



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
\*\*\*ARAGÓN\*\*\***

**LICENCIATURA EN DERECHO**

TRABAJO POR ESCRITO QUE

PRESENTA:

**SANDRA CALLEJAS HERNÁNDEZ  
LUIS EDUARDO REYES FLORENTINO**

TEMA DEL TRABAJO:

**SANCION A LOS PARTIDOS POLITICOS POR  
INCUMPLIMIENTO DE PROMESAS DE CAMPAÑA**

EN LA MODALIDAD DE SEMINARIO DE TITULACIÓN COLECTIVA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN DERECHO**



BOSQUES DE ARAGÓN, ESTADO DE MÉXICO, 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*DEDICATORIAS  
(SANDRA)*

*A mi Mamá, que nunca ha dejado de creer en mí, y que día a día me apoya con su esfuerzo y sus palabras de aliento y de amor.*

*A mi Papá para quien no tengo como agradecer todo su esfuerzo y apoyo que me ha brindado en toda mi vida y por estar conmigo cuando más lo he necesitado.*

*A Dios por darme la oportunidad de haber estudiado y por la gran Familia que me regalo.*

*A mis hermanas por la ayuda Incondicional y amor que me dieron al realizar este trabajo.*

*A todos mis sobrinos (as) por su alegría y sonrisas que me ayudaron a seguir adelante.*

*A Eduardo por la confianza que siempre ha tenido en mí y por todo el amor y apoyo que me ha dado.*

*Por eso y por muchas cosas más a todos ello GRACIAS.*

*DEDICATORIAS  
(EDUARDO)*

*Para mi hermana que en todo momento ha estado conmigo, por el apoyo que a me ha brindado en el transcurso de mi vida, por todas las palabras de aliento que me ha dado cuando las he necesitado, por su comprensión en los momentos mas difíciles; y por todo lo que juntos hemos logrado y seguiremos logrando. Gracias.*

*A Sandra quien ha sido el motivo de mi triunfo por su valioso apoyo, comprensión y amor. Gracias.*

# SANCIÓN A PARTIDO POLÍTICO POR INCUMPLIMIENTO A LAS PROMESAS DE CAMPAÑA

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

### **CAPÍTULO I GENERALIDADES**

1.1 REPRESENTACIÓN.....	3
1.2 PARTIDO POLÍTICO.....	4
1.3 CAMPAÑA ELECTORAL.....	6
1.4 JORNADA ELECTORAL.....	7
1.5 ELECCIONES.....	8
1.6 SANCIÓN.....	10

### **CAPÍTULO II MARCO JURÍDICO**

2.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.....	11
2.2 CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.....	12

### **CAPÍTULO III CAMPAÑA ELECTORAL**

3.1 PARTIDO POLÍTICO Y CANDIDATO.....	17
3.2 PLATAFORMA ELECTORAL.....	19
3.3 PRERROGATIVAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.....	21
3.3.1 Acceso a la Radio y Televisión.....	22
3.3.2 Financiamiento.....	26
3.3.3 Franquicias Postales y Telégrafos.....	31
3.3.4 Régimen Fiscal.....	33
3.4 PROPAGANDA ELECTORAL.....	34
3.5 PROMESAS DE CAMPAÑA.....	38

### **CAPÍTULO IV PROPUESTA PARA SANCIÓN A PARTIDOS POLÍTICOS**

4.1 SANCIÓN COMO MEDIO DE CUMPLIMIENTO DE PROMESAS DE CAMPAÑA.....	44
--	----

4.2 ADICIÓN AL ARTÍCULO 342 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.....	45
4.3 ADICIÓN AL ARTÍCULO 354 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.....	46
4.4 ADICIÓN Y REFORMA DE LOS ARTÍCULOS 38 PÁRRAFO 1 INCISO J), 42 PÁRRAFO 2 INCISO F, 118 PÁRRAFO 1 INCISOS, N); 222, PÁRRAFO 1 Y 2 TODOS ELLOS DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.....	48
4.5 EL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR ORDINARIO.....	50
4.6 REGLAMENTO DE QUEJAS Y DENUNCIAS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.....	59
4.7 VINCULACIÓN DE LOS INCISOS ANTERIORES.....	60
CONCLUSIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	64

## INTRODUCCIÓN

En las elecciones electorales se toma una de las decisiones más importantes para cualquier democracia, teniendo efectos profundos para la vida política del país pues es aquí donde se debería ver reflejada las decisiones de todo un pueblo de una manera consiente y libre; sin embargo actualmente existe un declive durante la jornada electoral que ocurre de una manera accidental, resultado de una combinación de circunstancias, donde el sufragio del ciudadano puede verse influenciado por:

- a) La carencia de educación y conocimiento electoral en los ciudadanos.
- b) La falta de interés o apatía del pueblo durante las elecciones.

Las decisiones tomadas pueden tener consecuencias que los ciudadanos no previeron al momento de emitir su voto, teniendo efectos adversos para sus perspectivas, sintiendo que su voluntad no es representada adecuadamente, pues la representación en alguna medida el parecer, sentir y actuar de la población en su conjunto.

La rendición de cuentas es un elemento fundamental en la democracia, que habla de un gobierno responsable ante los electores en el mayor grado posible. Los electores deben de ser capaces de influir en la composición del gobierno, ya sea alterando la alianza de los partidos políticos en el poder o retirándoles su apoyo a un partido que no cumplió con los compromisos contraídos; es por eso que presentamos este trabajo en donde proponemos una posible solución al problema común que existe en nuestro país, es decir, a las promesas de campaña que no cumplen en su mayoría los partidos políticos.

A continuación se presenta en breve el contenido de los capítulos de este trabajo.

El capítulo Primero muestra la revisión de los conceptos generales básicos que debemos conocer y entender acerca de la materia electoral con relación a la tesina, a fin de generar una mayor comprensión del tema, describiendo cada concepto de una manera sencilla y concreta, los cuales serán fundamentales para el desarrollo de la presente investigación.

El Segundo capítulo menciona el marco jurídico, en el cual se fundamenta la propuesta de solución ostentada, previa revisión a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, ubicando los artículos relacionados con el tema de estudio.

El Tercer capítulo lo conforman los elementos que integran parte de una campaña electoral y su influencia en esta, presentando además los beneficios y obligaciones que adquieren los partidos políticos al entrar en una campaña electoral.

En el capítulo Cuarto se desarrolla la propuesta que se propone como solución al conflicto planteado, que incluye una adición y reforma de algunos artículos del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para sancionar al partido que deje promesas sin cumplir, encontradas en su plataforma electoral y el registro de compromisos también propuesto, además del procedimiento aplicable en caso de situarnos en dicha hipótesis.

Finalmente el presente trabajo concluye con un apartado destinado a las conclusiones, en las cuales se resume los principales elementos y aportaciones derivadas de esta investigación.



## CAPÍTULO I GENERALIDADES

### 1.1 REPRESENTACIÓN.

*“Etimológicamente este vocablo proviene del latín representatio y éste de repraesento (hacer presente, poner ante los ojos, representar, reproducir); a su vez repraesento, en clásica concepción, deriva de repraesum (estar delante, estar al frente de), que se divide en prae, con origen en la raíz sánscrita pra, que refuerza la significación del verbo sum, lo mismo que la expresión colectividad.”<sup>1</sup>*

La representación política es aquella, en la cual el representante está vinculado con el titular del poder político de la soberanía. En una democracia, los representantes deben encarnar al pueblo soberano y a la voluntad popular.

Profesor Jellinek, en su Teoría General del Estado, expresa que *“se entiende por representación la relación de una persona con otra o varias, en virtud de la cual la voluntad de la primera se considera como expresión inmediata de la voluntad de la última, de suerte que jurídicamente aparecen como una sola persona”*.<sup>2</sup>

De acuerdo con ésta definición, el pueblo se gobierna por medio de los representantes que ha elegido previamente, para desempeñar esta labor por un tiempo determinado, a través de mecanismos electorales para nominarlas como sus representantes.

El gobierno representativo puede minimizar su opresión sobre los gobernados al protegerlos, maximizar su responsabilidad ante ellos para asegurar el progreso, reducir la falta de equidad al acentuar el equilibrio de

---

<sup>1</sup> Valleta, María Laura, “Diccionario Jurídico”, 3ª edición, Valleta Ediciones, Argentina 2004.

<sup>2</sup> Pérez Gándara, Raymundo y otros, “Apuntes de Derecho Electoral”, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, 2000.

fuerzas entre los diferentes intereses que compiten en la sociedad y expandir la participación en la toma de decisiones a todos los ciudadanos, para evitar la tiranía de la mayoría sobre la minoría y viceversa.

Dicha representación se lleva a cabo mediante elecciones, que constituyen el procedimiento para la designación de los gobernantes, tal como lo señala el artículo 41 constitucional, la cual hace referencia a la renovación del poder ejecutivo y legislativo que será por medio de elecciones, sin embargo existe desconfianza desde tiempos remotos acerca de las elecciones, lo cual ha generado instituciones que desempeñan un papel de mediadores entre los elegidos y los electores (sistemas políticos). Las diferentes modalidades de los sistemas electorales conducen a dar significado a las opciones de los electores mediante los sistemas de partidos.

## 1.2 PARTIDO POLÍTICO.

Los aspectos generales que caracterizan a los partidos políticos tomando en consideración que es una agrupación política de ciudadanos organizados en forma permanente, cuya motivación es la conquista legal del poder público como medio, basando su accionar en la realización de un programa político social como una finalidad, nos da la pauta para poder desentrañar lo que es un partido político.

Sánchez Agesta dice que los partidos son *“formas de organización de la clase político, cuyo fin inmediato es la posesión y el ejercicio del poder político organizado para establecer, reformar o defender un orden como articulación de los fines que respondan a las convicciones comunes de sus miembros”*.<sup>3</sup>

Consideramos acertada esta definición, pues un partido político esta conformado por un grupo de personas que comparten una ideología determinada cuyo fin primordial es asumir el poder del estado por medio de

---

<sup>3</sup> Valdez Zepeda, Andrés, “El arte de ganar elecciones”, Editorial Trillas, 1a edición, México, 2006.

elecciones para hacer posible una forma de gobierno que responda a las necesidades de la sociedad en general.

Las actividades básicas de un partido político en cualquier época son, de una parte, la organización de sus miembros, el financiamiento de sus propias actividades y la postulación de candidatos a las asambleas legislativas y demás cargos de elección la elección popular.

En términos generales puede decirse que la creación y el desarrollo de los partidos está vinculado al problema de la participación, es decir al progresivo aumento de la demanda de participar en el proceso de formación de las decisiones políticas por parte de clases y estratos diversos de la sociedad, dando como resultado que en la actualidad encontremos en artículo 5° párrafo primero del COFIPE, que a la letra dice: *“Es derecho de los ciudadanos mexicanos constituir partidos políticos nacionales y afiliarse a ellos individual y libremente”*; y en el *“Libro Segundo, Título Primero”*<sup>4</sup> de la ley citada los lineamientos que necesitan los ciudadanos para formar una agrupación política o un partido político y con ellos ser parte del proceso de la elecciones del país. Esta demanda de participación se presenta de manera más intensa en los momentos de grandes transformaciones económicas y sociales que trastornan la estructura tradicional de la sociedad y amenazan con modificar sus relaciones de poder: es en estas situaciones cuando surgen grupos más o menos grandes y más o menos organizados que se proponen actuar por una ampliación de la gestión del poder político a sectores de la sociedad que anteriormente estaban excluidos o que proponen una distinta estructuración política y social de la misma sociedad. Naturalmente el tipo de movilización y los estratos sociales que están implicados, además de la organización política de cada país, determinan en gran parte las características distintivas de los grupos políticos que se forman de este modo.

---

<sup>4</sup> Artículos 24-32 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, Título Segundo; Capítulo Primero, del Procedimiento del Registro Legal de Partidos Políticos.

### 1.3 CAMPAÑA ELECTORAL

*“Es un conjunto de acciones lícitas, coordinadas y escalonadas, que tienen el propósito de persuadir a los electores para que emitan su voto a favor de un candidato”;*<sup>5</sup> dicha campaña constituye una fase del proceso electoral. También se entiende como: *“una forma de comunicación política persuasiva entre los candidatos y los electores; cada candidato se ve obligado a definirse a sí mismo frente a los ojos de los electores”;*<sup>6</sup> mientras que el se ve obligado a definirse frente al elector con sus propuestas que estructura una imagen llevando acabo una comunicación mediante la presencia física, la vestimenta, las actitudes y el comportamiento y actos que lleven acabo en las campañas por tal motivo el candidato es su propio canal para comunicar su mensaje.

Las campañas electorales, son definidas por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el artículo 228 como: el conjunto de actividades que pueden desarrollar los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos registrados en búsqueda del voto popular se inician al día siguiente en que la autoridad electoral resuelve sobre el registro de las candidaturas es decir cuando el candidato para la elección respectiva queda registrado, y en todos los casos debe concluir tres días antes de la celebración de la jornada electoral, es decir, no se puede realizar ningún acto de campaña.

