



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

**DIPUTADA ANA PATRICIA BAEZ GUERRERO
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
I LEGISLATURA
P R E S E N T E**

El que suscribe Diputado Fernando José Aboitiz Saro, integrante de la Asociación Parlamentaria del Partido Encuentro Social del Congreso de la Ciudad de México, I Legislatura, con fundamento en lo establecido en los artículos 122 Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, Apartado D, incisos a, b, y c, Apartado E numeral 1, de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II y 13 fracción LXVII de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracciones I y II, 95, 96, 118, 325 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de esta Comisión Permanente la siguiente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, AL TENOR DE LO SIGUIENTE:

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA QUE LA INICIATIVA PRETENDE RESOLVER:

Las precampañas son todos aquellos actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos debidamente registrados por cada partido, con el objeto de obtener el respaldo de los afiliados, simpatizantes o electorado en general para ser postulados como candidatos a un cargo de elección popular.

Los precandidatos llevan a cabo reuniones públicas, asambleas, marchas, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones durante el periodo establecido por la legislación y por la convocatoria respectiva para dar a conocer sus propuestas.

Entre estos actos, también se recurre a los tiempos de radio y televisión para que los partidos políticos, sus militantes y precandidatos puedan tener exposición



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

mediática previo a la campaña, lo que en la práctica puede convertirse en actos anticipados de campaña.

Aunado a lo anterior, las precampañas son dirigidas a los simpatizantes, afiliados o al público en general como lo dispone el artículo 227 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, no obstante, considero que aquellas sólo deben ir dirigidas a los afiliados y simpatizantes, ya que la designación del candidato es un proceso interno de los partidos políticos y no un proceso para la sociedad en general, como sí lo son en el caso de las campañas para las elecciones.

Para lo cual considero necesario reformar la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, con el fin de establecer que las precampañas solo sean dirigidas a los militantes y simpatizantes de cada partido político y no al público en general, con lo que se evitará el bombardeo mediático y publicitario en radio y televisión dirigido a todas las personas.

II. PROBLEMÁTICA DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO:

No se detecta problemática desde la perspectiva de género.

III. ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN:

En la actualidad, las campañas electorales son el factor de mayor peso en la apreciación e imagen de los ciudadanos respecto al proceso electoral, pero, también respecto de su conocimiento acerca del sistema electoral, del sistema político, del sistema de partidos y de la política en general.

Por su esquema, las campañas constituyen el enlace por virtud del cual, las y los ciudadanos se vinculan con la política y las elecciones, conocen o pretenden conocer a los aspirantes a un cargo de elección popular, conocen asimismo, si las propuestas y soluciones que ofrecen son conforme a los problemas, necesidades y principales preocupaciones de la población.

Las campañas electorales constituyen en México y en todos los países democráticos, el mecanismo de proselitismo político e ideológico, en las que las redes sociales y los medios tradicionales de comunicación se han convertido en los



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

principales intermediarios entre el candidato y su propuesta política frente a la ciudadanía.

En ese sentido, los especialistas en comunicación, como son los comunicadores sociales, asesores y consultores políticos, asesores de prensa, especialistas en opinión pública y publicistas juegan un papel fundamental en las campañas electorales.

Cabe destacar que la radio, la televisión, prensa y recientemente las redes sociales, cambiaron profundamente las campañas, de tal manera que las formas tradicionales de acercamiento con la ciudadanía como los mítines, las caminatas, los recorridos “pueblo por pueblo”, “casa por casa”, que le daban prioridad al contacto directo entre el candidato y el electorado, pasaron a segundo plano, aunque debemos admitir que estas formas tradicionales no han desaparecido pues aún generan interés en la misma población visitada, además de ser de interés como noticia para los medios de comunicación, pero sin duda, la utilización de los medios modernos de comunicación masiva, influyen de manera decisiva en el electorado, lo cual requiere una enorme cantidad de recursos que son proporcionados por el organismo electoral correspondiente.

