

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE MODIFICA EL NUMERAL 6 DEL ARTÍCULO 237 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES Y SE REFORMA EL ARTÍCULO 403 DEL CÓDIGO PENAL FEDERAL.

**CC. SECRETARIOS DE LA
COMISIÓN PERMANENTE DEL
HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN.
PRESENTE.**

El suscrito, **FRANCISCO AMADEO ESPINOSA RAMOS**, diputado federal de la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados, del Honorable Congreso de la Unión, integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo, con fundamento en lo dispuesto en la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; en el artículo 55 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos y en el artículo 116 de la Ley Orgánica del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, somete a la consideración de la Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión, la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE MODIFICA EL NUMERAL 6 DEL ARTÍCULO 237 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES Y SE REFORMA EL ARTÍCULO 403 DEL CÓDIGO PENAL FEDERAL Y LA FRACCIÓN XIII DEL PROPIO ARTÍCULO 403**, bajo la siguiente

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La fracción III del artículo 41 Constitucional señala que “los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social”.

La Reforma Constitucional en materia electoral aprobada en 2007, señaló que “Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión”. Artículo 41. III. .A., 2º párrafo.

Las campañas políticas en los medios de comunicación masiva tendrían que llevarse a cabo exclusivamente durante los tiempos oficiales que corresponden al Estado.

Desde entonces la eliminación de la contratación de anuncios y la utilización exclusiva de tiempos oficiales liberaría supuestamente a los candidatos a cargos de elección popular de los chantajes y presiones de los medios de comunicación comerciales.

Los medios no se comportan, ni ayer, ni hoy, como simples espectadores en las campañas electorales, sino que inciden de manera determinante en los resultados. Tampoco es ningún secreto que las televisoras elevan sus precios durante el proceso electoral y cobran tarifas diferenciadas

La experiencia reciente, en los comicios celebrados el 1 de julio del presente año, demuestra que se dio el caso de que las encuestadoras hicieron uso irrestricto del derecho que les conceden las leyes en vigor, para cumplir con los objetos sociales que su constitución les asigna y permiten, siempre y cuando sean lícitos, con apoyo en lo señalado en el artículo 5º. de la Constitución Política de los Estados Mexicanos.

Mandata la norma mencionada que “a ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos” y en ese sentido el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo, es muy escrupuloso para que se cumpla con los mandatos de nuestra Carta Magna. .

Lo anterior ha dado pie a que la actividad de las empresas encuestadoras sea llevada a cabo, sin limitaciones; sin regulaciones; sin transparencia; sin que sus objetivos, metodología y resultados sean sujetos a vigilancia por las autoridades electorales y sin que el ejercicio de su actividad tenga establecidos los parámetros bajo los que, su producto, los sondeos de opinión, deban realizarse.

Puede resumirse que la actividad se ha desarrollado de manera desordenada y sin reglamentación alguna, por decir lo menos.

Lo anterior también incluye el que no se tiene más que el dicho de los empresarios acerca del grado de especialización de su personal; del nivel de profesionalización del mismo y sobre todo del conocimiento de la ética que acompañe sus acciones.

En ese contexto, en las pasadas elecciones operaron un número indefinido de empresas encuestadoras sin control de ninguna especie y esto originó que los resultados de las encuestas tuvieran datos disímboles y contradictorios en algunos casos.

A mayor abundamiento, se debe mencionar que indebidamente los resultados de las encuestas fueran manipulados y se usaran como medio de propaganda electoral, lo que rebasa el ámbito de actividad de las empresas en comento.

Esto último se presentó porque un amplio segmento de los electores, los denominados indecisos, quienes no poseen un mínimo grado de preparación política, tomaran como ejemplo para votar, los aparentes resultados dados a conocer diariamente por los diferentes medios de comunicación.

En este punto, los medios también tienen alguna responsabilidad por la publicación de resultados que emitieron empresas ajenas, se supone, a su esquema empresarial y por tanto no están bajo su control.

En ese contexto, nos encontramos con que los medios de comunicación también tienen parte de la responsabilidad en ese abuso desmedido, pues quedan coludidos en esos actos que resultan ilícitos.

En consecuencia, los resultados llevaron a varias situaciones indeseables, con derivaciones nada objetivas.

En primer lugar y dada la terrible desigualdad que padecemos por los desorbitados niveles de pobreza de la mayoría de los mexicanos, 102 millones de 112 millones de personas según el último censo, la situación los obligó a aceptar migajas, limosnas que el partido con mayores recursos llevó a cabo, para comprar votos y conciencias, distorsionando así el objetivo de la democracia incipiente que detentamos.

En segundo lugar, ante la ignorancia que la mayoría tiene acerca de los proyectos de nación, de los candidatos y sus partidos, optaron por la línea de menor resistencia, que es la de afiliarse a programas que esos ciudadanos no conocen.

