentado en esa conferencia del 3 de abril para devolver estos tiempos a los concesionarios, es para que puedan obtener ganancias con la venta de estos tiempos a los diversos anunciantes, por lo que expresó: *"La industria de la radio y la televisión están [sic] pasando por un mal momento porque han bajado sus ingresos en general y nosotros no podemos darles dinero para publicidad, como era antes; se ha reducido considerablemente y se va a reducir aún más el gasto de publicidad"*. Para ello prometió "devolver" a los concesionarios los llamados tiempos fiscales para que puedan comercializar estos espacios.

ESPACIOS PUBLICITARIOS

La comercialización que se realiza durante la transmisión de los diversos programas tiene su origen en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica. Relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión; Publicado el 4 de abril de 1973 en el Diario Oficial de la Federación, que entre otras cosas en su articulado menciona que la propaganda comercial que se transmita por radio y televisión deberá mantener un prudente equilibrio entre el tiempo destinado al anuncio comercial y el conjunto de la programación, estableciendo límites destinados a la propaganda comercial, que en televisión no excederá del 18% y en radio no podrá exceder el 40% del tiempo total de transmisión de cada estación respectivamente, también se establecen tiempos de duración de los comerciales, horarios y reglas a seguir.

La *Ley Federal de Radio y Televisión* y su Reglamento fueron abrogados a partir del 13 de agosto de 2014 por Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014, por el cual se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se



reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

Esta Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que es la norma vigente en la materia, establece con respecto a la publicidad lo siguiente:

Artículo 237. Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, así como los programadores y operadores de señales, deberán mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día, para lo cual se seguirán las siguientes reglas:

I. Para los concesionarios de uso comercial de radiodifusión:

*a) En estaciones de **televisión**, el tiempo destinado a **publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación**, y*

*b) En estaciones de **radio**, el tiempo destinado a **publicidad comercial no excederá del cuarenta por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación**.*

La duración de la publicidad comercial no incluye los promocionales propios de la estación, ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado y otros a disposición del Poder Ejecutivo, ni programas de oferta de productos o servicios;

II. Para concesionarios de televisión y audio restringidos:

a) Podrán transmitir, diariamente y por canal, hasta seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión.

Para efectos del cálculo correspondiente, no se considerará la publicidad contenida en las señales de radiodifusión que sean retransmitidas ni los promocionales propios de los canales de programación, y

b) Los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos, estarán exceptuados del límite señalado en el inciso anterior, y



III. Para los concesionarios de usos sociales indígenas y comunitarios de radiodifusión:

a) En estaciones de televisión, el tiempo destinado a venta de publicidad para los entes públicos federales y, en su caso, los de las Entidades Federativas y Municipios, no excederá del seis por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación, y

b) En estaciones de radio, destinado a venta de publicidad para los entes públicos federales y, en su caso, los de las Entidades Federativas y Municipios, no excederá del catorce por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

La duración de la publicidad referida en esta fracción no incluye los promocionales propios de la estación, ni las transmisiones correspondientes a los tiempos del Estado, boletines, encadenamientos y otros a disposición del Poder Ejecutivo.

TIEMPOS OFICIALES

Irene Trejo Hernández, docente del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM,² menciona que los tiempos oficiales son el tiempo aire en radio y televisión del cual dispone el Estado para sus transmisiones; se dividen en: **Tiempo de Estado**, regulado por los artículos 251 y 252 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y será la Secretaría de Gobernación la encargada de ordenar y administrar la transmisión de estos, y **Tiempo Fiscal**, regulados en el Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre de 2002.

La definición precisa de los conceptos de tiempos oficiales, tiempos de Estado y tiempos fiscales se encuentra en la Ley General de Comunicación Social, que en su artículo 4 define lo siguiente:

² Los tiempos oficiales y su normatividad <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2654/16.pdf>



- **El tiempo del Estado** son 30 minutos diarios gratuitos de transmisión de cada estación de radio y canal de televisión que todos los concesionarios, sean públicos o privados, están obligados a otorgar al Estado.
- **El tiempo fiscal** son los tiempos al aire en radio y televisión que recibe el Estado como pago en especie del impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por la ley, impuesto que aplica solo a los concesionarios de uso comercial. Actualmente son 35 minutos diarios para las estaciones de radio y 18 minutos en el caso de los canales de televisión.
- **Los tiempos oficiales** comprenden la suma del tiempo del Estado y el tiempo fiscal.