En efecto, es vale la pena señalar que las campañas políticas modernas se han caracterizado por la competencia, la pluralidad y las diferentes posturas ideológicas, mismas que se encuentran influidas, como lo hemos mencionado, por los medios de comunicación masiva como principales vías de contacto con la población, basta señalar como ejemplo la importancia del papel que jugaron las redes sociales para el triunfo de las elecciones en la Unión americana y en nuestro país.

Sin embargo, también hemos de aceptar que la contratación de los diversos medios de comunicación ha provocado un alto costo de las campañas electorales y, con ello, un interés creciente de los partidos a fin de obtener gran cantidad de recursos para estar en condiciones de competir, de tal forma que a mayor disponibilidad de recursos legítimos, mayor difusión tendrán los aspirantes a un cargo popular, lo que obliga a pensar por parte de la sociedad que nuestra democracia es bastante onerosa y no corresponde con los resultados de quienes posteriormente habrán de ostentar el poder.

Es un hecho que los recursos públicos entregados a los partidos, constituye una vía legal y equitativa para contender en nuestro sistema democrático, entendida la



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

democracia en el sentido amplio de que cuando los detentadores del poder son elegidos mediante el voto ciudadano mediante la competencia abierta y libre por el poder, se convierte en la fuente de legitimación tanto del sistema político como de sus dirigentes, empero, es evidente que nuestra democracia tiene un alto costo económico, y así lo demuestra el siguiente comparativo:

El financiamiento público que otorga el INE a los partidos políticos en 2015 para el sostenimiento de sus actividades ordinarias y gastos de campaña asciende a cinco mil 356 millones de pesos. La cifra se redujo ocho por ciento en relación a las elecciones de 2012 en las que se eligió al Presidente de la República y se renovó todo el Congreso de la Unión.

Al sumarle los gastos que representan la fiscalización de los recursos de los partidos y la administración de los tiempos del Estado en los medios de comunicación la cifra alcanza los seis mil 26 millones de pesos.

Para ponerlo en perspectiva, esto representa aproximadamente la suma del presupuesto de 2015 para la Secretaría de Energía y la Presidencia de la República.

El PRI es el partido que más recibió recursos (mil 376 millones de pesos), seguido del PAN (mil 158 millones de pesos), el PRD (886 millones de pesos) y el Partido Verde (444 millones de pesos).

Los nuevos partidos; Morena, Encuentro Social y Humanista, recibieron 120 millones de pesos cada uno.

México ante el mundo

La Fundación Internacional para los Sistemas Electorales establece que México celebra una de las elecciones más caras del mundo. Al tipo de cambio actual, el presupuesto del INE para el 2015 se encontraba alrededor de los mil 160 millones de dólares.

En la democracia más grande del mundo, India, el costo de la última elección alcanzó los 4 mil 900 millones de dólares, de acuerdo al Centro de Estudios de

Medios de India, una firma de consultoría. En el país asiático votan más de 814 millones de personas.



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

La revista The Economist califica a las elecciones indias como uno de los procesos más limpios y eficientes del mundo. El costo por elector estimado en India es de seis dólares, casi la mitad que el estimado de trece dólares para México.¹

Ante esta situación, la Cámara de Diputados llevó a cabo un recorte al financiamiento a los partidos políticos previsto en el Presupuesto de Egresos de la Federación 2020, el cual pasó de 9,499,886 pesos en 2019 a 7,168, 824 para el siguiente año, no obstante, nuestra democracia sigue siendo costosa, por lo que nos parece conveniente establecer en la ley alguna medida para abatir costos en nuestra democracia.

Al respecto, de acuerdo a las normas constitucionales y legales, existe una figura jurídica previa a las campañas electorales y que es la precampaña, entendida como el conjunto de actos que llevan a cabo los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido, y como actos de precampaña electoral las reuniones públicas, asambleas, marchas y, en general, aquellos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado en general, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular.

