

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

1.-Nombre de la Iniciativa.	Que reforma el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
2.- Tema de la Iniciativa.	Derecho Electoral.
3.- Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Sen. Alejandro González Yáñez, a nombre propio, y de los Dips. Alejandro Chanona Burguete, Miguel Ángel Jiménez Godínez, y Marina Arvizu Rivas.
4.-Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PT, Convergencia, NA y PASC.
5.-Fecha de presentación ante el Pleno de la Comisión Permanente.	8 de agosto de 2007.
6.-Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	17 de agosto de 2007.
7.-Turno a Comisión.	Gobernación.

II.- SINOPSIS.

Establecer que durante las campañas electorales, el Instituto Federal Electoral adquirirá hasta 250,000 promocionales en radio y 20,000 en televisión de cobertura nacional, con duración de 20 segundos, para ponerlos a disposición de los partidos políticos, de los cuales el menos 50% deberán transmitirse en un horario de 20:00 a 23:00 horas. En los procesos en los que únicamente se elijan diputados federales, sólo se podrán adquirir hasta el 50% de los promocionales señalados. El tiempo de transmisión, horario y número de promocionales se distribuirán en forma igualitaria entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión; señalando que se prohíbe a los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión.

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.
- De acuerdo con las reglas de técnica legislativa, así como con la integración actual de los preceptos que se buscan reformar, verificar el uso suficiente de puntos suspensivos para aquéllos incisos y numerales, cuyo texto se desea mantener.

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 align="center">CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES</p> <p>Artículo 41</p> <p>1. Son prerrogativas de los partidos políticos nacionales:</p> <p>a) Tener acceso <i>en forma permanente</i> a la radio y televisión en los términos de los artículos 42 al 47 de este Código;</p> <p>b) a d) ...</p> <p>Artículo 43</p> <p>1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral, tendrán a su cargo la difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos, así como el trámite de las aperturas de los tiempos correspondientes, en los términos de los artículos 44 al 47 de este Código.</p>	<p>Artículo Único. Se reforman los artículos 41, párrafo 1, inciso a); 43, párrafo 1; 47, párrafo 1, inciso c) y párrafo 6; 48, párrafos 1, 2, 4, 5 y 8; 182-A, párrafo 2, inciso a), fracción I; 270, párrafo 1 y 272, párrafo 1; y se derogan los párrafos 6 y 9 del artículo 48; el inciso c) del párrafo 2, así como el párrafo 5 del artículo 182-A, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 41</p> <p>1. Son prerrogativas de los partidos políticos nacionales:</p> <p>a) Tener acceso a la radio y televisión en los términos de los artículos 42 al 48 de este Código;</p> <p>[...]</p> <p>Artículo 43</p> <p>1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral, tendrán a su cargo la difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos, así como el trámite de las aperturas de los tiempos correspondientes, en los términos de los artículos 44 al 48 de</p>

2. ...

Artículo 47

1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo previsto en el artículo 44 de este Código, tendrán derecho a las siguientes transmisiones en radio y televisión:

a) ...

b) ...

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. ...

este Código.

(...)

Artículo 47

1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo previsto en el artículo 44 de este Código, tendrán derecho a las siguientes transmisiones en radio y televisión:

a)...

b)...

c) Adicionalmente al tiempo a que se refiere el inciso a) anterior, **para el proceso electoral en que se elija Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral adquirirá hasta 250,000 promocionales en radio y 20,000 en televisión de cobertura nacional, con duración de 20 segundos, para ponerlos a disposición de los partidos políticos, de los cuales al menos 50% deberán transmitirse en un horario de 20:00 a 23:00 horas. En los procesos en los que únicamente se elijan diputados federales, sólo se podrán adquirir hasta el 50% de los promocionales señalados.** Los promocionales que no se utilicen no podrán ser transmitidos con posterioridad.

2. Del tiempo de transmisión previsto en el inciso a), así como los promocionales previstos en el inciso c) del párrafo 1 de este artículo, corresponderá a cada partido político sin

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. La duración de los programas en radio y televisión para cada partido a que se refiere el inciso a) del párrafo 1 de este artículo, será de *15 minutos, a petición de los partidos políticos, también podrán transmitirse programas de 5, 7.5 y 10 minutos del tiempo que les corresponda, conforme a la posibilidad técnica y horarios disponibles para las transmisiones a que se refiere este artículo.*

5. ...