Entonces para efectos del entendimiento de esta tesina la campaña electoral se entenderá como la actividad política de partidos, frentes, alianzas o coaliciones destinadas a la promoción de candidatos, difusión y explicación de programas con la finalidad de obtener votos y su duración de acuerdo al artículo 237 del COFIPE será; para renovar el poder ejecutivo y legislativo de 90 días y cuando se renueve solamente los diputados esta durara 60 días.

---

<sup>5</sup> Juan Francisco Escobedo, “Campañas electorales”,\_Órgano Informativo del Tribunal Electoral del Estado de Nuevo León, año 6, publicación numero 46, 30-Abril-2002.

<sup>6</sup> Ídem.

Una campaña política es un esfuerzo organizado llevado a cabo para influenciar la decisión de un proceso en un grupo. En las democracias, las campañas a menudo se refieren a las campañas electorales, donde representantes son escogidos también incluye esfuerzos para alterar la política o ideología de cualquier institución, dicho de otro modo es el conjunto de actos que se dirigen a conseguir un fin determinado.

*“Las campañas electorales son campañas políticas cuando su objetivo es conseguir votos para que algunos candidatos, de los distintos partidos ocupen cargo de elección popular, tratando de convencer a los electores de su idoneidad señalando los puntos débiles de otro candidato.”<sup>7</sup>*

La primera etapa de la campaña se refiere a las labores de investigación, planeación y preparación de la campaña, en la segunda etapa deberá existir la identificación del candidato, la proposición de cada ellos y los grupos que lo componen, de contraste para que el votante sepa bien la diferencia entre los candidatos rivales y la tercera etapa es el día de la jornada electoral y es la defensa del voto y ha concluido la campaña.

#### 1.4 JORNADA ELECTORAL.

Es el periodo en el que transcurre la votación, el cual se lleva a cabo mediante un conjunto de actos previos como también actos posteriores a dicha votación, como sería la constitución de las mesas electorales, el acomodamiento de las urnas, así como la colocación de las papeletas en un lugar visible, el escrutinio en el cual se lleva a cabo el recuento de los votos, etc.; procedimiento que se encuentra previsto en el “Libro Quinto, Título Tercero del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales”<sup>8</sup>. *“La jornada*

---

<sup>7</sup> Vid. LUIS ELADIO Proaño, ExDirector General de CIESPAL. (en línea) Disponible: <http://www.lupaciudadana.com.mx/SACSCMS/XStatic/lupa/images/nuevo/logo.gif>, 09 de Febrero del 2009 06:08 p.m.

<sup>8</sup> Artículos 259-296 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; Título Tercero; de la Jornada electoral.

*es más que un día completo de votación es más complejo que no comprende el mero acto de que los votantes introducen las papeletas en las correspondientes urnas, si no que, engloban una serie de actos previos y posteriores a la votación y que tiene como finalidad salvaguardar la pureza del procedimiento.”<sup>9</sup>*

La jornada se vuelve el momento mas importante de todas las elecciones que inician con la convocatoria y terminan con el nombramiento de los candidatos electos, ya que en dicha jornada se hace efectiva la representación del pueblo en los órganos del estado mediante el ejercicio del sufragio y es donde se puede ver a los ciudadanos desempeñando el papel de gobernantes.

#### 1.5 ELECCIONES.

*La palabra elección significa:” nombramiento por votación, o por designación de quien tiene la autoridad, para cubrir un cargo o desempeñar un empleo.”<sup>10</sup>*

Se puede definir como el acto de elegir, mediante cual el elector tiene la posibilidad de optar libremente entre ofertas políticas diferentes, y con la vigencia efectiva de normas jurídicas que garanticen el derecho electoral y las libertades y derechos políticos es decir, es el método democrático para designar a los representantes del pueblo. La renovación de los poderes legislativo y ejecutivo se realizara mediante elecciones libres, autenticas y periódicas (artículo 41 constitucional).

Nuestras elecciones son competitivas porque se ejerce “el voto libremente, en forma secreta, directa, personal e intransferible, quedando prohibida la presión y la coacción” (artículo 4 párrafo tercero y cuarto del COFIPE) y entre

---

9 Diccionario Electoral, Tomo II, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Edit. UNAM, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, IFE, 3ª edición, México, 2003.

10 Cabanellas de Torres, Guillermo, “Diccionario Jurídico Elemental”, editorial Heliasta, Argentina, 1997.

opciones reales, es decir, ejerce un sistema democrático el cual es fundamental, ya que las elecciones constituyen la base de la democracia, además de ser la fuente de legitimación tanto del sistema político, como de sus líderes o dirigentes; por otra parte son el medio a través del cual se verifica la participación política en las grandes mayorías.

*“Las elecciones son libres cuando la voluntad electoral puede formarse y expresarse libremente cuando es fielmente recogida por una administración electoral eficaz e independiente y cuando las controversias a que el proceso electoral da lugar son decididas por instancias imparciales. La libertad de voto aparece consagrada en nuestra constitución cuando configura el derecho a partir en los asuntos públicos por medio de representantes libremente elegidos.”<sup>11</sup>*

Las elecciones cumplen con diferentes funciones, dentro de las cuales demuestra la expresión de confianza en personas y partidos; representación de opiniones e intereses político-partidistas; integración de la pluralidad social y formación de una voluntad común políticamente viable; asimismo ofrece la oportunidad de cambio de gobierno.

*“La organización en las elecciones es una tarea propia del gobierno del Estado que se desarrolla por conducto del Instituto Federal Electoral (por lo que es el cuarto poder público), aún cuando en ella concurren y participan los partidos políticos y los ciudadanos también. A nivel federal esta tarea se cumple por parte del Instituto Federal Electoral, mientras que en las entidades federativas, corre a cargo del organismo creado para tal fin, conforme lo previsto en la Constitución Política y la Ley Electoral de cada Estado de la República Mexicana”.*<sup>12</sup> Así por ejemplo, las elecciones estatales municipales

---

<sup>11</sup> Diccionario Jurídico Espasa, Editorial ESPASA, 3ª edición, Madrid, 2003.

<sup>12</sup> Castillo del Valle, Alberto Del. Diccionario De Derecho Electoral, Editorial: Instituto Estatal Electoral de Hidalgo, 1ª Ed., Pachuca, 2000.

del Estado de Hidalgo son organizadas y desarrolladas bajo la vigilancia del Instituto Estatal Electoral de esa entidad federativa.

## 1.6 SANCIÓN.

La sanción es un término que tiene varias acepciones, así pues podemos definir a la sanción como *“la consecuencia o efecto de una conducta que constituye infracción de una norma jurídica (ley o reglamento)”*.<sup>13</sup> Dependiendo del tipo de norma incumplida o violada, podemos estar en presencia de sanciones penales o penas; sanciones civiles; y sanciones administrativas.

Estrictamente la sanción se encuentra dentro de la expresión que se refiere a la conducta que reacciona contra un mal infringido. *“Castigo que se impone por las autoridades a los infractores de la ley presuponiendo la existencia de un acto ilícito que es la oposición o infracción de un ordenamiento jurídico”*.<sup>14</sup>

Sin embargo, habitualmente la referencia a una sanción se hace como sinónimo de pena pecuniaria, es decir, una multa o, al menos, para penas leves (por ejemplo, prohibiciones para ejercer cargos). Por el mismo motivo, comúnmente se suele relacionar la expresión sanción con la Administración pública (sanciones administrativas) y el término pena se deja para el ámbito del Derecho penal.

---

<sup>13</sup>Concepto sanción (en línea) Disponible: <http://www.definiciones.com.mx/definicion/S/sancion/>.

<sup>14</sup> Concepto sanción (en línea) Disponible:

<http://www.todoelderecho.com/search/search.pl?Terms+=sancion&submit.>



## **CAPÍTULO II MARCO JURÍDICO**

### **2.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.**

Comenzaremos con mencionar el artículo 41 constitucional, el cual nos alude en su párrafo segundo: “la renovación de los poderes legislativo y ejecutivo se realizara mediante elecciones libres, auténticas y periódicas, conforme a las siguientes bases:

I.- Los partidos políticos son entidades de interés público, la ley determinara las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales.

Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo de la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante sufragio universal, libre, secreto y directo. Solo los ciudadanos podrán afiliarse libre e individualmente a los partidos políticos.

II.- La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades. Por tanto, tendrá el uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la misma. Además, la ley señalará las reglas a que se sujetara el financiamiento de los partidos políticos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado”.

De esta forma la Constitución da la pauta al ciudadano de elegir a las personas y partidos con el que se sienta identificado para que gobiernen. Desafortunadamente tanto la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos,

como el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en sus ordenamientos no refieren ninguna sanción para el incumplimiento de las promesas o compromisos de campaña, en la que los partidos políticos reciban una sanción por dicho incumplimiento, pues se valen en gran parte de estas para la obtención de votos y de esta manera ser elegidos.

## 2.2 CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES (COFIPE).

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales refiere los artículos de las prerrogativas a las que tienen derecho los partidos políticos para la difusión de las promesas y plataforma electoral, de igual forma contiene el término que tiene para presentarse esta última pero exceptuando las promesas de campaña donde cabría mencionar que debería haber una reforma a los artículos 38 y 222 del mismo ordenamiento que menciona sobre la presentación y difusión de la plataforma electoral para que existiera la obligación de presentar las promesas por escrito y bajo un registro para tener un compromiso mas consiente y bases para que el ciudadano pueda exigir su cumplimiento.

El artículo 36 del COFIPE en su inciso C) señala que los partidos podrán acceder a las prerrogativas y a recibir el financiamiento público en los términos del artículo 41.

Dentro de las prerrogativas con que cuenta un partido político para desempeñar su campaña electoral se encuentran el acceso a la televisión, radio, participar del financiamiento publico y el uso de franquicias postales y telegráficas como lo marca el articulo 48 del COFIPE, dichas prerrogativas son las mismas que sirven para el acercamiento con la gente y por consecuencia la obtención de votos, entonces podemos dar por hecho que si un partido político pierde un porcentaje de dichas prerrogativas se encontraría con varios problemas en razón de que el acercamiento con la ciudadanía se vería limitado,

ya que un candidato se apoya mucho de estos medios para llegar a personas de lugares muy alejados, siendo así; ¿por que un partido político llámese como se llame abusa del empleo de dichas facultades, vendiendo promesas a sabiendas que serán difíciles o en dado caso imposible de cumplir y que por dichas promesas entre otras muchas cosas lo que lo están eligiendo?.

En su artículo 38 fracción I inciso A) del mismo ordenamiento refiere que los partidos políticos tienen la obligación de conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustables a su conducta es entonces cuando nos preguntamos ¿es legal basar una campaña en algunas promesas o proyectos que sabes que no vas a cumplir y que salen muy caros promocionar?

Otro punto importante es el del financiamiento público que reciben los partidos políticos para su campaña electoral que está contemplada en la Constitución en el artículo 41 párrafo II y en el COFIPE en el capítulo Segundo; el Financiamiento para los partidos políticos que mantengan su registro después de cada elección, se compondrá de las ministraciones destinadas al sostenimiento de las actividades ordinarias permanentes y las tendientes a la obtención del voto durante los procesos electorales y se otorgará conforme a lo siguiente :

El financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, aplicando los costos mínimos de campaña calculados por el órgano Superior de Dirección del Instituto Federal Electoral, el número de senadores y diputados a elegir, el número de partidos políticos con representación en la cámaras del Congreso de la Unión y la duración de las campañas electorales. El 30% de la cantidad que total que resulte de acuerdo con lo señalado anteriormente se distribuirá entre los partidos políticos en forma igualitaria y el 70% restantes se distribuirá entre los mismos de acuerdo con el porcentaje de votos que hubieren obtenido en la elección de diputados inmediata anterior.

En el artículo 78 inciso B) del COFIPE observa que para los gastos de campaña se le otorgara a cada partido político un monto equivalente al 50% del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes les corresponda en ese año.

En el año de las elecciones que renueve únicamente diputados a cada partido se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente al 30% del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes les corresponda en ese año.

De lo anterior nos podemos dar cuenta que parte del financiamiento de cada partido político de las campañas electorales se traduce en mayores requerimientos de financiamiento público, lo que impacta negativamente al erario público y a todos los ciudadanos mexicanos que cumplen con el pago de impuestos, pues parte del dinero que se destina para el financiamiento de los partidos políticos podrían ser encauzados a obras que beneficien a la población.