Antes de que esta figura fuera regulada por la legislación, era notorio el uso indiscriminado de recursos privados para tratar de convencer al electorado de ser la mejor opción para una candidatura, motivo por el cual, ante la imperiosa necesidad de evitar la discrecionalidad y abuso tanto en la duración de las precampañas como en el uso de recursos por parte de los aspirantes a obtener una candidatura, se presentaron iniciativas para su debida regulación.

En este contexto, en la exposición de motivos de la reforma al entonces Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se hizo mención de lo siguiente:

Aunque la Sala Superior del Tribunal Electoral y la Suprema Corte de Justicia han determinado que las precampañas constituyen parte del proceso electoral, y por tanto están sujetas a las regulaciones que expidan las autoridades electorales administrativas y, en su ámbito interno, los propios partidos políticos, la ausencia de normas específicas en el COFIPE ha dado lugar a la discrecionalidad y abuso tanto en la duración de las precampañas

¹ <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/el-coste-de-la-democracia/>



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

como en el uso de recursos por parte de los aspirantes a obtener una candidatura.

Se han presentado casos de precampañas con duración de más de un año, utilizando recursos privados que están fuera de toda vigilancia y control. La inexistencia de normas legales propicia que la inequidad en el acceso a recursos para financiar precampañas se convierta en factor determinante para su resultado.

En otras ocasiones, no pocas, las precampañas han sido convertidas, para todo fin práctico, en actos anticipados de campaña, lo que también afecta negativamente la equidad en la contienda.

Por esa experiencia es que se ha generado un muy amplio acuerdo en torno a la necesidad de establecer, en el COFIPE, normas para la regulación de las precampañas, como una de las modalidades posibles dentro de los procesos partidistas de selección interna de candidatos a cargos de elección popular. Lo anterior es además necesario visto que esta Iniciativa propone mantener vigente la norma legal que otorga solamente a los partidos políticos el derecho de registrar candidatos a cargos de elección popular ante el IFE.

...

...

Un nuevo capítulo primero del Título Segundo del Libro Quinto del COFIPE contendrá las normas aplicables a los procesos de selección interna de candidatos a cargos de elección popular y las precampañas electorales. En el mismo se establecen las definiciones y disposiciones generales; los plazos para la realización de dichos procesos y de las precampañas, conforme a lo ya establecido en el artículo 41 de la Constitución. Se regula el registro de precandidatos, así como los derechos y obligaciones que en tal condición ejercerán y cumplirán; las normas relativas al acceso de los precandidatos a la radio y la televisión, en congruencia con las disposiciones constitucionales que dan sustento al nuevo modelo de comunicación política y electoral entre partidos y sociedad.



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Actualmente, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en su artículo 227, nos define lo que se entiende por precampaña y campaña, señalando al efecto lo siguiente:

Artículo 227.

1. Se entiende por precampaña electoral el conjunto de actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido.
2. Se entiende por actos de precampaña electoral las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado en general, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular.
3. Se entiende por propaganda de precampaña el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo establecido por esta Ley y el que señale la convocatoria respectiva difunden los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular con el propósito de dar a conocer sus propuestas. La propaganda de precampaña deberá señalar de manera expresa, por medios gráficos y auditivos, la calidad de precandidato de quien es promovido.

Es interesante destacar que, como lo he señalado, los actos de precampaña electoral de los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes, pero también al electorado en general, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular.

Sin embargo, atendiendo al principio de austeridad republicana propuesta por el actual titular del Ejecutivo Federal, es indudable que la presente iniciativa atiende al ahorro de recursos, toda vez que los actos de precampaña absorben parte de los mismos, que podrían disminuir considerablemente en el caso de que únicamente dichos actos sean dirigidos a los afiliados y simpatizantes de cada partido político al interior del mismo.