En ese entorno, el candidato de un partido, haciendo gala de la gran cantidad de recursos de que dispone, dieron margen a publicitar hasta la saciedad a la sociedad, cooptándola sin misericordia para que votara en el sentido que se deseaba.

La inducción del voto fue más que patente en prensa escrita; electrónica, radio, televisión, twitter, facebook, internet y similares; de paga o acceso libre, sin que nada, ni nadie pusiera un alto a la desmedida y desproporcionada publicidad, que incluso rebasó los toques de campaña, que el COFIPE señala.

En tercer lugar, en un futuro cercano esos mexicanos que votaron prácticamente a ciegas, llevarán la desilusión, frustración y desengaño a sus hogares, al no ver plasmados en la realidad la enorme cantidad de promesas y compromisos vertidos en las campañas.

En esas condiciones, el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo tiene que se hace indispensable legislar sobre el particular, a efecto de evitar el uso y abuso indebido de las facilidades que otorgan la Carta Magna y las leyes complementarias.

Es un hecho que las encuestas son una herramienta que los partidos políticos normalmente utilizan para el desarrollo de la actividad política que realizan, para la toma de decisiones de tales o cuales medidas electorales, para obtener el voto de los electores y con esta iniciativa de ninguna manera se pretende coartar esa libertad.

Como se señaló en párrafos anteriores ello forma parte de la libertad a que hace mención el artículo 5º de nuestra Constitución y de ninguna manera esta iniciativa tiene la intención de acotarla, ni de ninguna manera limitarla.

Al efecto, proponemos que los sondeos de opinión que promueven y realizan las empresas encuestadoras se lleven a cabo de manera libre como a hasta la fecha, estableciendo únicamente una limitación, que es la de no permitir su difusión entre el público en general.

Proponemos que los resultados de las encuestas sean para consumo interno de los partidos políticos para ejercer sus actividades, pero que no se den a conocer al público en general para evitar el uso indebido de la herramienta.

Desde luego, la limitante abarca a que esa difusión no se permita de manera alguna en cualquier tipo de medios de comunicación a los que tenemos acceso los habitantes del país, ya sean impresos, electrónicos por radio, televisión, internet, twitter, facebook o similares, de paga o de acceso libre.

Para inhibir la difusión aludida proponemos que existan sanciones severas que incluyan la cancelación de la autorización, concesión o figura jurídica similar, del medio de comunicación que corresponda y desde luego la suspensión definitiva de la actividad de la empresa encuestadora que haya proporcionado los datos e información relativos.

Para reglamentar lo antes citado nuestra propuesta considera que el documento normativo idóneo se incluya en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para limitar la difusión y en el Código Federal Penal para establecer las sanciones correspondientes cuando no se acate la normatividad.

Por las consideraciones anteriores, el suscrito, Francisco Amadeo Espinosa Ramos, diputado federal de la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; en la fracción I del artículo 6 del Reglamento de la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión y en el artículo 116 de la Ley Orgánica del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, somete a la consideración de la Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión, la **Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se Modifica el numeral 6 del artículo 237 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y se Reforma el artículo 403 del Código Penal Federal y la fracción XIII del propio artículo 403**, en los términos siguientes:

Artículo Uno: Se Modifica el numeral 6 del artículo 237 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para quedar como sigue:

Artículo 237.

1. Las campañas electorales para Presidente de los Estados Unidos Mexicanos...
2. Las campañas electorales para Diputados...
3. Las campañas electorales de los partidos políticos...
4. El día de la jornada electoral...
5. Quien solicite u ordene...

6. **Durante todo el proceso electoral queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en la fracción XIII del artículo 403 del Código Penal Federal.**
7. Las personas físicas o morales...

Artículo Dos: Se Reforma el artículo 403 del Código Penal Federal y la fracción XIII del propio artículo 403, para quedar como sigue:

Artículo 403. Se impondrán de diez a cien días multa y prisión de seis meses a tres años a quien **infrinja lo citado en las fracciones I a XII de este artículo y para lo referido a la fracción XIII, se estará a lo citado en la propia fracción:**

I a XII....

XIII. A las personas físicas o morales que en algún momento del proceso electoral publique no difundan por cualquier medio, los resultados o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias de los ciudadanos, les serán suspendidas de manera permanente sus actividades. Los medios de comunicación que también violen la prohibición, serán sancionados con una multa no menor a un millón de veces el salario mínimo para el Distrito Federal, apercibidos de que de persistir en la violación se puede cancelar la concesión respectiva.

TRANSITORIO.

Artículo. Único. La presente iniciativa entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, el día veinticinco de julio de dos mil doce.

ATENTAMENTE.

DIPUTADO FEDERAL FRANCISCO AMADEO ESPINOSA RAMOS.