Lo importante es que tenemos que tener en cuenta, es que los tiempos de Estado y los Tiempos Fiscales tienen normatividades distintas y finalidades distintas, aunque ambos conformen los Tiempos Oficiales. Además, cabe precisar que no forman parte de los tiempos oficiales las obligaciones de los concesionarios de transmitir gratuitamente los boletines de cualquier autoridad que se relacione con la seguridad o defensa del territorio nacional o con medidas encaminadas a informar sobre emergencias sanitarias como la que estamos padeciendo en la actualidad con el COVID-19.

PROPUESTA DEL EJECUTIVO

El Presidente Andrés Manuel López Obrador estuvo considerando regresar tiempos a los concesionarios para que puedan comercializarlos, pero es necesario precisar que es lo que se pretende devolver, porque como ya vimos, serían los tiempos fiscales, la idea del presidente radica en que la radio y la televisión recuperan estos espacios en sus programas y podrán venderlos a empresas que quieran publicitarse a través de mensajes comerciales, pero existe una prohibición expresa en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de rebasar los tiempos de mensajes comerciales. Estos tienen un límite que, naturalmente, tendría que ser agotado por toda radiodifusora, por lo que se tendría que reformar esta Ley y modificar los porcentajes destinados a publicidad comercial que actualmente es del 18% del tiempo de cada transmisión por cada canal en estaciones de televisión y de 40% en estaciones de radio, por lo que con un decreto emitido por el Ejecutivo no sería suficiente para realizar esta devolución de los tiempos fiscales, por lo que es necesario que envíe una



iniciativa de Ley al Congreso para que se puedan realizar las adecuaciones jurídicas correspondientes.

TIEMPOS FISCALES

ENTIDAD	MINUTOS/PORCENTAJE EN TV	MINUTOS/PORCENTAJE EN RADIO
EJECUTIVO FEDERAL	7.2 MIN/40%	14 MIN/40%
CONGRESO DE LA UNIÓN	5.4 MIN/30% <i>(SE DIVIDE EN PARTES IGUALES PARA EL SENADO Y DIPUTADOS)</i>	10.5 MIN/30% <i>(SE DIVIDE EN PARTES IGUALES PARA EL SENADO Y DIPUTADOS)</i>
PODER JUDICIAL	1.8 MIN/10%	3.5 MIN/10%
ENTES AUTÓNOMOS	3.6 MIN/20%	7.0 MIN/20%
TOTAL	18 MIN/100%	35 MIN/100%

Lo que el Presidente pretende devolver de estos tiempos fiscales, son los correspondientes al Ejecutivo Federal.

OPINIONES DE EXPERTOS

1. Javier Tejado Donde

En un artículo periodístico³, menciona que los concesionarios de radiodifusión hacen dos pagos al Estado, un primer gran pago es en efectivo, que se paga por adelantado a la Tesorería de la Federación, un segundo pago es en especie, y son los tiempos con los que, de manera gratuita, varios entes gubernamentales hacen campañas de

³ <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/javier-tejado-donde-expres/que-implica-el-decreto-de-tiempos-oficiales-en-radio-y-tv-que>



promoción institucional. Ningún país del mundo cobra tanto a sus estaciones de radio y televisión.

La intención del Presidente es buena, pues efectivamente reducir en un porcentaje si le ayuda a la radio y televisión, a ser más competitivas en las zonas fronterizas donde hay competencia directa con las estaciones de Estados Unidos y Guatemala, esto porque habría menos spots oficiales y más contenido programático.

Sin embargo, el Presidente también dio a entender, que al reducir estos **tiempos oficiales** los concesionarios tendrán más tiempo para comercializar, digamos que alguien le dijo que se cambiaba un spot de gobierno por el spot de un anunciante pagado, esto no es correcto.

La Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión señala en su artículo 237 que la radio y la TV tienen un porcentaje máximo de comercialización, y además es clarísima al establecer que para contabilizar el tope de publicidad no se deben de calcular “las transmisiones correspondientes a los tiempos de Estado, boletines y otros tiempos a disposición del Poder Ejecutivo”. Así que, desaparecer una parte de estos tiempos oficiales no hace que la radiodifusión pueda comercializar más. Puede comercializar hasta el tope que a hoy ya tiene. Nada más.

Por lo tanto, dada la coyuntura del país, el ser vicio público de radio y TV, requiere de un análisis serio de medidas oficiales para darle viabilidad. Cientos de estaciones de radio están a punto de desaparecer y miles de empleos están en riesgo.