Además de que a nuestro entender, resulta absurdo que existan las normas jurídicas relativas al acceso de los precandidatos a la radio y la televisión y otros medios de comunicación que son vistos por toda la ciudadanía sin que nos quede claro bajo qué criterios se evalúa la rentabilidad de hacer precampaña para toda la sociedad y al final nos salgan que únicamente va dirigido a los afiliados y simpatizantes del partido político que los postulan.



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Esto es totalmente indebido, pues evidentemente el mensaje no va dirigido solamente a los afiliados y simpatizantes, convirtiéndose en los hechos en una verdadera campaña anticipada, lo cual resulta, como dicen los abogados, un fraude a la ley y, por consecuencia, en un derroche innecesario de recursos.

Toda vez que en nuestra consideración los actos de precampaña no corresponden al fin por el que fue elevado a la categoría de ley, nos parece que en todo caso, los partidos políticos deben adecuar los mecanismos tendentes a evitar el innecesario gasto en el rubro de las precampañas, pues es evidente que carece de razón y de sentido de que las mismas sean dirigidas a la sociedad, cuando lo lógico y razonable es que los actos sean dirigidas únicamente a los afiliados y simpatizantes del partido respectivo al interior del mismo y, posteriormente, ya decidida la candidatura, entonces los recursos sean utilizados para los actos de campaña.

Sobre este relevante tema, el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que la ley establecerá los requisitos y las formas de realización de los procesos de selección y postulación de candidatos a cargos de elección popular, las reglas para las precampañas y las campañas electorales, los límites para erogar recursos en los procesos internos de selección de candidatos, las campañas electorales, así como el derecho de los partidos políticos y autoridades electorales para disponer tanto en precampaña como en campaña de los tiempos de transmisión en radio y televisión.

Es decir, que será en la ley donde se regulan las precampañas, consecuentemente, resulta viable proponer que los actos de precampaña sean dirigidos únicamente los afiliados y simpatizantes de cada partido político al interior del mismo, con el objeto de que los recursos sean utilizados únicamente para la promoción interna de cada partido político, en el que se haga del conocimiento el perfil político del aspirante a un cargo popular, que no es candidato, pero que se ostenta como precandidato, se dirija únicamente a los militantes y simpatizantes de un partido y a través de medios no onerosos como puede ser la página de internet de cada partido, para convencerlos de ser la mejor opción para ser designado candidato a determinado cargo de elección popular.

Por el contrario, lo que es evidente es que vivimos una política principalmente mediática y las precampañas electorales se centran en el uso de los medios de comunicación para influir no solo en los militantes y simpatizantes de un partido,



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

sino que va dirigido indebidamente a toda la ciudadanía, por lo que es conveniente especificar en la ley que los actos de precampaña deben ir dirigidos exclusivamente a miembros o simpatizantes del partido correspondiente y de forma interna; en ese contexto, es viable que los actos de precampaña como son escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que difundan los precandidatos con el propósito de dar a conocer sus propuestas y obtener la candidatura a un cargo de elección popular, sean únicamente al interior del partido político correspondiente, excluyéndose la radio y televisión, toda vez que estos medios llegan a toda la ciudadanía.

Lo anterior en virtud de que los partidos políticos cuentan con las estructuras necesarias para realizar sus procedimientos internos de precampaña de los aspirantes a algún cargo popular, además de aprovechar los avances tecnológicos para su promoción, siendo por lo tanto, irrelevante e innecesario que se dirija a toda la sociedad, dado que los tiempos a que tiene derecho cada partido político de acuerdo con la ley, los puede utilizar en tiempos de campaña.

IV. FUNDAMENTO LEGAL Y EN SU CASO SOBRE SU CONSTITUCIONALIDAD Y CONVENCIONALIDAD:

La presente iniciativa se presenta con fundamento en lo establecido en los artículos 122 Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, Apartado D, incisos a, b, y c, Apartado E numeral 1, de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II y 13 fracción LXVII de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracciones I y II, 95, 96, 118, 325 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México.

V. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO;

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 63 NUMERAL 1, INCISO C); 160 NUMERAL 3; 164 NUMERAL 2; 167 NUMERALES 1 Y 4; 175 NUMERAL 1; 181 NUMERAL 1; 185 Y 186 NUMERAL 2 Y 227 NUMERAL 2; Y SE DEROGAN LOS ARTÍCULOS 165, 166, 168, 176, , DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.

VI. ORDENAMIENTOS A MODIFICAR;



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

Se propone reformar los artículos 63 numeral 1, inciso c); 160 numeral 3; 164 numeral 2; 167 numerales 1 y 4; 175 numeral 1; 181 numeral 1; 185 y 186 numeral 2; y 227 numeral 2; y derogar los artículos 165, 166, 168, 176, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

VII. TEXTO NORMATIVO PROPUESTO;

ÚNICO: Se reforman los artículos 63 numeral 1, inciso c); 160 numeral 3; 164 numeral 2; 167 numerales 1 y 4; 175 numeral 1; 181 numeral 1; 185; 186 numeral 2 y 227 numeral 2; y se derogan los artículos, 168, 176 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, para quedar como sigue:

Artículo 63.

1. Las juntas locales ejecutivas sesionarán por lo menos una vez al mes, y tendrán, dentro del ámbito de su competencia territorial, las siguientes atribuciones:

a) ...

b) ...

c) Desarrollar en su ámbito territorial la coordinación con las autoridades electorales locales para garantizar el acceso a radio y televisión de los partidos políticos durante las campañas locales y para el uso de esos medios por parte de los Organismos Públicos Locales;

d) a g) ...

Artículo 160.

1. y 2. ...

3. Previa consulta con las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a los profesionales de la comunicación, el Consejo General aprobará, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

elección, los lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienden a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes.

Artículo 164.

1. ...

2. Tratándose del Tribunal Electoral, durante los periodos de campaña federal, le será aplicable lo dispuesto en el párrafo anterior. Fuera de esos periodos el Tribunal tramitará el acceso a radio y televisión conforme a su propia normatividad.

Artículo 167.

1. Durante las campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conforme al siguiente criterio: treinta por ciento del total en forma igualitaria y el setenta por ciento restante en proporción al porcentaje de votos, obtenido por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior.

2. y 3. ...

4. Tratándose de campañas en elecciones locales, la base para la distribución del setenta por ciento del tiempo asignado a los partidos políticos será el porcentaje de votación obtenido por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate.

5. a 7. ...

Artículo 168.

Se deroga.

Artículo 175.

1. Para fines electorales en las entidades federativas cuya jornada comicial tenga lugar en mes o año distinto al que corresponde a los procesos



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

electorales federales, el Instituto administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate.

Artículo 176.

Se deroga.

Artículo 181.

1. Fuera de los periodos de campaña electorales federales, del tiempo a que se refiere el inciso g) del apartado A de la Base III del artículo 41 de la Constitución, los partidos políticos nacionales tendrán derecho a que sea utilizado para la transmisión de mensajes con duración de 30 segundos cada uno, en todas las estaciones de radio y canales de televisión. El total de mensajes se distribuirá en forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales.

2. a 4. ...

Artículo 185.

1. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las **campañas** electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.

Artículo 186.

1. ...

2. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, desde el inicio de la campaña y hasta el día de la jornada electoral. En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 3 días hábiles.



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

3. a 5. ...

Artículo 227.

1. ...

2. Se entiende por actos de precampaña electoral las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados y simpatizantes, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular.

3. a 5. ...

A efecto de dar claridad a las reformas propuestas, se presenta la siguiente tabla comparativa.