Por otra parte de igual forma el financiamiento dependerá de los votos que logren ganar los candidatos durante una elección y eso se vera reflejado en la calidad de campaña que se ofrezca, entonces el costo que tendrá la campaña de un partido político que haya ganado la elección anterior será mayor y este tendrá la ventaja de basar su próximo triunfo en la propaganda sin reparar en su costo porque cuentan con financiamiento público y privado; por eso no es de extrañar que el factor más relevante del triunfo en la mayoría de las últimas elecciones ha sido el económico; así el poder económico es utilizado para adquirir poder político, que a su vez servirá para aumentar el poder económico y volver a ganar más poder político, en un proceso sin fin que conduce a la concentración de todo tipo de poder en unas cuantas manos, de modo que hoy nos estamos acercando más al predominio que a la democracia, caracterizada justamente por la descentralización del poder, pues el alto costo económico que han tenido las contiendas electorales, el desgaste y confrontaciones de las

fuerzas políticas, así como el que no se haya logrado efectuar eficientemente las finalidades que otorga la ley para llevar a cabo sus actividades de manera plena y eficaz a fin de lograr equidad en las contiendas electorales; estableciendo de esta manera lo importante que resulta cumplir con lo prometido en su totalidad, sin que se cumpla de manera parcial algunas promesas de campaña, con la finalidad de evitar perder credibilidad en la ciudadanía y que por consecuencia pierdan la contienda a la hora de que el pueblo emite el voto, además de generar desconfianza y desinterés que se manifiesta con la disminución de la participación ciudadana, independientemente del partido o candidato que ocupe el poder.

Los partidos políticos, sin embargo, no han entendido esa situación de rendimientos decrecientes que está significando su presencia en los medios que utilice para su propaganda electoral en los que se encuadran la televisión y radio como principales medios, al considerar a tales medios como el espacio ya no preferente sino ahora prácticamente único de contraste y confrontación entre ellos mismos, los partidos han descuidado otras formas de proselitismo y, en buena medida, han dejado de hacer política. “Al disponer de amplias sumas de dinero para gastar en la adquisición de espacios pagados, partidos y candidatos, como hemos subrayado en otras oportunidades, se han convertido en clientes y en buena medida han dejado de ser interlocutores de los medios de comunicación.”<sup>1</sup>

Si bien es cierto, que los partidos políticos idean estrategias y con ello promesas atractivas difíciles de cumplir, también lo es, que no todo es una mentira que dichas campañas también tienen mucho de certeras y para eso es que existe el IFE, que garantizara los principios de constitucionalidad y legalidad de los actos y resoluciones electorales, estableciendo un sistema de medios de impugnación que dará definitividad a las diferentes etapas de los

---

<sup>1</sup> AZZONI, Gabriela, “La brecha entre las promesas de campaña y la gestión”, Los andes, (en línea disponible): <http://www.losandes.com.ar/notas/2008/12/9/opinion-397077.asp>, martes 31 de marzo de, 2009, 19:41 p.m.

procesos electorales y garantizara la protección de los derechos políticos de los ciudadanos de votar, ser votado y de asociación, en los términos del artículo 99 de la constitución.

En el artículo 38 inciso J) del COFIPE menciona que una de las obligaciones de los partidos políticos es publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos que les corresponden en las estaciones de radio y en los canales de televisión, la plataforma electoral que sostendrán en la elección de que se trate.

También los partidos políticos están obligados a publicar en sus páginas electrónicas la información referente a su partido que la gente desee saber y que se encuentre estipulada en el artículo 42 del COFIPE donde se encuentran las plataformas electorales y programas de gobierno que registren ante el Instituto; esto para toda la ciudadanía y en especial para la que se preocupa por el futuro político de su país e incluso hasta para los propios partidos políticos que se la pasan estudiando al “rival” para prepararse para las siguientes elecciones y poder ver las fallas del otro partido, pues así tendrá el acceso a la información de las actividades del partido y candidato que fue elegido, su trabajo y si en verdad está cumpliendo lo que promovió y prometió durante su campaña electoral.

Para finalizar tendremos que decir que el COFIPE también contempla procedimientos sancionadores en su Libro Séptimo para algunas inconformidades del mal desempeño de cualquiera de los sujetos previstos en el artículo 341 del COFIPE entre ellos los partidos políticos, tema que en su oportunidad trataremos.

## CAPÍTULO III CAMPAÑA ELECTORAL

### 3.1 PARTIDO POLÍTICO Y EL CANDIDATO.

Como ya se había mencionado anteriormente, los partidos políticos son agrupaciones políticas de ciudadanos organizados en forma permanente, cuya motivación es la conquista legal del poder público, basando su accionar en programa político social; y un candidato es la "*Persona que aspira a alguna dignidad, honor o cargo, o que es propuesta para alguno de ellos*"<sup>1</sup>. Sin duda, este tema es muy importante para una buena campaña electoral "pues podríamos decir que si esta fórmula es perfecta podrías tener un triunfo asegurado pues lo ideal sería poder juntar a un gran candidato, un partido fuerte y un financiamiento abundante. Pero si se ha de escoger al mejor de los tres factores, la mayoría optaría por el candidato, siempre y cuando esté adornado de aquellas cualidades que son indispensables para ganar: entereza para tomar decisiones oportunamente, conocimiento de la problemática del país, integridad y veracidad que despierten la confianza de la ciudadanía."<sup>2</sup>

Los ciudadanos suelen preferir al candidato capaz de comprender los problemas por los que pasan como pueblo o comunidad, el compromiso que son capaces de adquirir durante campaña y que lo cumpla con entusiasmo y fidelidad en donde por obvias razones si esto se llevara acabo el que se hace mas fuerte independientemente del renombre que adquiere el candidato será el Partido Político quien para las próximas elecciones será un partido con grandes probabilidades de volver a ganar y por lo tanto con un mejor financiamiento que muchos otros mas partidos. Si el candidato une a estas cualidades la aptitud de trabajar sin descanso, la habilidad para inspirar confianza en los que le apoyan y la facilidad para recaudar los fondos necesarios que mantengan en buen ritmo el desarrollo de la campaña, será el un fuerte contrincante o probable ganador.

---

<sup>1</sup> Concepto de candidato (en línea) Disponible: <http://www.wordreference.com/definicion/candidato>.

<sup>2</sup>Vid. LUIS ELADIO Proaño, op.cit.

“Otro factor que el candidato debe analizar cuidadosamente, cuando pertenece al partido que está en el poder, es el grado de rechazo o aceptación que de él tiene la gente. En caso de una notable impopularidad del gobierno deberá cuidadosamente diseñar una estrategia que le permita mantener una distancia prudente de la administración, evitando, a la vez, que se le vuelva peligrosamente en su contra.”<sup>3</sup>

Pero que es lo que pasa cuando encontramos “errores” exagerando las cualidades del candidato, acrecentando las obras que haya hecho, así como las promesas que hacen y finalmente no cumplen; pues seguramente encontraremos como resultado, la pérdida de credibilidad y confianza por parte de los ciudadanos hacia los gobernantes y hacia el propio proceso electoral generando desinterés y apatía de la mayor parte de la población al no querer presentarse a manifestar el voto, momento de mayor relevancia en el que se elegirá a nuestros representantes, quienes tendrán en sus manos el rumbo del país en diversas situaciones como la económica, social, cultural etc.

El candidato desempeña un papel importante al ser un representante del partido político, el cual debiera tener como finalidad el cumplimiento de las necesidades que surjan en el territorio de su competencia y la necesidad de fomentar la relación gobernante-gobernado, con el propósito de tener mayor contacto con los ciudadanos para establecer la manera mas adecuada de ayudarlos, sin embargo se olvidan de sus promesas al tener el poder y por ende descuidan a la población y a aquellos que anteriormente lo apoyaron, creando así un egoísmo político viendo solo los intereses partidarios y cumpliendo parcialmente con sus promesas y obras manifestadas en la campaña electoral, por no tener un contacto e interés real por la ciudadanía.

---

<sup>3</sup> Vid. LUIS ELADIO, Proaño, Op.cit.



### 3.2 PLATAFORMA ELECTORAL.

*“La plataforma política, contiene los compromisos, las ideas y la cronología de las actividades que desarrollaran durante la campaña electoral”*<sup>4</sup> los candidatos que aspiran a ser presidente de la República, gobernadores de los estados, Presidentes Municipales, senadores y Diputados. Está fincada en un conjunto de propuestas de un progreso para una mejor calidad de vida para el país y para los ciudadanos.

Este documento resume las propuestas de un partido político elaboradas con base en un estudio realizado de las necesidades del país o de la región en donde piensan postularse considerando los comentarios de los ciudadanos, así como la opinión de especialistas en los diversos temas a través de foros, grupos de trabajo, entrevistas en lo particular. Todo ello, tomando en cuenta la continuidad institucional que los proyectos deben tener. Además de ser indispensable para el registro de candidaturas a todo cargo de elección popular donde el partido político postulante deberá presentar y obtener el registro de la plataforma electoral que sus candidatos sostendrán a lo largo de la campaña política y presentarse para su registro ante el Consejo General del IFE, dentro de los quince primeros días de febrero del año de elección del registro se expedirá constancia como lo señala el artículo 222 de la ley de la materia.

En el contenido de la plataforma política, los partidos plasman valores que desean fomentar, tales como la igualdad, libertad, solidaridad, legalidad; cada una con una breve justificación. Posteriormente realizan una breve invitación a los electores para que voten por dicho partido político asimismo dan a conocer su postura con la finalidad de conseguir simpatizantes.

Para poder desarrollar dicha plataforma se organiza un contenido donde se establecerán los temas de mayor interés para la ciudadanía, teniendo claro que estos temas podrán variar según el territorio en donde el candidato

---

<sup>4</sup> Plataformas electorales federales del año 2000 México: [s. n.], IFE, 2000.

pretenda postularse; es decir, si el candidato se está postulando para ser presidente de la República tendrá que abarcar todos los puntos mas adelante descritos, pero si el candidato se está postulando para un territorio específico llamase estado o municipio entonces este deberá hacer el estudio de las necesidades y de las pretensiones de los ciudadanos de dicho territorio y sobre estas se deberá diseñar la plataforma y con ella los compromisos que va adquirir los cuales serán de manera voluntaria, con la finalidad de obtener el voto.

Dentro de los temas que se tratan dentro de una plataforma electoral y que probablemente encontraremos son los que en seguida mencionaremos: “Servicios públicos, Cultura, Medio Ambiente, Deporte, Ciencia y Tecnología, Educación, Salud, Vivienda, Prevención de adicciones; posteriormente encontraremos otro apartado que trate del Desarrollo Económico donde hallaremos: Empleo, Agricultura, Acuicultura, Ganadería, Minería, Pesca, Turismo, Comercio, Industria; asimismo en otro apartado probablemente se establecerán temas sobre Seguridad y a su vez en esta se podrá encontrar : la Prevención del delito, Protección civil, Seguridad vial y por ultimo y no menos importante estará la Participación ciudadana, que independientemente de que ellos lo incorporen a la plataforma electoral los partidos políticos tiene como fin la participación del pueblo en la vida democrática como lo indica la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y es aquí donde encontraremos : Transparencia y Buen Gobierno y Capacidades Ciudadanas.”<sup>5</sup>

En cada uno de los temas antes mencionados referentes a la plataforma política, se plantea una breve explicación y justificación de la importancia de tratar dichos temas, con el objetivo de realizar promesas o compromisos a la ciudadanía con relación a la plataforma que el candidato debiera cumplir en caso de ser electo a ocupar el cargo político donde cabe señalar que la organización y contenido de esta será de acuerdo al partido político.

---

<sup>5</sup> Plataformas electorales federales, op.cit.

La importancia de la plataforma política es fundamental para el proceso que se lleva a cabo durante la campaña electoral, pues es la base para el candidato en el cual sostendrá sus discursos, promesas de campaña y compromisos ante la ciudadanía.

Cabe destacar que es obligación de los partidos políticos publicar y difundir la plataforma electoral que sostendrá el candidato durante la elección de que se trate (artículo 38 del COFIPE), dicha plataforma se deberá difundir en las demarcaciones electorales en que participe, así como en los tiempos correspondientes en las estaciones de radio y los canales de televisión, asimismo como tenerla en su página electrónica.

### 3.3 PRERROGATIVAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

*“La palabra Prerrogativa proviene del latín prerrogativa relativo al parlamento. En su acepción más general, Prerrogativa es el privilegio, gracia o exención que se concede a una persona o grupo”.*<sup>6</sup>

Siendo esto podemos decir que las prerrogativas son beneficios que se les proporciona a los partidos políticos con el objetivo de brindarles una ayuda para el sustento de sus actividades políticas y difusión en sus campañas electorales.

El artículo 41 constitucional en su fracción II menciona que los partidos políticos deberán contar de manera equitativa con los elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades y el COFIPE en su artículo 48 establece dichas prerrogativas de los partidos políticos nacionales en las cuales encontramos:

Tener acceso al radio y a la televisión en los términos de la constitución y del COFIPE.

---

<sup>6</sup> Concepto de Prerrogativa (en línea) Disponible en: <http://www.deperu.com/diccionario/?pal=prerrogativa>.