2. Rafael Hernández Estrada

Publico la revista Nexos⁴ un artículo de este autor, en el que realiza un análisis de la propuesta presidencial para devolver tiempos a los concesionarios para que los puedan comercializar, y destacamos sus conclusiones:

Una primera conclusión de este recuento es que no hay ni puede haber ninguna devolución de los tiempos oficiales en radio y televisión. El espacio radioeléctrico es de dominio original y directo de la nación y, al otorgar concesiones, el Estado se reservó tiempos gratuitos de transmisión, a la vez que estableció un impuesto especial. Ningún

⁴ AMLO y su “devolución” de los tiempos de radio y televisión en <https://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/?p=11396&cpa=1>



presidente, por más popular que sea, puede disponer de los tiempos oficiales como se pretende.

Una segunda conclusión es que tal devolución no puede jurídicamente realizarse por decreto presidencial, pues, como se ha demostrado, los tiempos oficiales están prescritos en la Constitución y en al menos siete leyes federales y generales expedidas por el Congreso de la Unión.

Por otro lado, queda claro con este recuento que las empresas concesionarias privadas de radio y televisión han sido favorecidas por gobiernos de distintos signos, los que les permitieron el pago en especie del impuesto especial y decretaron rebajas en el curso de esta historia.

Después de analizar las diferentes posturas en relación a la propuesta del Presidente para devolverles los tiempos oficiales a los concesionarios de radio y televisión, encontramos opiniones contradictorias que no permiten en esta instancia generar un consenso para formular una propuesta que permita regularizar y dar un cauce legal viable para que al regresar estos tiempos oficiales, se puedan comercializar y generar ingresos a los concesionarios.

3. José Luis Rodríguez Aguirre

En el marco de la 60 Semana de la Radio y la Televisión⁵ realizada el pasado mes de noviembre de 2019 en la Ciudad de México, José Luis Rodríguez Aguirre, Presidente del Consejo Consultivo de la CIRT, recordó que en la Constitución se define a la radiodifusión como “un servicio público gratuito al que el Estado debe garantizar sea prestado con calidad en beneficio del pueblo de México”.

Sin embargo, aseguró, ello no sucede porque en definitiva contamos con un piso absolutamente disparaje con respecto de cualquier otro sector empresarial, como otras concesiones o las empresas extranjeras distribuidoras de contenido, denominadas OTT, y empresas del mismo sector en otros países.

⁵ <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/version-estenografica-entrega-de-premios-antena-60-semana-de-la-radio-y-la-television>



Explicó que la carga tributaria y regulatoria que ha sido impuesta a los empresarios de los medios de comunicación electrónicos no tiene precedente: “Estas OTT en contenidos y publicidad transmiten lo que quieren, cuando quieren y como quieren, sin ningún tipo de restricción; y a nosotros, estando ahí cautivos, nos sobreregularan y sobretributan fuera de todo parámetro; y eso que nosotros somos un servicio totalmente gratuito y que los otros cobran por usuario.

Entonces, expresó, la ecuación no da. Y puso un ejemplo de las desventajas para los medios de comunicación electrónicos: La radiodifusión en México es la única industria concesionada que tiene que pagar una gigantesca contraprestación a 20 años de un solo golpe y porrazo, en una sola exhibición, misma que para otras concesiones en nuestro país y cualquier otro lugar del mundo es mucho menor y se paga año con año.

Además, comentó, los integrantes de la CIRT tienen cargas tributarias: Nosotros debemos pagar nuestro Impuesto Sobre la Renta, así que pagamos hasta tres veces por el aprovechamiento del espectro, lo cual a nuestro modo de ver está fuera de toda lógica y fuera de toda legalidad. En consecuencia cuestionó: ¿Quién paga por un mismo bien más de una vez?

Por lo que propuso al Presidente que se pudiera legislar en esta materia para resarcir los daños patrimoniales que se han generado por este tipo de tributación.

EL DECRETO DEL EJECUTIVO FEDERAL

Finalmente, mediante la publicación del *Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica*, publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el pasado 23 de abril de 2020, el presidente Andrés Manuel López Obrador ha determinado una fórmula para “devolver” a los concesionarios: 7 minutos de los tiempos fiscales a la televisión y 14 minutos a la radio.

Como ya se había mencionado, los tiempos oficiales del gobierno en radio y televisión se dividen en dos: el fiscal y el del Estado. El primero se trata de un impuesto que las empresas pueden pagar, ya sea en especie, por el uso de bienes de la nación, como es el caso del espectro radioeléctrico, que son declarados como de interés público.