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE REFORMA
<p>Artículo 63. 1. Las juntas locales ejecutivas sesionarán por lo menos una vez al mes, y tendrán, dentro del ámbito de su competencia territorial, las siguientes atribuciones:</p> <p>a) ...</p> <p>b) ...</p> <p>c) Desarrollar en su ámbito territorial la coordinación con las autoridades electorales locales para garantizar el acceso a radio y televisión de los partidos políticos durante las precampañas y campañas locales y para el uso de esos medios por parte de los Organismos Públicos Locales;</p> <p>d) a g) ...</p>	<p>Artículo 63. 1. Las juntas locales ejecutivas sesionarán por lo menos una vez al mes, y tendrán, dentro del ámbito de su competencia territorial, las siguientes atribuciones:</p> <p>a) ...</p> <p>b) ...</p> <p>c) Desarrollar en su ámbito territorial la coordinación con las autoridades electorales locales para garantizar el acceso a radio y televisión de los partidos políticos durante las campañas locales y para el uso de esos medios por parte de los Organismos Públicos Locales;</p> <p>d) a g) ...</p>



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

<p>Artículo 160. 1. y 2. ...</p> <p>3. Previa consulta con las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a los profesionales de la comunicación, el Consejo General aprobará, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la elección, los lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienden a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes.</p>	<p>Artículo 160. 1. y 2. ...</p> <p>3. Previa consulta con las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a los profesionales de la comunicación, el Consejo General aprobará, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la elección, los lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienden a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes.</p>
<p>Artículo 164. 1. ...</p> <p>2. Tratándose del Tribunal Electoral, durante los periodos de precampaña y campaña federal, le será aplicable lo dispuesto en el párrafo anterior. Fuera de esos periodos el Tribunal tramitará el acceso a radio y televisión conforme a su propia normatividad.</p>	<p>Artículo 164. 1. ...</p> <p>2. Tratándose del Tribunal Electoral, durante los periodos de campaña federal, le será aplicable lo dispuesto en el párrafo anterior. Fuera de esos periodos el Tribunal tramitará el acceso a radio y televisión conforme a su propia normatividad.</p>
<p>Artículo 167. 1. Durante las precampañas y campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conforme al siguiente criterio: treinta por ciento del total en forma igualitaria y el setenta por ciento restante en proporción al porcentaje de votos, obtenido por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior.</p> <p>2. y 3. ...</p> <p>4. Tratándose de precampañas y campañas en elecciones locales, la base para la distribución del setenta por ciento del tiempo asignado a los</p>	<p>Artículo 167. 1. Durante las campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conforme al siguiente criterio: treinta por ciento del total en forma igualitaria y el setenta por ciento restante en proporción al porcentaje de votos, obtenido por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior.</p> <p>2. y 3. ...</p> <p>4. Tratándose de campañas en elecciones locales, la base para la distribución del setenta por ciento del tiempo asignado a los partidos</p>



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

<p>partidos políticos será el porcentaje de votación obtenido por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate.</p> <p>5. a 7. ...</p>	<p>políticos será el porcentaje de votación obtenido por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate.</p> <p>5. a 7. ...</p>
<p>Artículo 168.</p> <p>1. A partir del día en que, conforme a esta Ley y a la resolución que expida el Consejo General, den inicio las precampañas federales y hasta la conclusión de las mismas, el Instituto pondrá a disposición de los partidos políticos nacionales, en conjunto, treinta minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión.</p> <p>2. Para los efectos del párrafo anterior la precampaña de un partido concluye, a más tardar, un día antes de que realice su elección interna o tenga lugar la asamblea nacional electoral, o equivalente, o la sesión del órgano de dirección que resuelva al respecto, conforme a los estatutos de cada partido.</p> <p>3. Los mensajes de precampaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto.</p> <p>4. Cada partido decidirá libremente la asignación, por tipo de precampaña, de los mensajes que le correspondan, incluyendo su uso para precampañas locales en las entidades federativas con proceso electoral concurrente con el federal. Los partidos deberán informar oportunamente al Instituto sus decisiones al respecto, a fin de que este disponga lo conducente.</p> <p>5. El tiempo restante, descontado el referido en el párrafo 1 de este artículo quedará a disposición del Instituto para sus fines propios o los de otras autoridades electorales. En todo caso, los concesionarios de radio y televisión se abstendrán de comercializar el tiempo no asignado por el Instituto.</p>	<p>Artículo 168.</p> <p>Se deroga.</p>