Participar, en los términos del COFIPE, del financiamiento público correspondiente a sus actividades.

Gozar del régimen fiscal que establece el COFIPE y las leyes de la materia.

Usar las franquicias postales y telegráficas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones.

### 3.3.1 Del Acceso a la Radio y Televisión.

Estos son considerados como medios de comunicación social y de ellos tendrán acceso los candidatos y precandidatos, quienes en ningún momento podrán contratar o adquirir, por si o por terceras personas, tiempo en cualquier modalidad de radio o televisión para su promoción personal o para fines electorales de lo contrario se sancionaría con lo estipulado al artículo 354 del COFIPE, pues la administración de estos tiempos es facultad exclusiva del IFE, así como el ejercicio de las prerrogativa y el establecimiento de las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir tanto en el periodo electoral como fuera de el. Los órganos establecidos para ejercer facultades en materia de radio y televisión por parte del IFE son el Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Dirección Ejecutiva de prerrogativas y Partidos Políticos, el Comité de Radio y Televisión, la Comisión de Quejas y denuncias y los Vocales Ejecutivos y Juntas Ejecutivas en los Órganos Desconcentrados Locales y Distritales, que tendrán funciones auxiliares en la materia.

El Consejo General se reúne el 20 de septiembre al año anterior del elección con la organización de concesionarias y permisionarios de la radiotelevisión para presentar las sugerencias de lineamientos respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos así los acuerdos a que se lleguen serán formalizados y será del conocimiento del público (artículo 49 párrafo séptimo del COFIPE).

Dentro de los procesos electorales federales a partir el inicio de precampaña y hasta el día de la jornada electoral el instituto federal electoral tendrá su disposición 48 minutos diarios en cada estación de radio canal de televisión.

Las transmisiones de mensajes en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirá dentro de un horario de programación comprendido entre las seis y las 24 horas de cada día en caso de que la transmisión dure menos se utilizarán tres minutos por cada hora de transmisión.

En tiempo anterior será distribuido en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión cada estación de radio canal de televisión, en los horarios comprendidos entre las seis y las 12 horas y entre las 18 y las 24 horas se utilizarán tres minutos por cada hora, el horario comprendido después de las 12 y hasta antes de las 18 horas se utilizarán dos minutos por cada hora esto con fundamento en el artículo 55 párrafo tercero del COFIPE.

Durante la precampaña y campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido en número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conformen al siguiente criterio: 30% del total en forma igualitaria y el 70 por ciento restante en proporción al porcentaje de votos obtenidos por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior, tratándose de coaliciones cada uno de ellos aparecerá con su propio emblema en la boleta electoral según la elección de que se trate; los votos se sumarán para el candidato de la coalición y contará para cada uno de los partidos políticos(artículo 56 párrafo I del COFIPE).

Tratándose de precampaña y campañas de elecciones locales, la base para la distribución del 70% del tiempo asignado a los partidos políticos será el porcentaje de la votación obtenida por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate(artículo 56 párrafo II del COFIPE).

Para la determinación del número de mensajes a distribuir entre los partidos políticos, las unidades de medidas son: treinta segundos, uno y dos minutos, sin fracciones.

A partir de que el Consejo General expide la resolución de que inician las campañas federales y hasta la conclusión de las mismas el Instituto pondrá a disposición de los partidos políticos nacionales 18 minutos diarios en cada estación de radio y televisión (artículo 57 párrafo II del COFIPE).

Para las campañas federales electorales el instituto destinarán los partidos políticos en conjunto 41 minutos diarios en cada de estación de radio y canal de televisión; los siete minutos restantes serán utilizados para fines del instituto y las autoridades electorales (artículo 58 párrafo II del COFIPE).

El tiempo de 48 minutos será distribuido entre los partidos políticos 30% igualitario y el 70% en proporción a los votos obtenidos en la elección de diputados inmediata anterior respectivamente en los casos de cuando se renueve el congreso y el ejecutivo deberá dar el 30% de los mensajes a dichas campañas cuando sean concurrentes con locales los partidos deberán distribuir los mensajes entre las entidades federativas y el IFE proporcionara 15 min diarios en cada entidad federativa en que se trate.

Para cuando haya jornada local el instituto repartirá desde el inicio de la precampaña hasta el término de la jornada 48 minutos. Y para el IFE 12 min diarios en la radio y en canal de tv, 18 minutos diarios en cada estación local y televisión de que se trate el restante será para el IFE o autoridades electorales en las campañas locales una prerrogativa. (Artículos 65 y 66 del COFIPE).

Así también las autoridades locales darán "Cobertura de canales de televisión o radio toda el ara geográfica donde sea escuchada y vista" (artículo 62 del COFIPE); elaborando un mapa de la zona geográfica y su nivel de población el comité de radio y televisión con la coadyuvarse de las autoridades

federales de la materia para hacer del conocimiento en las aéreas del catalogo las estaciones que participaran.

Los partidos nacionales tendrán derecho a la proporción de sus votos de su ultima elección de no cumplir con el porcentaje tendrán derecho a la misma proporción que un partido local solamente en la parte que se distribuya igualitariamente (artículo 56 del COFIPE).

El tiempo que no se haya asignado el tiempo de que da con el instituto sin poder ser comercializado (artículo 68 párrafo III del COFIPE).

Los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión de los partidos políticos serán sufragados con sus propios recursos (artículo 69 del COFIPE).

En los debates que lleguen a existir para las elecciones del ejecutivo el instituto asignara los tiempos y gestiones para promover los debates en la mayores canales y estaciones de radio. Y el consejo general establece las reglas para los debates escuchando previamente las propuestas de los partidos políticos.

Fuera de los periodos de precampaña y campaña electorales federales del tiempo a que se refiere el inciso g apartado A de la base 3 del art 41 constitucional los partidos políticos nacionales tendrán derecho (artículo 71 del COFIPE):

a.- programa mensual con duración de 5 min en cada estación de radio y televisión y

b.- el tiempo restante será utilizado en la transmisión de mensajes con una duración de 20 segundos cada uno en cada estación de radio y televisión en forma igualitaria en partidos políticos nacionales.

Una vez mencionada la distribución del tiempo otorgado para los partidos políticos en la radio y televisión; nosotros concluimos que los partidos políticos deben de tener más estrategia para su uso, por ejemplo, haciendo un estudio de mercado sobre los televidentes y radioescuchas para saber los horarios en que sus mensajes tendrán más impacto y mejores resultados, pues no tiene caso enviar un mensaje a la población infantil cuando esta debe de tener una educación electoral independiente, además de crear una indiferencia e incluso fastidio en los ciudadanos lo cual le resta importancia al momento de las elecciones.

Con lo anterior queremos dar a entender, que estos medios son explotados en demasía, por el alcance que tienen, por lo que el candidato y el partido político deberían idear estrategias para darse a conocer y dar a conocer sus propuestas por otros medios.

### 3.3.2 Financiamiento

*“El financiamiento es la forma de conseguir el capital necesario para el desarrollo de las actividades de cierto grupo, empresa o partido y que brinda la posibilidad de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades”<sup>7</sup>*

El régimen de fiscalización de los partidos políticos se encuentra regulado en el Capítulo Segundo artículos 77,78 de la ley de la materia y tendrá las siguientes modalidades:

Financiamiento público que prevalecerá sobre otro tipo de modalidades, por militancia, de simpatizantes, autofinanciamiento y por rendimientos financieros, fondos y fideicomisos.

---

<sup>7</sup> Concepto de Financiamiento (en línea) Disponible: <http://es.mimi.hu/economia/financiamiento.html>.



Los poderes Ejecutivo Legislativo y Judicial de la Federación y de los Estados y los ayuntamientos; las dependencias, Entidades u organismos de la Administración Pública Federal, estatal o municipal, centralizada o paraestatal, y los órganos de gobierno del Distrito Federal, así como los partidos políticos, los organismos internacionales y los ministros de culto no podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos ni a los aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular, en dinero o en especie, por si o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia,(artículo 77 párrafo 2,incisos a-g de la ley de la materia).

El artículo 77 del COFIPE en su párrafo tercero menciona que los partidos políticos no podrán obtener créditos provenientes de la banca del desarrollo para el financiamiento de sus actividades ni de personas no identificadas con excepción de las obtenidas mediante colectas realizadas en mítines o en la vía pública.

Las aportaciones en dinero que los simpatizantes realicen a los partidos políticos serán deducibles al ISR, hasta en un monto del 25%( párrafo cuarto del artículo y ley citado).

Los partidos políticos deberán contar con un órgano interno encargado de la administración de sus recursos generales y de campaña y deberán presentar los informes de los partidos políticos y las agrupaciones políticas sobre el origen y destino de sus recursos ordinarios y de campaña, así como la práctica de auditorias sobre el manejo de sus recursos y su situación contable y financiera y su revisión estará a cargo de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos como se encuentra previsto en el artículo 77, párrafo 5° del COFIPE).

En el artículo 78 párrafo 1° de la ley citada encontramos que, los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de la demás prerrogativas donde el Consejo General del

IFE determinara anualmente el monto total por distribuir de los partidos políticos conforme a lo siguiente: multiplicara el número total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral, la fecha de corte de julio de cada año por el 65% del salario mínimo vigente para el Distrito Federal.

El resultado de la operación señalada en la fracción anterior constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por sus actividades públicas permanentes y se distribuirá de la siguiente manera pública permanente y se distribuirá de la siguiente manera (artículo 78, inciso a, párrafo 2° del COFIPE):

El 30% de la cantidad total que resulte se entregará en forma igualitaria a los partidos políticos con representación en alguna de las cámaras del congreso.

El 70% restante se distribuirá según el porcentaje de la votación nacional emitida que hubiese obtenido cada partido con representación en alguna de las cámaras del congreso de la unión en la elección de diputados por mayoría relativa inmediato anterior.

Las cantidades que en su caso se determinen para cada partido serán entregadas mensualmente conforme el calendario que se apruebe y se vigilará que éste financiamiento se destine a las actividades correspondientes (artículo 78, inciso a, párrafo 3° de la ley de la materia).

Para gastos de campaña para cuando se renueve el ejecutivo federal y las dos cámaras del congreso de la unión a cada partido se le otorgará un monto equivalente a 50% del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año (artículo 78, inciso a, párrafo 4° del COFIPE).

En el año de la elección de que se renueve sólo la Cámara de Diputados a cada partido se le otorgará el 30% del financiamiento público que para el

sostenimiento de sus actividades ordinarias las correspondan en ese año (artículo 78, inciso b, párrafo 2° de la ley citada).

Para los partidos que hubiesen obtenido su registro con fecha posterior a la última elección, o los que no cuenten con representación alguna en la cámara del congreso su financiamiento se les otorgará en 2% del monto que por financiamiento total les corresponda a los partidos políticos para sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes en el año de la elección de que se trate (artículo 78, párrafo 2, incisos a y b del ordenamiento señalado).

Y financiamiento que no provenga del erario y provengan de la militancia estarán conformados por cuotas obligatorias ordinarias y extraordinarias de sus afiliados, por aportación de sus organizaciones sociales y por cuotas voluntarias y personales de los cuales cada partido deberá expedir recibos de cuotas o prestaciones recibidas y cada partido político determinará libremente los montos máximos y mínimos y la periodicidad de las cuotas ordinarias y extraordinarias (artículo 78, párrafo 4, inciso a del COFIPE).

El financiamiento de los simpatizantes está conformado por las aportaciones o donativos, en dinero o en especies hechas a los partidos políticos en forma libre y voluntaria por las personas físicas o morales mexicanas donde cada partido político no podrá recibir anualmente aportaciones en dinero o en especies de afiliados simpatizantes por una cantidad superior al 10% del monto establecido como tope de gastos para la campaña presidencial inmediato anterior. Las aportaciones en especies se harán constar en un contrato celebrado conforme las leyes aplicables (artículo 78, párrafo 4, inciso c de la código citado).

Las aportaciones en dinero que realice una persona física o moral tendrá un límite anual equivalente al 0.5% del monto total del tope de gastos fijados para la campaña presidencial podrán realizarse en parcialidades y en cualquier tiempo (artículo 78, párrafo 4 inciso c y párrafo 3 del ordenamiento en cita).

Las aportaciones de bienes muebles e inmuebles deberán destinarse solamente para el cumplimiento del objetivo del partido político.

El autofinanciamiento será constituido por los ingresos que los partidos obtengan de sus actividades promocionales como conferencias, espectaculares, rifas y sorteos, eventos culturales, ventas editoriales, y propaganda utilitaria así como de cualquier otra similar que realicen para allegarse fondos (artículo 78, párrafo 4, inciso d de la ley de la materia).