En resumen, este decreto establece que los concesionarios podrán hacer el pago del impuesto al que se refiere el artículo noveno de la *Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos*, **con 11 minutos diarios de transmisión en televisión, y 21 minutos diarios en radio, para la difusión de los contenidos del Estado con una duración de veinte a treinta segundos.**

"Los concesionarios que tengan la calidad de responsables solidarios al pago de dicho impuesto y, por tanto, como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, pagarán la contribución que se menciona con once minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con veintiún minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados conforme a lo dispuesto en la Ley General de Comunicación Social, con una duración de veinte a treinta segundos", se indicó en el mismo.

Sin embargo, el decreto señala que durante los periodos de precampañas y hasta el día de la jornada electoral continuarán siendo 18 minutos para televisión y 35 minutos para la radio.

Honorable asamblea

Toda vez que el decreto en comento tiene en el centro de su disposición:

Un bien de dominio público concesionado, pero que originalmente corresponde a la Nación, bajo tutela del Estado, en menester conocer respecto de todos los actores reguladores y autoridades, con mayor precisión el alcance y los impactos del Decreto, tanto en materia fiscal, de contenidos y calidad de la programación, impacto en la distribución de tiempos para el Instituto Nacional Electoral y los partidos políticos y los derechos de los usuarios finales y de las audiencias en los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión, que regula el Instituto Federal de Telecomunicaciones, por mencionar los más importantes.



También es menester, conocer la fundamentación para que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, deje de cobrar un monto de contribuciones, a la luz de la reforma al artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 06 de marzo de 2020, mediante la cual, se prohíben las condonaciones de impuestos y las exenciones de impuestos.

Y por supuesto, es menester que el Instituto Nacional Electoral, se pronuncie para conocer el impacto de este Decreto en los tiempos oficiales, en los periodos no electorales pero que presuponen, la capacitación electoral y otras actividades cívicas que tiene facultadas el organismo electoral.

Todo ello, con el propósito de poder llevar a cabo una armonización legislativa y de consenso, respecto del Decreto, para que pueda llevarse a la práctica sin posibles afectaciones al marco jurídico y a la propiedad de la Nación, como lo es el espacio radio eléctrico concesionado.

Por todo lo anteriormente expuesto y fundado, someto a la consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente:

ACUERDO

Primero. La Comisión Permanente del Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a los siguientes dependencias de la Administración Pública Federal y a los organismos con autonomía constitucional, para que se pronuncien respecto del Decreto emitido por el Poder Ejecutivo federal del 23 de abril de 2020, *por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica.*

1. A la Secretaría de Hacienda y Crédito Público respecto del posible impacto del monto de recursos no recaudados, así como respecto, de la fundamentación para que dicha dependencia, deje de obtener un monto de contribuciones, a la luz de la reforma al artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 06 de marzo de 2020, mediante la cual, se prohíben las condonaciones de impuestos y las exenciones de impuestos.



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



2. A la Secretaría de Gobernación respecto del posible el impacto de la disminución de minutos para la programación educativa, cultural y de campañas en beneficio de la sociedad.
3. Al Instituto Federal de Telecomunicaciones respecto del posible impacto del Decreto en:
 - a) La determinación de los adeudos derivados de las contraprestaciones y derechos asociados a las concesiones del espectro radioeléctrico y recursos orbitales, que remite a la Servicio de Administración Tributaria para su cobro;
 - b) Los derechos de los usuarios finales y de las audiencias en los servicios de las telecomunicaciones y la radiodifusión
 - c) El equilibrio de la competencia y libre concurrencia de los sectores regulados.
4. Al Instituto Nacional Electoral, respecto del posible impacto del Decreto en la distribución de los tiempos oficiales para las campañas cívicas del organismo electoral y los tiempos distribuidos en los partidos políticos con registro.

Segundo. La Comisión Permanente del Congreso de la Unión exhorta a las Cámaras del Congreso a que con base en las respuestas de las autoridades enunciadas en el primer resolutivo y en un ejercicio de Parlamento Abierto, en la que participen las autoridades gubernamentales responsables en la materia de radio y televisión, expertos y académicos sobre el tema y concesionarios de estas estaciones, se genere, una propuesta armónica, que permita regular los tiempos oficiales y en su caso, rediseñar el espectro de los espacios que se tienen durante las transmisiones.

Suscribe

Senadora Sasil de León Villard
Coordinadora del Grupo Parlamentario de Encuentro Social.



Sasil de León Villard
SENADORA DE LA REPÚBLICA



Dado en el Pleno de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión a los 03 días del mes de junio de 2020.