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

<p>Artículo 175. 1. Para fines electorales en las entidades federativas cuya jornada comicial tenga lugar en mes o año distinto al que corresponde a los procesos electorales federales, el Instituto administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate. Los cuarenta y ocho minutos de que dispondrá el Instituto se utilizarán desde el inicio de la precampaña local hasta el término de la jornada electoral respectiva.</p>	<p>Artículo 175. 1. Para fines electorales en las entidades federativas cuya jornada comicial tenga lugar en mes o año distinto al que corresponde a los procesos electorales federales, el Instituto administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate.</p>
<p>Artículo 176. 1. Para su asignación entre los partidos políticos, durante el periodo de precampañas locales, del tiempo a que se refiere el artículo anterior, el Instituto pondrá a disposición de la autoridad electoral administrativa, en la entidad de que se trate, treinta minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión. 2. Las autoridades antes señaladas asignarán entre los partidos políticos, el tiempo a que se refiere el párrafo anterior aplicando, en lo conducente, las reglas establecidas en el artículo 167 de esta Ley, conforme a los procedimientos que determine la legislación local aplicable. 3. Los mensajes de precampaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe a propuesta del Organismo Público Local competente, el Comité de Radio y Televisión.</p>	<p>Artículo 176. Se deroga.</p>
<p>Artículo 181. 1. Fuera de los periodos de precampaña y campaña electorales federales, del tiempo a que se refiere el inciso g) del apartado A de la Base III del artículo 41 de la Constitución, los partidos políticos nacionales tendrán derecho a que sea utilizado para la transmisión de mensajes con duración de 30 segundos cada uno, en todas las estaciones de radio y canales de televisión. El</p>	<p>Artículo 181. 1. Fuera de los periodos de campaña electorales federales, del tiempo a que se refiere el inciso g) del apartado A de la Base III del artículo 41 de la Constitución, los partidos políticos nacionales tendrán derecho a que sea utilizado para la transmisión de mensajes con duración de 30 segundos cada uno, en todas las estaciones de radio y canales de televisión. El total de mensajes</p>



DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

total de mensajes se distribuirá en forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales. 2. a 4. ...	se distribuirá en forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales. 2. a 4. ...
Artículo 185. 1. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.	Artículo 185. 1. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.
Artículo 186. 1. ... 2. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral. En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 3 días hábiles. 3. a 5. ...	Artículo 186. 1. ... 2. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, desde el inicio de la campaña y hasta el día de la jornada electoral. En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 3 días hábiles. 3. a 5. ...
Artículo 227. 1. ... 2. Se entiende por actos de precampaña electoral las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado en general , con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular. 3. a 5. ...	Artículo 227. 1. ... 2. Se entiende por actos de precampaña electoral las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados y simpatizantes, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato a un cargo de elección popular. 3. a 5. ...



LEGISLATURA

DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO

TRANSITORIOS

PRIMERO. – En ejercicio de la facultad conferida a este Congreso contenida en el artículo 71, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y del artículo 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, remítase a la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión para los efectos a que haya lugar.

SEGUNDO. - El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

TERCERO. - Publíquese en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México y en el Diario Oficial de la Federación para su máxima difusión.

Dado en el Pleno del Congreso de la Ciudad de México, en el mes de abril del dos mil veintiuno.

DocuSigned by:
FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO
220991C9E7748E...

DIPUTADO FERNANDO JOSÉ ABOITIZ SARO