Los partidos políticos podrán establecer fondos o fideicomisos en instituciones bancarias de México con el fin de obtener rendimientos donde deberán informar a la unidad de fiscalización de los recursos de los partidos políticos la apertura de la cuenta, las cuentas fondos y fideicomisos que se constituyen serán manejados a través de las operaciones bancarias y financieras que el órgano responsable del financiamiento de cada partido político considere conveniente y dichos fondos fideicomisos y cuentas no estarán protegidos por el secreto bancario por lo que se podrá requerir la información detallada sobre su manejo (artículo 78, párrafo 4, inciso e del COFIPE).

La suma de todos estos recursos anteriores no podrá ser mayor al 10% anual del monto establecido como tope para los gastos de campaña para elección inmediata presidencial anterior (artículo 78, párrafo 5 de la legislación señalada).

Conociendo el financiamiento con el que cuenta un partido político para realizar su campaña, opinamos que dicho financiamiento es excesivo y esto se debe al gran número de partidos políticos que existen y a la duración de las largas campañas, ciertamente los partidos políticos perciben otros ingresos como apoyo para su campaña pero el financiamiento a que tiene derecho por parte de sus prerrogativas concedidas por el Estado salen del erario publico que se ve afectado, pues gran parte del dinero que se destina para las campañas

podrían usarse para resolver problemas, como una mejor educación, invertir en obras que beneficien a la ciudadanía (creación de empleo, carreteras, alumbrado, alcantarillado, seguridad etc.).

“Al respecto, se ha señalado que el gasto por elector en México en el 2001 fue de 82 pesos, y que resultó mucho más alto que el gasto por elector en Estados Unidos de América (\$.196 pesos). Y que la relación gasto por elector/paridad del poder adquisitivo en México fue casi 15 veces más alto que en dicho país.

Que el financiamiento en dicho año para los ocho partidos y las 44 agrupaciones políticas nacionales con registro ascendió a 2 mil 206 millones 569 mil 763 pesos, y que para el 2002 fue de 2 mil 327 millones 931 mil 100 pesos. Y que de 1989 a la fecha, el financiamiento público ha aumentado en 44 veces.”<sup>8</sup>

Con esto solo podemos ver que las campañas electorales resultan ser muy costosas para todos los mexicanos que contribuyen con sus impuestos, y no es justo que un partido político y candidato no cumpla con lo prometido y no busquen una mejora real para todos y para quienes los apoyaron.

### 3.3.3 Franquicias Postales y Telegráficas.

“La franquicia postal consiste en la exención del pago de los servicios postales concedida a ciertas Administraciones o a particulares (franquicia postal).”<sup>9</sup>

Los partidos políticos disfrutaran de las franquicias postales telegráficas, dentro del territorio nacional, que sean necesarias para desarrollar sus actividades, como lo señalan, los artículos 90,91 y 92 del Código Federal de

---

<sup>8</sup> LÓPEZ CHAVARRÍA José Luis, *Campañas Electorales*, (en línea disponible):<http://www.juridicas.unam.mx/inst/direc/datper.htm?p=htm>.

<sup>9</sup> Concepto de franquicia(en línea) Disponible: <http://es.thefreedictionary.com/franquicia>.

Instituciones y Procedimientos Electorales, que de igual forma mencionan lo siguiente:

El costo destinado a la franquicias postales será determinado por el Consejo General donde, en años no electorales el monto será equivalente al 2% del financiamiento público para las actividades ordinarias en años electorales equivalen a al 4% y será asignado en forma igualitaria a los partidos políticos así el instituto informará al servicio postal mexicano el presupuesto que le corresponde anualmente por concepto de prerrogativa a cada partido político Nacional y le cubrirá trimestralmente el costo de los servicios proporcionados a cada uno de ellos hasta límite que le corresponda, se quedarán remanentes por este concepto serán reintegrados a la tesorería de la federación.

Sólo podrá hacer uso de las franquicias postales los comités directivos de cada partido y los partidos políticos acreditarán ante la dirección ejecutiva de prerrogativas y partidos políticos y ante la junta local y Distrital ejecutivas dos representantes para fractura el envío de correspondencia ordinaria, su propaganda y sus publicaciones periódicas que podrán ser dentro de toda la república, en la correspondencia de cada partido político se mencionara de manera visible su condición de remitente.

Las franquicias telegráficas no surtirán efecto para fines de propaganda, asuntos de interés personal, ni para mensajes cuyos destinatarios se encuentran en la misma ciudad o zona urbana de giro.

Respecto a esta prerrogativa, creemos que el partido político cuenta con lo necesario para desarrollar sus actividades, como lo podemos notar al estar exento del pago de impuestos en las actividades, que termina siendo un gasto desmesurado proveniente del erario publico y junto con el sostenimiento del mismo partido, que como ya habíamos mencionado parte de esta gran cantidad de dinero de podría utilizar para resolver problemas que conciernen a toda la ciudadanía; presumiendo que no existe una equidad a la hora de dividir el

financiamiento entre los propios partidos políticos, los cuales forman un lucro que termina dañando a todos por el impacto que recibe el presupuesto que les es destinado.

#### 3.3.4 Régimen Fiscal.

El régimen fiscal de los partidos políticos nacionales está regulado en los artículos 87,88 y 89 del COFIPE y este se da al momento de no ser sujetos de los impuestos y de los derechos siguientes:

Los relacionados con las rifas y sorteos que celebren previa autorización legal y con las ferias, festivales y otros eventos que tengan por objeto allegarse recursos al cumplimiento de sus fines, sobre la renta, en cuanto a sus utilidades gravables provenientes de la enajenación de los inmuebles que hubiesen adquirido por el ejercicio de sus funciones específicas, así como los ingresos provenientes de donaciones en numerario o en especie.

Los relativos a la renta de los impresos que editen para la difusión de sus principios, programas, estatutos y general para su propaganda, así como por el uso de equipos y medios audiovisuales en la misma y respecto a los demás que establezcan las disposiciones legales aplicables.

De los impuestos y derechos que establezcan los estados, los municipios o distrito federal para la prestación de servicios públicos.

El régimen fiscal del lo anterior no releva a los partidos políticos el cumplimiento de otras obligaciones fiscales. Los partidos políticos deberán retener y enterar a las autoridades fiscales, conforme las leyes aplicables del impuesto sobre la renta que corresponda por los sueldos, salarios, honorarios y cualquier otra retribución equivalente que realicen a sus dirigentes, empleados, trabajadores o profesionistas independientes que le presten servicios.

La unidad de fiscalización y vigilancia de los recursos de los partidos políticos dará aviso a las autoridades fiscales competentes de la omisión en el pago de impuesto y otras contribuciones que incurran en los partidos políticos.

Al respecto de este tema estamos en desacuerdo que se les exima de cierto pago de impuestos a los partidos políticos, pues estos al realizar una campaña electoral lo hacen también para recibir un beneficio, esto es como por ejemplo si alguien quiere poner un negocio tendrá que invertir; sabemos que el costo de una campaña es elevado y mas si tiene una larga duración y por esto último pensamos que no es justo que se les exente del pago de impuestos por todas las actividades mencionadas con antelación creemos que lo mejor sería cobrarles un porcentaje menor al normal, pero que paguen un porcentaje porque finalmente de ganar ellos se ven beneficiados con dicho logro por los sueldos que llegaran a percibir y sueldo que evidentemente es superior al que perciba un obrero u quizá un profesionista, se tiene que ver la crisis por la que esta pasando México y reflexionar que si no pueden recortar la duración de las campañas pues entonces que se hagan menos costosas.

#### 3.4 PROPAGANDA ELECTORAL.

*“La palabra propaganda proviene del latín propagare que significa reproducir; en sentido general significa expandir o propagar, persigue influir en la opinión de los ciudadanos para que adopten determinadas conductas, suponen un conjunto de acciones que, técnicamente elaboradas y presentadas, particularmente por los medios de la comunicación colectiva, influya en grupos y actúan de determinada manera.”<sup>10</sup>*

En el artículo 228 de COFIPE en su párrafo tercero menciona que se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones,

---

<sup>10</sup> Diccionario Electoral, Tomo II, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Edit. UNAM, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, IFE, 3ª edición, México 2003, pág. 1030.



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, su regulación esta en los artículos 232-236 del mismo ordenamiento.

Así, podemos decir, que la propaganda es la actividad lícita que influye decisivamente en la selección de los gobernantes, por tal motivo es importante tener una noción acerca de la propaganda, pues es una actividad decisiva en el proceso electoral, ya que está íntimamente ligada a la campaña política de los respectivos partidos que compiten en el proceso para aspirar al poder, sirviendo para inducir a los electores a emitir su voto por candidatos determinados, dando a conocer sus programas e ideas y recibir apoyo a algunas de las proposiciones.

Entonces, cuando un partido político prepara su propaganda electoral debe fijar todo un conjunto de técnicas de investigación, planificación y comunicación que se utilizan a lo largo de una campaña política, en las cuales se estudia la forma de crear un marketing político con elementos como la democracia, un electorado independiente a quien convencer, la aceptación de que el medio principal para la realización de la campaña debe ser la TV y que se puedan lograr votos mediante la adecuación de mensajes, sin presionar o realizar alguna coacción física o moral. Las técnicas publicitarias adoptadas por el Marketing Político son los sondeos de opinión, estudio de mercado para conocer una sociedad y determinar la red motivacional del voto.

De lo anterior, podemos mencionar que al momento en que un partido plantea su estrategia y elabora su propaganda electoral con un previo estudio y con el pleno conocimiento de las necesidades de la población en sus diversos aspectos, teniendo como principal objetivo la formación del discurso político y su transmisión efectiva y eficiente al electorado. Ambas tareas deben ser

asumidas como decisiones determinadas a alcanzar un objetivo, en las que cada elemento de la comunicación (emisor, receptor y mensaje) debe ser cuidado.

En el campo específico de la comunicación política, donde el papel de "emisor" es ocupado por el candidato y el de "receptor" por el electorado, los medios masivos de comunicación cumplen precisamente, la función de "medio".

En el párrafo cuarto del artículo 228 del COFIPE; menciona que tanto la propaganda electoral, como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.

En general, los partidos políticos tienen derecho a difundir toda clase de propaganda; así como realizar reuniones u otras actividades en sitios y lugares privados, sin necesidad de autorización. Sin embargo, para la realización de actividades propagandísticas, se establecen diversos límites: unos referidos a los sujetos (extranjeros, funcionarios públicos y clérigos); otros, a la actividad (desfiles y manifestaciones); algunos, al contenido de la información (encuestas); y en algunos casos relacionados con determinados sitios o lugares y a los plazos.

Entre las limitaciones que tiene la propaganda electoral, se encuentran las que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos; la abstención de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas, en donde el Consejo General del instituto está facultado para ordenar; una vez satisfechos los procedimientos establecidos en la ley de la materia, la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma así como el retiro de cualquier otra propaganda (artículo 233 de la ley de la materia).

“el artículo 2º del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de propaganda Institucional y Político-Electoral de Servidores Públicos considerará propaganda político-electoral contraria a la ley, aquella contratada con recursos públicos, difundida por el Instituciones y poderes públicos federales, locales, municipales o del Distrito Federal, órganos autónomos, cualquier ente público de los tres órdenes de gobierno o sus servidores públicos; a través de radio, televisión, prensa, mantas, bardas o anuncios espectaculares, volantes u otros medios similares, que contengan alguno de los elementos siguientes:

- a) El nombre, la fotografía, la silueta, la imagen, la voz de un servidor público o alusión en la propaganda de símbolos, lemas o frases que en forma sistemática y repetitiva conduzcan a relacionarlo directamente con la misma.
- b) Las expresiones “voto”, “vota”, “votar”, “sufragio”, “sufragar”, “comicios”, “elección”, “elegir”, “proceso electoral”, y cualquier otra similar vinculada con las distintas etapas del proceso electoral.
- c) La difusión de mensajes tendientes a la obtención del voto a favor de algún servidor público, de algún tercero o de algún Partido Político, aspirantes, precandidatos o candidato;
- d) La mención de que un servidor público aspira a ser precandidato;
- e) La mención de que un servidor público aspira a algún cargo de elección popular o al que aspira un tercero.
- f) La mención de cualquier fecha de proceso electoral, sea de organización, precampaña, jornadas de elección o de computo y calificación u otras similares;
- g) Otro tipo de contenidos que tiendan a promover la imagen personal de algún servidor público; y
- h) Cualquier otro mensaje similar destinado a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, o candidatos o partidos políticos.

Asimismo, encontramos que la propaganda impresa que los candidatos utilizan durante la campaña electoral, deberá contener una identificación precisa del partido político o coalición que ha registrado al candidato.

A la propaganda que en el curso de una campaña, difundan por medios gráficos los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, tendrán como límite, el respeto a la vida privada de los candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores democráticos, esto con fundamento en el artículo séptimo constitucional.