6. La Secretaría Ejecutiva entregará los catálogos mencionados en el párrafo anterior a la Comisión de Radiodifusión, la que sorteará los tiempos, estaciones, canales y horarios que les correspondan a cada partido político atendiendo a lo dispuesto en los párrafos 2, 3 y 4 anteriores.

7. ...

representación en el Congreso de la Unión un 4% del total. El resto se distribuirá entre los partidos políticos con representación en el Congreso de la Unión conforme a lo previsto en el párrafo 3 de este artículo.

3. El tiempo de transmisión, **horario** y número de promocionales a que se refieren respectivamente los incisos a) y c) del párrafo 1 de este artículo, se distribuirán **en forma igualitaria** entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión.

4. La duración de los programas en radio y televisión para cada partido a que se refiere el inciso a) del párrafo 1 de este artículo, será de hasta **10** minutos.

(...)

6. La Secretaría Ejecutiva entregará los catálogos mencionados en el párrafo anterior a la Comisión de Radiodifusión, la que sorteará los tiempos, estaciones, canales y horarios que les correspondan a cada partido político atendiendo a lo dispuesto en los párrafos 2, 3 y 4 anteriores, **en lo que no se contraponga a lo señalado en el artículo 48 del presente código.**

(...)

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 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. ...

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

Artículo 48

1. **Queda prohibido a** los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión. 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 **la transmisión de promocionales de** 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 (...)

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 **transmitir sus promocionales**, conforme al primer catálogo que les fue proporcionado, a más tardar el 15 de diciembre

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 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*.

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.*

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 **transmitir, correspondiente al** segundo catálogo que les 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 **transmitir** 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 **transmisión** del canal o estación en forma igualitaria entre el número de partidos políticos interesados; el resultante será el tiempo que cada partido político podrá **transmitir**. Si hubiese tiempos sobrantes volverán a estar a disposición de los concesionarios o permisionarios.

6. **(Se deroga)**

7. El reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos *a 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. 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. a 14. ...

7. El reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos **para transmisión de promocionales de** 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 **de** 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 **podrá transmitir sus promocionales**.

9. **Se deroga.**

[...]

<p>Artículo 182-A</p> <p>1. ...</p> <p>2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:</p> <p>a) Gastos de propaganda:</p> <p>I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;</p> <p>b) Gastos operativos de la campaña:</p> <p>I. ...</p> <p>c) <i>Gastos de propaganda en prensa, radio y televisión:</i></p> <p><i>I. Comprenden los realizados en cualquiera de estos medios tales como mensajes, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto.</i></p> <p>3. ...</p>	<p>Artículo 182-A</p> <p>1. (...)</p> <p>2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:</p> <p>a) Gastos de propaganda:</p> <p>I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria, y otros similares, así como la compra de espacios en prensa escrita y los gastos derivados de la producción de programas y promocionales que se transmitan en radio y televisión</p> <p>b) Gastos operativos de la campaña:</p> <p>I. Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares; y</p> <p>c) Se deroga</p> <p>3. [...]</p>
---	---

4. ...

a) y b) ...

5. *Cada partido político deberá destinar el 50% de las erogaciones que realice para propaganda en radio y televisión en programas 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.*

Artículo 270

1. Para los efectos del artículo anterior, el Instituto Federal Electoral conocerá de las irregularidades en que haya incurrido un partido político o una agrupación política.

2. a 7. ...

Artículo 272

1. A quien viole las disposiciones de este Código sobre restricciones para las aportaciones de financiamiento que no provengan del erario público, se le podrá sancionar con multa de hasta el doble del monto aportado indebidamente. Si se reincide en la falta, el monto de la multa podrá ser aumentado hasta en dos tantos más. En la determinación de la multa, se seguirá en lo conducente el procedimiento señalado en los artículos anteriores.

4. [...]

5. Se deroga.

Artículo 270

1. Para los efectos del artículo anterior **y del artículo 272 del presente código**, el Instituto Federal Electoral conocerá de las irregularidades en que haya incurrido un partido político, una agrupación política **o los ciudadanos.**

(...)

Artículo 272

1. A quien viole las disposiciones de este Código sobre restricciones para las aportaciones de financiamiento **o en especie** que no provengan del erario público, se le podrá sancionar con multa de hasta el doble del monto **o valor** aportado indebidamente. Si se reincide en la falta, el monto de la multa podrá ser aumentado hasta en dos tantos más. En la determinación de la multa, se seguirá en lo conducente el procedimiento señalado en los artículos anteriores.

2. ...	
	<p style="text-align: center;">Artículo transitorio</p> <p>Único.- El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p>

NACM/RMR