

ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 2277-2CP2-11

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA	
1. Nombre de la Iniciativa.	Que se reforman diversas disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en materia de regulación de propaganda electoral.
2. Tema de la Iniciativa.	Derecho Electoral.
3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Dip. José Luis Jaime Correa.
4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PRD.
5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Comisión Permanente.	01 de junio de 2011.
6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	06 de junio de 2011.
7. Turno a Comisión.	Gobernación.

II.- SINOPSIS
<p>Incluir en la definición de propaganda electoral a los medios impresos, radio, televisión, internet y cine. Establecer que los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, no podrán contratar, adquirir o beneficiarse en forma directa o por terceras personas, de propaganda explícita o encubierta en cualquier modalidad de radio, televisión cine e internet. Prever que los informes anuales de labores o gestión de los servidores públicos presentados en internet deberán de retirarse de la red pública o privada una vez cumplido tal periodo. Incluir en los gastos que no podrán rebasar los topes los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, los gastos de producción de los mensajes para radio, televisión, internet, cine o de toda propaganda encubierta, los gastos de propaganda en inserciones pagadas en internet y los gastos de propaganda en inserciones pagadas en cine.</p>

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 relación con el artículo 41, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA

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.
- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, utilizar puntos suspensivos para aquéllos apartados cuyo contenido subsiste integralmente (evitando reproducir textualmente).

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 style="text-align: center;">CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES</p> <p>Artículo 49</p> <p>1 a 2. ...</p> <p>3. Los partidos políticos, 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. <u>Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro</u></p>	<p>Iniciativa con proyecto de decreto por el que se propone reformar diversas disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en materia de regulación de propaganda electoral.</p> <p>Único.- Se reforman los numerales 3, 4 y 5, recorriéndose los subsecuentes del artículo 49, el numeral 5 del artículo 56, numerales 3 y 5 del artículo 228, el inciso d del numeral 2 del artículo 229, el inciso i del numeral 1 del artículo 341, inciso b numeral 1 del artículo 345, el numeral 1 y su inciso a del artículo 350, el inciso f del numeral 1 del artículo 354 y se adicionan los numerales 8 y 9 del artículo 49, los incisos e y f del numeral 2 del artículo 229 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 49</p> <p>1. ...</p> <p>2. ...</p> <p>3. Los partidos políticos, 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.</p>

Séptimo de este Código.

No tiene correlativo

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

Artículo 56.

1 a 4. ...

5. El tiempo que corresponda a cada partido será utilizado

4. No podrán contratar, adquirir o beneficiarse en forma directa o por terceras personas, de propaganda explícita o encubierta en cualquier modalidad de radio, televisión cine e Internet.

5. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

6.

7.

8.

9.

Artículo 56.

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. El tiempo que corresponda a cada partido será utilizado

exclusivamente para la difusión de mensajes cuya duración será la establecida en el presente capítulo. Las pautas serán elaboradas considerando los mensajes totales y su distribución entre los partidos políticos.

Capítulo tercero De las campañas electorales

Artículo 228

1 a 2. ...

3. Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

4. ...

5. Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo séptimo del artículo 134 de la Constitución, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, 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

exclusivamente para la difusión de mensajes cuya duración será la establecida en el presente capítulo, **los cuáles expresarán preferentemente las propuestas programáticas de los partidos y candidatos.** Las pautas serán elaboradas considerando los mensajes totales y su distribución entre los partidos políticos.

Capítulo tercero De las campañas electorales

Artículo 228.

1...

2...

3. Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones **en medios impresos, radio, televisión, en Internet o cine** que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

4...

5. Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo séptimo del artículo 134 de la Constitución, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, **en Internet o cine**, 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

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.

Artículo 229

1. ...

2. ...

a) ...

I. ...

b) ...

I. ...

c) ...

I. ...

d) Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión:

I. ...

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. **Los informes presentados en Internet deberán de retirarse de la red pública o privada una vez cumplido tal periodo.** En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

Artículo 229

1. ...