Como último señalaremos que el informe anual de las labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para dar a conocer se difundan a los medios de comunicación social; no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional, correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha que rinda el informe. En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

### 3.5 PROMESAS DE CAMPAÑA.

Para sustento de este trabajo será necesario profundizar más en este punto que en los anteriores ya que las promesas de campaña son el punto clave de tema a desarrollar, siendo así iniciaremos contestando las siguientes preguntas:

¿Que son las promesas de campaña?

El diputado Francisco Javier Santos Arreola en su iniciativa presentada ante el Congreso se refiere a las promesas de campaña como “*compromisos de campaña, obras, proyectos u ofertas que los candidatos prometen realizar en*

*caso de resultar electos.*"<sup>11</sup>En la actualidad no encontramos una definición concreta para las promesas de campaña, es por esos que para efectos de este trabajo definiremos a las promesas de campaña como las propuestas, proyectos, ideas, ofertas o compromisos que los candidatos ofrecen al electorado con la finalidad de obtener el voto.

Por ello, es necesario que las promesas de campaña estén libres de fantasía, generalidades y abstracciones para que no sean consideradas como una simple expresión de deseo del político que está solicitando el voto a los ciudadanos, pues la promesa de campaña logra ser un factor que contribuya para que el candidato resulte con votos favorables.

Es decir, debe existir una relación entre la ciudadanía y el candidato, el apoyo que sólo es posible cuando el ciudadano percibe en los hechos que las promesas de campaña cobran forma. De lo contrario se siente defraudado y la consecuencia principal es la pérdida de confianza y de credibilidad en su candidato, lo cual daña a veces irreparablemente y en muy poco tiempo la imagen del político electo y del partido político que lo ayudo a construir su candidatura.

¿Dónde se realizan las promesas de campaña?

Es característico al discurso político de campaña electoral hablar del tema de la promesa de campaña. El candidato debe seducir al electorado con su propuesta para convertirse en la mejor opción para el ciudadano al momento de emitir su voto.

Es por eso que el partido político con apoyo del candidato al hacer su campaña electoral y difundir en esta su plataforma( artículo 38 del COFIPE), a

---

<sup>11</sup> Diputado SANTOS ARREOLA Francisco, Exposición de Motivos de la iniciativa presentada ante el Congreso de la Unión la que contiene Proyecto de Decreto por el que se Reforman y Adicionan diversas disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, de la Ley de Planeación y se Adiciona a la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos. (disponible en línea): <http://senado.gob.mx/gace.php?sesion=2008/05/07/1&documento=64>.

su vez va difundiendo las promesas, al asistir a debates con otros candidatos, hacer reuniones con sus miembros y afiliados, organizar eventos de entrada libre para que los ciudadanos conozcan sus ofertas, asambleas, marchas, haciendo uso de sus prerrogativas utilizando los medios de comunicación radio y televisión, periódico locales, pagina electrónica del partido, noticieros, asistiendo a entrevistas de diversos programas o en diversas revistas, publicaciones y además de contar con la ayuda de sus afiliados que convencen a la gente de votar por tal o cual partido político dando a conocer las ofertas de sus partidos y los beneficios que obtendrían de ser el ganador.

¿Cómo probar la existencia de las promesas de campaña?

El Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral regula entre otros el procedimiento sancionador ordinario, donde se muestra cuales pruebas pueden ser consideradas para ser ofrecidas en dicho procedimiento, que como mas adelante se vera será el indicado para sancionar la promesas incumplidas; siendo así mencionaremos algunos ejemplos de los medios para poder probar que dichas promesas si fueron realizadas.

El artículo 34 del Reglamento de Quejas y Denuncias del IFE señala los tipos de pruebas que son admitidas en el procedimiento Sancionador Ordinario, de las cuales señalaremos las que nos sirvan como medio de prueba, encontrando las siguientes:

Documentales públicas; Documentales privadas; Técnicas.

1. Documentales públicas:

“Los documentos originales y certificaciones expedidos por los órganos o funcionarios electorales, dentro del ámbito de su competencia; por las autoridades federales y los expedidos por quienes estén investidos de fe pública”. (Art. 35 Reglamento de Quejas y Denuncias del IFE)

Aquí podríamos situar la plataforma y compromisos de campaña que presentaron los partidos políticos al momento del registro de la candidatura, y la constancia de registro de la plataforma y compromisos de campaña.

## 2. Documentales privadas:

“Serán documentales privadas todos los demás documentos que no reúnan los requisitos señalados en el artículo anterior.” (Art. 36 Reglamento de Quejas y Denuncias del IFE).

Como periódicos locales, revistas, publicaciones.

## 3. Pruebas técnicas:

“Se considerarán pruebas técnicas las fotografías, los medios de reproducción de audio y video, así como todos aquellos elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia que puedan ser desahogados sin necesidad de peritos o instrumentos, accesorios, aparatos o maquinaria que no estén al alcance de la Junta.” (Art. 38 Reglamento de Quejas y Denuncias del IFE).

Podríamos ofrecer las grabaciones transmitidas en la televisión (Noticieros, programas de contenido político) de entrevistas al candidato, las grabaciones en la radio, spots, la difusión que se realice en páginas de internet, videos de reuniones públicas, asambleas o marchas en donde realice las promesas de campaña.

¿Por qué sancionar el incumplimiento de promesas de campaña?

En estos momentos no existe la obligación de parte de los candidatos de cumplir con sus promesas, por lo cual, pueden ofrecer cualquier cosa, sin detenerse a pensar en su viabilidad, tal pareciera que no toman conciencia de la realidad o que el pueblo no les importa al ofrecer proyectos que serán muy

difíciles o inclusive imposibles de cumplir haciendo de las campañas electorales una guerra de mentiras que ganara el que mejor lo engañe enfocándose solamente en la obtención de voto sin preguntarse que es lo que pasara después, como se cumplirá con lo que se a prometido o simplemente como seguiré teniendo la misma credibilidad.

“De acuerdo a todo lo que hemos observado alrededor de las campañas actuales, los ciudadanos se encuentran deseosos de encontrarse con candidatos que dejen de prometer lo que no van a poder cumplir, o simplemente que se comprometan a llevar a cabo acciones muy concretas para abatir los rezagos sociales, de manera que no importa que sus propuestas sean tan llamativas, si en realidad no podrán cumplirlo, ya sea por que se encuentran con los contrapesos de los otros poderes o los intereses diversos de otros partidos, o porque los presupuestos en la mayoría de las entidades publicas ya se encuentra previamente comprometido, en el gasto corriente o simplemente porque a la hora de llevar a cabo los estudios de presupuesto y factibilidad resulta que se convierten en situaciones completamente inoperables por cuestión de costos, de tiempos o de cualquier obstáculo legal que les impide la realización de los mismos. El caso es que por una o por otra cosa, la mayoría de los políticos se la pasan prometiendo situaciones que ni ellos mismos saben con certeza si se podrán llevar a cabo, precisamente porque no han elaborado estudios acerca de sus promesas.”<sup>12</sup>

Con el marketing y con la publicidad política se puede ganar una elección, pero no se gobierna. Se gobierna implementando políticas que solucionen verdaderamente los problemas de la gente para evitar consecuencias no deseadas. El bien común debe prevalecer sobre los indisimulables intereses individuales de los políticos.

---

<sup>12</sup>Vid. Diputado SANTOS ARREOLA, Francisco, op.cit.



Obligar a que los partidos políticos y los candidatos den cumplimiento a sus promesas de campaña, mejorar la rendición de cuentas de quienes desempeñan cargos de representación popular y evitar promesas electorales fuera de la realidad, pues incluso en el estudio del derecho comparado encontramos otros países que han tomado medidas, para el control de estas promesas electorales, que de igual manera quedan muchas veces en el olvido y reducidos simplemente a marketing electoral pasajero, e intrascendente a lo que se requiere un proceso de rendición de cuentas, responder a la ciudadanía y sancionar a quienes incumplan, a fin de que el partido político sea responsable y haya sanción para quien incumpla.

En resumen, se puede vislumbrar la necesidad de incrementar la participación ciudadana, la credibilidad en las elecciones y el interés de los ciudadanos para elegir a sus gobernantes, por ellos, es necesario sancionar las promesas de campaña y dar paso a un gobierno que cumpla y se comprometa por un bienestar social.

## **CAPÍTULO IV PROPUESTA PARA SANCIÓN A PARTIDOS POLÍTICOS POR INCUMPLIMIENTO A LAS PROMESAS DE CAMPAÑA.**

Para concluir este trabajo y tomando como referencia los elementos antes mencionados se presenta el proyecto de sanción a los partidos políticos por incumplimiento de promesas de campaña, el cual se puntualiza en los siguientes puntos:

### **4.1 SANCIÓN COMO MEDIO DE CUMPLIMIENTO DE PROMESAS DE CAMPAÑA.**

El derecho es un conjunto de normas que regulan de modo específico la conducta humana. La sanción se encuentra dentro de la expresión que se refiere a la conducta que reacciona contra un mal infringido; o bien lo podemos definir como un castigo que se impone por las autoridades administrativas a los infractores de la ley presuponiendo la existencia de un acto ilícito que es la oposición o infracción de un ordenamiento jurídico.

Actualmente los partidos políticos tienen como fin según el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su párrafo Cuarto; promover la participación del pueblo en la vida democrática y como organización de ciudadanos, hacer posible el acceso de estos al ejercicio del poder público.

Y esa legitimación de los partidos en el orden político fue apoyada decisivamente por dos fenómenos: el desarrollo del sufragio y el aumento y consolidación de los grupos sociales urbano en donde los partidos proponen programas y políticas para formar el gobierno. Esta función clave de todo sistema democrático se cumple principalmente a través de elecciones formando así la voluntad política de la nación pues su origen es la sociedad civil y su pertenencia a ella.

Partiendo de esto y tomando en cuenta que un partido político al obtener el poder mediante su candidato que fue electo incumple con lo que prometió u ofreció en la campaña electoral que apoyo y diseño para el bienestar del pueblo debe ser sancionado toda vez que se tenía la facultad para cumplir con la mayor parte de lo que se pretendía realizar.

Así como medio para que la ciudadanía siga participando en la democracia del país y con una credibilidad hacia los partidos políticos, el candidato y en su campaña proponemos lo siguiente:

#### 4.2 ADICIÓN AL ARTÍCULO 342 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el artículo 342 refiere a los supuestos que constituyen infracciones de los partidos políticos para poder ser sancionados, en los cuales no incluye ninguna que mencione el incumplimiento de promesas de campaña; es por eso que proponemos la adición de otro inciso quedando de la siguiente forma:

Constituyen infracciones de los Partidos Políticos al presente Código:

a)...

n) De resultar su candidato electo, el incumplimiento del 5% o más de los proyectos presentados en la plataforma electoral y compromisos de campaña exhibidos al momento del registro de la candidatura y sostenidas en toda su campaña electoral.

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

#### 4.3 ARTÍCULO 354 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, SANCIÓN RESPECTO A LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

El artículo 354 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales menciona las sanciones que serán aplicables a los partidos políticos de ser sujetos al procedimiento Sancionador Ordinario, sin embargo no señala ninguna sanción por el incumplimiento de promesas o compromisos de campaña; por lo que a continuación presentamos la adhesión del párrafo VII de dicho artículo quedando de la siguiente forma:

Las infracciones señaladas en los artículos anteriores serán sancionadas conforma a lo siguiente:

A) respecto a los partidos políticos:

I. Con amonestación pública;

II. Con multa.....

VII. En caso de que el candidato propuesto por el partido político sea electo; y este incumpla con las promesas o compromisos de campaña presentados al momento del registro de su candidatura, se podrá sancionar con la reducción del 70% de sus prerrogativas respecto a las otorgadas en la radio y televisión; y una multa de mil días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal.

Es penuria para nosotros mencionar que si un Partido Político debe de ser sancionado por el incumplimiento de promesas de campaña, también lo deberá ser el Candidato cuya figura y persona es quien representa o represento dichos compromisos y que de igual forma se comprometió a cumplirlos de quedar electo; por ello nos permitimos agregar la siguiente adición al artículo 47, fracción XXII de la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos, dando como fundamento los artículos que a continuación se menciona:

Artículo Segundo de la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos que a la letra dice: “Son sujetos de esta ley, los servidores públicos mencionados en el párrafo primero y tercero del artículo 108 Constitucional y todas aquellas personas que manejen o apliquen recursos económicos federales”.

Artículo 108 Constitucional párrafo primero: “para los efectos de las responsabilidades a que alude este título se reputaran como servidores públicos **a los representantes de elección popular**, a los miembros del poder....”.

Artículo 39 Constitucional que menciona: “la soberanía nacional reside esencial y originalmente en el pueblo. Todo poder público dimana del pueblo y se instituye para beneficio de este. El pueblo tiene en todo tiempo inalienable derecho de alterar o modificar la forma de su gobierno”.

Y el artículo 110 Constitucional en su párrafo tercero dice: “las sanciones consistirán en la destitución del servidor público y en su inhabilitación para desempeñar funciones, empleos, cargos o comisiones de cualquier naturaleza en el servicio público.”

Así tomando como fundamento los artículos anteriores proponemos que el artículo 47 de la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos con la respectiva adición quedaría de la siguiente manera:

Artículo 47.-Todo servidor público tendrá las siguientes obligaciones, para salvaguardar la legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad y eficiencia que deben ser observadas en el desempeño de su empleo, cargo o comisión, y cuyo incumplimiento dará lugar al procedimiento y a las sanciones que correspondan, sin perjuicio de sus derechos laborales, así con las normas específicas que al respecto rijan en el servicio de las fuerzas armadas:

I.- Cumplir con la máxima.....

XXII.-Abstenerse de cualquier acto u omisión que implique incumplimiento de cualquier disposición jurídica relacionada con el Servicio público y las que se relacionen directamente con el cumplimiento de los compromisos de campaña registrados con antelación ante el Instituto Federal Electoral, los que deberán ser realizados como quedo plasmado en el registro; de hallarse en alguno de estos supuestos se aplicara las sanciones previstas en el presente reglamento.

Lo anterior con la finalidad de que la formula de Partido Político y Candidato respondan por sus acciones recibiendo la sanción correspondiente.

Actualmente en el COFIPE no existe un artículo que regule las promesas de campaña; que como se menciona en las reformas anteriores serán necesarias para poder sancionar el incumplimiento de las mismas es por eso que proponemos lo siguiente:

4.4 ADICIÓN Y REFORMA DE LOS ARTÍCULOS 38 PÁRRAFO 1 INCISO J), 42 PÁRRAFO 2 INCISO F ,118 PÁRRAFO 1 INCISOS, N); 222, PÁRRAFO 1 Y 2 TODOS ELLOS DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.

Como lo mencionamos en el capítulo III punto 3.5 de promesas de campaña una de las pruebas que servirá para comprobar la existencia de dichas promesas, sería el registro de los compromisos de campaña, donde cabe aclarar que dicho registro no se encuentra visto en el COFIPE, es por eso que proponemos la reforma y adición a los siguientes artículos del mismo ordenamiento con la finalidad de que exista el registro y pueda ser otra prueba mas para sancionar el incumplimiento de las promesas de campaña quedando de la siguiente manera:

#### Artículo 38

1.- Son obligaciones de los partidos políticos nacionales:

a)...

j) Publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos que les corresponden en las estaciones de radio y en los canales de televisión, la plataforma electoral que sostendrán en la elección de que se trate así como los compromisos de campaña que hayan registrado antes y los que adquieran durante la campaña, los cuales también habrán de quedar registrados ante el instituto, a mas tardar cinco días después de haberlos expresado públicamente.

j) BIS. Se entiende por compromisos de campaña las obras, proyectos u ofertas que los candidatos prometen realizar en caso de resultar electos. Dichos compromisos de campaña deberán registrarse ante el Instituto.

#### Artículo 42

Se considera información pública de los partidos políticos:

a).....

f) Las plataformas electorales y programas de gobierno que registren ante el Instituto; así como los compromisos de campaña respectivos.

#### Artículo 118

El Consejo general tiene las siguientes atribuciones:

a)....

n) Registrar la plataforma electoral que para cada proceso electoral deben presentar los partidos políticos en los términos de este Código; así como los compromisos de campaña respectivos de cada candidato.

## Artículo 222

1. Para el registro de candidaturas a todo cargo de elección popular, el partido político postulante deberá presentar y obtener el registro de la plataforma electoral, y de los compromisos de campaña que sus candidatos sostendrán a lo largo de la campaña electoral.

2. La plataforma electoral y los compromisos de campaña deberán presentarse para su registro ante el Consejo General, dentro de los quince primeros días de febrero del año de la elección. Sin perjuicio de registrar con posterioridad, los compromisos de campaña que los candidatos expresen de manera pública, durante el desarrollo de la campaña electoral, los cuales se presentaran en los términos del artículo 38 párrafo 1 inciso j del presente ordenamiento. Del registro se expedirá constancia.

Con base en las reformas y adiciones antes mencionadas y propuestas, es de entender que esto debe seguirse siempre conforme a la ley, es por eso que para que exista una equidad entre las personas que denuncien el incumplimiento de las promesas o compromisos de campaña y los partidos políticos a continuación se presenta una síntesis del procedimiento Sancionador Ordinario, que es menester mencionar por ser el procedimiento a seguir para poder sancionar el incumplimiento de promesas o compromisos de campaña y que servirá para que todo se realice conforme a derecho.

### 4.5 EL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR ORDINARIO.

Las disposiciones generales de este procedimiento se ubican en los artículos 356, 357, 358, 359,360; mientras que el Procedimiento sancionador mismo lo hallamos los artículos 361 al 366 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.



#### Disposiciones Generales:

1. Los órganos para la tramitación y resolución del procedimiento sancionador son: el Consejo General del IFE, la Comisión de Denuncias y Quejas, la Secretaría del Consejo General del IFE; y las Juntas ejecutivas, locales y distritales serán órganos auxiliares en su respectivo ámbito.

2. Las notificaciones se harán dentro de los 3 días hábiles siguientes al que se dicte la resolución que las motive y desde ese momento surten efecto.

3. Para una citación o practica de una de una diligencia, la notificación será personal y cuando sea la primera notificación a alguna de las partes con 3 días de anticipación de la actuación o audiencia en días y horas hábiles. Las demás se harán por cedula que se fijaran en los estrados del instituto.

4. La notificación contendrá: denominación del órgano que dicto la resolución que se notificara, datos del expediente, extracto de la resolución, día y hora en que se deja el citatorio y nombre del a persona a quien se le entregó y el señalamiento del la hora del día siguiente que deberá esperar la notificación de haber dejado la primera a tercera persona; en caso de que al momento de regresar el interesado no se encuentre se notificara por estrados, se hará de igual forma cuando no se encuentre nadie en el domicilio señalado o si a quien se busca o terceras personas se nieguen a recibir la notificación.

5. Durante los procesos electorales todos los días y horas son hábiles, en caso de que las quejas se inicien antes del proceso electoral, los plazos se computaran por días hábiles, respecto de las que se presenten una vez iniciado aquel, por días naturales.

6. Los hechos controvertidos son objetos de prueba, en el desahogo de las pruebas se respetara el principio contradictorio dela prueba, siempre que ello no

signifique la posibilidad de demorar el proceso, o el riesgo de que se oculte o destruya el material probatorio.

7. Las pruebas deberán ser ofrecidas desde el escrito inicial que presenten las partes en el procedimiento; en donde serán admitidas las pruebas: documental pública, documental privada, técnicas, pericial contable, presuncional legal y humana e instrumental de actuaciones. La testimonial y confesional podrán ser admitidas cuando se ofrezca en acta levantada ante el fedatario público. Cualquiera de las dos partes pueden ofrecer pruebas supervinientes antes del cierre de la instrucción y una vez admitida esta se da vista a la parte contraria para que en término de 5 días manifieste lo que a su derecho convenga.

8. Los órganos que sustancien podrán hacer uso de las medidas de apremio para hacer cumplir sus resoluciones.

9. Las pruebas admitidas serán valoradas en conjunto y solo la documental pública tendrá valor pleno, las demás tendrán que concatenarse con las demás para tener un valor pleno.

10. Para la resolución expedita de las quejas y denuncias y con el objeto de determinar una sola resolución entre dos o mas de ellas, procederá la acumulación por litispendencia, conexidad o cuando exista vinculación de dos o mas expedientes del procedimiento por que exista varias quejas o denuncias contra un mismo denunciado, respecto a una misma conducta y provenga de una misma causa.

#### Procedimiento Sancionador Ordinario

1. El procedimiento podrá iniciar a instancia de parte, o de oficio cuando cualquier órgano del Instituto tenga conocimiento de la comisión de conductas infractoras.

2. La facultad de la autoridad electoral para fincar responsabilidades por infracciones administrativas prescribe en el término de cinco años.

3. Cualquier persona podrá presentar quejas o denuncias por presuntas violaciones a la normatividad electoral ante los órganos centrales o desconcentrados del Instituto; las personas morales lo harán por medio de sus representantes y las personas físicas lo harán por su propio derecho.

4. La queja o denuncia podrá ser presentada por escrito, en forma oral o por medio de comunicación eléctrica o electrónico y deberá cumplir con los siguientes requisitos:

a) Nombre del quejoso o denunciante, con firma autógrafa o huella digital;

b) Domicilio para oír y recibir notificaciones;

c) Los documentos que sean necesarios para acreditar la personería;

d) Narración expresa y clara de los hechos en que se basa la queja o denuncia y, de ser posible, los preceptos presuntamente violados;

e) Ofrecer y aportar las pruebas con que cuente; o en su caso, mencionar las que habrán de requerirse, cuando el promovente acredite que oportunamente las solicitó por escrito al órgano competente, y no le hubieren sido entregadas. El denunciante deberá relacionar las pruebas con cada uno de los hechos; y

f) Los partidos políticos deberán presentar las quejas o denuncias por escrito. En caso de que los representantes no acrediten su personería, la queja o denuncia se tendrá por no presentada.

5. Se prevendrá para que aclare su denuncia, cuando ésta sea imprecisa, vaga o genérica en un plazo de 3 días, en caso de no enmendar la omisión que se le requiera, se tendrá por no presentada la denuncia.

6. La autoridad que tome conocimiento de la interposición de una queja o denuncia deberá hacerla constar en acta, requiriendo la ratificación por parte del denunciante. En caso de no acudir a ratificar la denuncia o queja dentro del término de tres días contados a partir de que se le notifique la citación, se tendrá por no formulada la denuncia.

7. La queja o denuncia podrá ser formulada ante cualquier órgano del Instituto, debiendo ser remitida dentro del término de 48 horas a la Secretaría para su trámite, una vez que realicen las acciones necesarias para impedir el ocultamiento, menoscabo o destrucción de pruebas, así como para allegarse de elementos probatorios adicionales que estimen pudieran aportar elementos para la investigación, sin que dichas medidas impliquen el inicio anticipado de la misma.

8. Recibida la queja o denuncia, la Secretaría procederá a:

a) Su registro, debiendo informar de su presentación al Consejo General;

b) Su revisión para determinar si debe prevenir al quejoso;

c) Su análisis para determinar la admisión o desechamiento de la misma;

d) en su caso, determinar y solicitar las diligencias necesarias para el desarrollo de la investigación.

9. La Secretaría contará con un plazo de cinco días para emitir el acuerdo de admisión o propuesta de desechamiento, contado a partir del día en que reciba la queja o denuncia.

10. La queja o denuncia será improcedente cuando:

a) Tratándose de quejas o denuncias que versen sobre presuntas violaciones a la normatividad interna de un partido político, el quejoso o denunciante no acredite su pertenencia al partido de que se trate o su interés jurídico; y no haya agotado las instancias internas del partido.

b) por actos o hechos imputados a la misma persona que hayan sido materia de otra queja o denuncia que cuente con resolución del Consejo respecto al fondo y ésta no se haya impugnado ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, o habiendo sido impugnada haya sido confirmada por el mismo Tribunal; y

c) se denuncien actos de los que el Instituto resulte incompetente para conocer.

11. Procederá el sobreseimiento de la queja o denuncia, cuando:

a) Habiendo sido admitida la queja, sobrevenga alguna de las causales de improcedencia;

b) el denunciado sea un partido político que, con posterioridad a la admisión de la queja o denuncia, haya perdido su registro; y

c) el denunciante presente escrito de desistimiento, o por el avance de la investigación, no se trate de la imputación de hechos graves, ni se vulneren los principios rectores de la función electoral.

12. El estudio de las causas de improcedencia o sobreseimiento de la queja o denuncia se realizará de oficio.

13. Cuando durante la sustanciación de una investigación la Secretaría advierta hechos distintos al objeto de ese procedimiento que puedan constituir

distintas violaciones electorales, o la responsabilidad de actores diversos a los denunciados, podrá ordenar el inicio, de oficio, de un nuevo procedimiento de investigación.

14. La secretaría llevará un registro de las quejas desechadas e informará de ello al Consejo. (DR)IJ

15. Admitida la queja o denuncia, la Secretaría emplazará al denunciado. Con la primera notificación al denunciado se le correrá traslado con una copia de la queja o denuncia, así como de las pruebas que en su caso haya aportado el denunciante, concediéndole un plazo de 5 días para que conteste respecto a las imputaciones que se le formulan. La omisión de contestar sobre dichas imputaciones únicamente tiene como efecto la preclusión de su derecho a ofrecer pruebas., sin generar presunción respecto a la veracidad de los hechos denunciados.

El plazo para llevar a cabo la investigación no podrá exceder de cuarenta días, contados a partir de la recepción del escrito de queja o denuncia en la Secretaría o del inicio de oficio del procedimiento por parte del Secretario. Dicho plazo podrá ser ampliado de manera excepcional por una sola vez, hasta por un periodo igual al antes señalado, mediante acuerdo debidamente motivado que emita la Secretaría.