2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:

a) Gastos de propaganda:

I. ...

b) Gastos operativos de la campaña:

I. ...

c) Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos:

I. ...

d) Gastos de producción de los mensajes para radio, televisión, **Internet, cine o de toda propaganda encubierta**

I. Comprenden los realizados para el pago de servicios

<p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p> <p>3 a 4. ...</p> <p style="text-align: center;">Libro séptimo De los regímenes sancionador electoral y disciplinario interno</p> <p style="text-align: center;">Título primero De las faltas electorales y su sanción</p> <p style="text-align: center;">Capítulo primero</p>	<p>profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.</p> <p>e) Gastos de Propaganda en inserciones pagadas en Internet</p> <p>I. Comprenden los realizados en cualquiera herramienta de Internet, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio electrónico en particular, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada.</p> <p>f) Gastos de propaganda en inserciones pagadas en cine</p> <p>I. Comprenden los realizados en inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el exhibidor, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada.</p> <p>3. ...</p> <p>4. ...</p> <p style="text-align: center;">Libro séptimo De los regímenes sancionador electoral y disciplinario interno</p> <p style="text-align: center;">Título primero De las faltas electorales y su sanción</p> <p style="text-align: center;">Capítulo primero</p>
---	---

Sujetos, conductas sancionables y sanciones	Sujetos, conductas sancionables y sanciones
<p>Artículo 341</p> <p>1. Son sujetos de responsabilidad por infracciones cometidas a las disposiciones electorales contenidas en este Código:</p> <p>a) a h)...</p> <p>i) Los concesionarios y permisionarios de radio o televisión;</p> <p>j) a m) ...</p>	<p>Artículo 341</p> <p>1. ...</p> <p>a) a h) ...</p> <p>i) Los concesionarios y permisionarios de radio, televisión o Internet y exhibidores de cine;</p> <p>j) a m) ...</p>
<p>Artículo 345</p> <p>1. ...</p> <p>a) ...</p> <p>b) Contratar propaganda en radio y televisión, tanto en territorio nacional como en el extranjero, dirigida a la promoción personal con fines políticos o electorales, a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular;</p> <p>c) a d) ...</p>	<p>Artículo 345</p> <p>1. Constituyen infracciones de los ciudadanos, de los dirigentes y afiliados a partidos políticos, o en su caso de cualquier persona física o moral, al presente Código:</p> <p>a) ...</p> <p>b) Contratar propaganda en radio, televisión, cine e Internet, tanto en territorio nacional como en el extranjero, dirigida a la promoción personal con fines políticos o electorales, a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular;</p> <p>c) ...</p> <p>d) ...</p>

Artículo 350

1. Constituyen infracciones al presente Código de los concesionarios o permisionarios de radio y televisión:

a) La venta de tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;

b) ...

c) ...

d) ...

e) ...

Artículo 354

Artículo 350

1. Constituyen infracciones al presente Código de los concesionarios o permisionarios de radio, televisión e **Internet o exhibidores de cine**:

a) La venta de tiempo de transmisión **o exhibición**, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;

b) La difusión de propaganda política o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral;

c) El incumplimiento, sin causa justificada, de su obligación de transmitir los mensajes y programas de los partidos políticos, y de las autoridades electorales, conforme a las pautas aprobadas por el Instituto; y

d) La manipulación o superposición de la propaganda electoral o los programas de los partidos políticos con el fin de alterar o distorsionar su sentido original o denigrar a las instituciones, a los propios partidos, o para calumniar a los candidatos; y

e) El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en este Código.

2.

Artículo 354

<p>1. ...</p> <p>a) a e) ...</p> <p>f) Respecto de los concesionarios o permisionarios de radio y televisión:</p> <p>I a IV. ...</p> <p>V. ...</p>	<p>1. Las infracciones señaladas en los artículos anteriores serán sancionadas conforme a lo siguiente:</p> <p>a) a e) ...</p> <p>f) Respecto de los concesionarios o permisionarios de radio, televisión e Internet o exhibidores de cine:</p> <p>I. a IV. ...</p> <p>g) ...</p>
	<p style="text-align: center;">TRANSITORIOS</p> <p>Único.- El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p>

JCHM