Si dentro del plazo fijado para la admisión de la queja o denuncia, la Secretaría valora que deben dictarse medidas cautelares lo propondrá a la Comisión de Quejas y Denuncias para que esta resuelva, en un plazo de veinticuatro horas, lo conducente, a fin lograr la cesación de los actos o hechos que constituyan la infracción, evitar la producción de daños irreparables, la afectación de los principios que rigen los procesos electorales, o la vulneración de los bienes jurídicos tutelados por las disposiciones contenidas en este Código.

Las diligencias que se realicen en el curso de la investigación deberán ser efectuadas por la Secretaría, a través del servidor público o por el apoderado legal, por los vocales ejecutivos de los órganos desconcentrados del Instituto; excepcionalmente, los vocales antes señalados podrán designar a alguno de los vocales de las juntas para que lleven a cabo dichas diligencias

16. El escrito de contestación deberá cumplir con los siguientes requisitos:

a) Nombre del denunciado o su representante, con firma autógrafa o huella digital;

b) Deberá referirse a los hechos que se le imputan, afirmándolos, negándolos o declarando que los desconoce;

c) Domicilio para oír y recibir notificaciones;

d) Los documentos que sean necesarios para acreditar la personería; y,

e) Ofrecer y aportar las pruebas con que cuente debiendo relacionar éstas con los hechos

17. La investigación para el conocimiento cierto de los hechos se realizará por el Instituto de forma seria, congruente, idónea, eficaz, expedita, completa y exhaustiva.

18. Concluido el desahogo de las pruebas y, en su caso, agotada la investigación, la Secretaría pondrá el expediente a la vista del quejoso y del denunciado para que, en un plazo de cinco días, manifiesten lo que a su derecho convenga. Transcurrido el plazo a que se refiere el párrafo anterior procederá a elaborar el proyecto de resolución correspondiente, en un término no mayor a diez días contados a partir del desahogo de la última vista. Vencido el plazo antes mencionado el Secretario podrá ampliarlo mediante acuerdo en

el que se señalen las causas que lo motiven; la ampliación no podrá exceder de diez días.

19. El proyecto de resolución que formule la Secretaría será enviado a la Comisión de Quejas y Denuncias, dentro del término de cinco días, para su conocimiento y estudio.

20. El presidente de la citada Comisión, a más tardar al día siguiente de la recepción del dictamen, convocará a los demás integrantes de la misma a sesión, la que deberá tener lugar no antes de veinticuatro horas de la fecha de la convocatoria, con la finalidad de que dicho órgano colegiado analice y valore el proyecto de resolución, atendiendo a lo siguiente:

a) Si el primer proyecto de la Secretaría propone el desechamiento o sobreseimiento de la investigación, o la imposición de una sanción y la Comisión está de acuerdo con el sentido del mismo, será turnado al Consejo General para su estudio y votación;

b) en caso de no aprobarse el desechamiento o sobreseimiento, o la imposición de la sanción, la Comisión devolverá el proyecto al Secretario, exponiendo las razones de su devolución, el perfeccionamiento de la investigación;

c) en un plazo no mayor a 15 días después de la devolución del proyecto se emitirá un nuevo proyecto de resolución.

21. Una vez que el presidente del Consejo reciba el proyecto correspondiente, convocará a sesión, remitiendo copias del mismo a los integrantes de dicho órgano por lo menos tres días antes de la fecha de la sesión, para determinar:

a) Aprobarlo en los términos en que se le presente;



b) Aprobarlo, ordenando al secretario del Consejo General del IFE realizar el engrose de la resolución en el sentido de los argumentos, consideraciones y razonamientos expresados por la mayoría;

c) Modificarlo, procediendo a aprobarlo dentro de la misma sesión, siempre y cuando se considere que puede hacerse y que no contradice lo establecido en el cuerpo del dictamen;

d) Rechazarlo y ordenar a la Secretaría elaborar un nuevo proyecto en el sentido de los argumentos, consideraciones y razonamientos expresados por la mayoría; y

e) Rechazado un proyecto de resolución se entiende que se aprueba un acuerdo de devolución.

22. En el desahogo de los puntos de la orden del día en que el Consejo deba resolver sobre los proyectos de resolución relativos a quejas o denuncias, éstos se agruparán y votarán en un solo acto, salvo que alguno de sus integrantes proponga su discusión por separado.

En este apartado es de importancia mencionar que el recurso que tendrá el Partido político de resultar inconforme por dicha sanción será el recurso de Revisión que está contemplado en el artículo 35 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, donde la competencia, sustanciación, resolución y notificaciones estarán a lo dispuesto en el título Segundo del mismo ordenamiento.

#### 4.6 REGLAMENTO DE QUEJAS Y DENUNCIAS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

Este punto ineludible mencionar ya que este reglamento servirá como apoyo para la substanciación del procedimiento sancionador ordinario pues regular los procedimientos sancionadores aplicables por la comisión de faltas

administrativas establecidas en los Capítulos Primero, Segundo, Tercero y Cuarto del Título Primero del Libro Séptimo del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con la finalidad de determinar la existencia de faltas en la normatividad electoral.

Fue aprobado en sesión extraordinaria celebrada con fecha 7 de julio de 2008, por la Comisión de Quejas y Denuncias.

#### 4.7 VINCULACION DE LOS PUNTOS ANTERIORES.

Una vez expresada nuestra propuesta, podemos concluir para finalizar este capítulo que es necesario que se tomen las medidas necesarias para que haya una sanción al incumplimiento de las promesas o de los compromisos que adquieren los candidatos electos y su partido político quien fue el que lo ayudo a obtener el triunfo, quien además comparte sus objetivos e ideal; por esta razón nosotros al proponer este trabajo proponemos una posible solución ya que de ser viable esta será de acuerdo a la tramitación de todo un desarrollado proceso y con la resolución estimada de las autoridades competentes, con la finalidad de que haya una equidad para ambas partes (quejoso y denunciado) y ambos puedan defenderse en iguales circunstancias no cayendo en alguna arbitrariedad puesto que todo se formalizará conforme a la ley y con el firme propósito de que personas que pretenden acceder al poder y los partidos políticos tomen mas en serio su función y tengan en cuenta que el beneficio es para todos no solo de unos pocos, hay que poner un alto a las falsas promesas y quitar la apatía de la ciudadanía construyendo unas elecciones con participación y con proyectos reales.

## CONCLUSIONES

### Primera:

Durante la presente investigación se concluye que durante la campaña electoral se emiten una variedad de promesas, que en algunos casos resultan imposibles de cumplir, o que simplemente se cumplen parcialmente, lo que ha generado la molestia, incredulidad y disminución de la participación ciudadana, por lo que es menester prestar mayor atención a este problema, erradicando el incumplimiento de las promesas de campaña en la que se basa el candidato para obtener simpatizantes y confianza en los electores para conseguir la posesión del cargo político ; así pues la una manera viable para evitar que se prometan objetivos inalcanzables es mediante las sanciones propuestas en el presente trabajo las cuales van dirigidas hacia el partido político y el candidato, a fin de obligar a estos a mantener un compromiso y una seriedad en sus propuestas, proyectos y objetivos a realizar planteados en su plataforma electoral, esto con el objetivo de generar el incremento del cumplimiento de las mismas, de manera satisfactoria, con el objetivo de que el partido político y el candidato se sientan responsables y comprometidos con la ciudadanía y así mismo generar mayor credibilidad y aumento en la participación ciudadana.

### Segunda:

El uso de las prerrogativas del acceso a la radio y televisión otorgadas a los partidos políticos al ser medios que permiten llegar mas rápida o eficazmente al poder, son explotadas de sobremanera los partidos utilizando dicha herramienta como estrategia para tener un mayor auge y reconocimiento hacia la ciudadanía, empleando mensajes continuos y de conciencia sin embargo también hay en algunos casos mensajes absurdos e inverosímiles, con la finalidad de sobresalir de los demás partidos de oposición y así obtener una eficiencia del uso de la radio y televisión.

Por lo anterior en la propuesta se establece la reducción del 50% de prerrogativas otorgadas respecto a la radio y televisión con la finalidad de que los partidos políticos tomen conciencia de la importancia y el alcance que tienen al emitir mensaje hacia la ciudadanía, además de exhortarlos a realizar una campaña electoral con mayor seriedad y compromiso.

Tercera:

Respecto a la campaña electoral está de una visión al partido político para saber sus probabilidades de triunfo pues mucho depende de su estructura para recibir el apoyo esperado y conseguir el que aún no se tiene.

Una campaña electoral le da al partido político un apoyo que no tan sólo está presente en la duración de la campaña; si no más allá de las elecciones independientemente del triunfo o no pues la obtención de esta ayuda servirá para ganar más simpatizantes o militantes que los haga mantenerse vigentes como partido político; asegurando un futuro para el partido y una nueva oportunidad para llegar a la cima en unas próximas elecciones.

Cuarta:

Desde nuestro punto de vista concluimos que el COFIPE a pesar de tener un buen ordenamiento en materia electoral le hace falta la regulación en el incumplimiento de las promesas o compromisos de campaña donde la propuesta para sancionar a los partidos políticos y candidato se vuelve una solución viable para terminar o disminuir el problema de abstención y la incredulidad ciudadana.

Esta propuesta es el medio de hacer responsable a los partidos políticos y candidatos de diseñar una verdadera plataforma electoral y de registrar compromisos de campañas haciendo unas elecciones libres de falacias; pues de lo contrario ellos mismo se situarían en el precepto. Por lo anterior el

presente trabajo constituye una oportunidad para reflexionar acerca de los mecanismos que nos permitan materializar un México libre de promesas sin cumplir y cansado de no creer en sus representantes a cambio de un México con credibilidad en el que se vea el apoyo de todo un pueblo y con un desarrollo constante.

## BIBLIOGRAFÍA

PÉREZ GÁNDARA, Raymundo y otros, "Apuntes de derecho Electoral", editorial Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, 2000.

VALDEZ ZEPEDA, Andrés, "El arte de ganar elecciones", Editorial Trillas, México 2006.

## DICCIONARIOS:

CABANELLAS DE TORRES, Guillermo, "Diccionario Jurídico Elemental", editorial Heliasta, Argentina 1997.

CASTILLO DEL VALLE, Alberto Del. Diccionario de derecho electoral, Editorial: Instituto Estatal Electoral de Hidalgo, 1ª Ed., Pachuca, 2000.

VALLETA, María Laura, "Diccionario Jurídico", 3ª edición, Valleta Ediciones, Argentina 2004.

"Diccionario Electoral", Tomo II, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Edit. UNAM, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, IFE, 3ª edición, México 2003.

"Diccionario Jurídico Espasa", Editorial ESPASA, 3ª edición, Madrid 2006.

## HEMEROGRAFÍA:

ESCOBEDO, Juan Francisco, "Campañas electorales", Órgano Informativo Del Tribunal Electoral Del Estado De Nuevo León, año 6, publicación numero 46, 30-Abril-2002.

AZZONI, Gabriela, "La brecha entre las promesas de campaña y la gestión", Los andes, (en línea disponible):

<http://www.losandes.com.ar/notas/2008/12/9/opinion-397077.asp>, martes 31 de marzo de, 2009, 19:41 p.m.

“Plataformas electorales federales del año 2000”, México, IFE, [s. n.], 2000.

#### FUENTES LEGISLATIVAS:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Propaganda Institucional y político-electoral de Servidores Públicos.

Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral

#### FUENTES ELECTRÓNICAS:

Concepto de sanción: <http://www.definiciones.com.mx/definicion/S/sancion/>.

Concepto de candidato: <http://www.wordreference.com/definicion/candidato>.

Concepto de prerrogativa: <http://www.deperu.com/diccionario/?pal=prerrogativa>.

Concepto de financiamiento: <http://es.mimi.hu/economia/financiamiento.html>.

Concepto de franquicia: <http://es.thefreedictionary.com/franquicia>.

Concepto de sanción:

<http://www.todoelderecho.com/search/search.pl?Terms=+sancion&submit>.

LUIS ELADIO Proaño, Ex director General de CIESPAL. (En línea) Disponible: <http://www.lupaciudadana.com.mx/SACSCMS/XStatic/lupa/images/nuevo/logo.gif>, 09 de Febrero del 2009 06:08 p.m.

LÓPEZ CHAVARRÍA, José Luis, Campañas Electorales, (en línea disponible): <http://www.jurídicas.unam.mx/inst/direc/datper.htm?p=htm>.

Diputado SANTOS ARREOLA Francisco, exposición de motivos de la iniciativa presentada ante el Congreso de la Unión, la que contiene: Proyecto de Decreto por el que se Reforman y Adicionan diversas disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, de la Ley de Planeación y se Adiciona a la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos. (Disponible en línea) <http://senado.gob.mx/gace.php?sesion=2008/05/07/1&documento=64>.