



Para efectos de esta Ley se entenderá por artículos promocionales utilitarios aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, candidato común, coalición o candidato que lo distribuye.

Los artículos promocionales utilitarios sólo podrán ser elaborados con material textil.

La entrega de cualquier tipo de material que contenga propaganda política o electoral de partidos, candidato común, coaliciones o candidatos, en el que se oferte o entregue algún beneficio directo, indirecto, mediato o inmediato, en especie o efectivo, a través de cualquier sistema que implique la entrega de un bien o servicio, ya sea por sí o interpósita persona está estrictamente prohibida a los partidos, candidatos, sus equipos de campaña o cualquier persona. Dichas conductas serán sancionadas de conformidad con esta Ley y se presumirá como indicio de presión al elector para obtener su voto.

El partido político, candidato registrado o simpatizante que viole lo dispuesto en este artículo, será sancionado en los términos previstos en la presente Ley.

**Artículo 64.-** La distribución o colocación de la propaganda electoral deberá respetar los tiempos legales que se establezcan para cada caso. El fin de su distribución deberá efectuarse tres días antes de la jornada electoral.

En el caso de la propaganda colocada en vía pública, deberá retirarse durante los siete días posteriores a la conclusión de la jornada electoral.

La omisión en el retiro o fin de distribución de la propaganda, serán sancionados conforme a esta Ley.

Para los efectos de este Capítulo, se entenderá por propaganda de precampaña al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo de precampaña difunden los precandidatos con el propósito de dar a conocer sus propuestas y obtener la candidatura a un cargo de elección popular.

Durante las precampañas sólo se podrán utilizar artículos utilitarios textiles.

La propaganda de precampaña deberá señalar de manera expresa, por medios gráficos y auditivos, la calidad de precandidato de quien es promovido.

**Artículo 65.-** Para los efectos de la fracción X del artículo 18, los partidos políticos, coaliciones o candidatos independientes, podrán contratar publicidad para difundir sus actividades ordinarias, precampaña y de campaña en medios de comunicación impresos y electrónicos distintos a radio y televisión, para tal efecto el Instituto celebrará convenio con los representantes de los medios de comunicación.

El Consejo General del Instituto creará la Comisión de Medios de Comunicación, encargada de convenir las tarifas publicitarias con medios distintos a radio y televisión durante el proceso electoral respectivo, misma que estará integrada por dos consejeros electorales y los representantes de los partidos políticos. Una vez agotado el fin para el que fue creada, la Comisión se disolverá y se creará nuevamente durante el siguiente proceso electoral.

El convenio con los representantes de los medios de comunicación será aprobado por el Consejo General y contendrá:

I. Un catálogo de tarifas por unidad y por paquete de espacio para propaganda electoral, relacionada con los cargos de elección popular, incluyendo las promociones y el costo por publicidad, según sea el caso, que tengan a disposición de los partidos políticos, coaliciones o candidatos independientes para su contratación;



II. La garantía de que las tarifas publicitarias que se cobren a los partidos políticos, coaliciones o candidatos independientes sean equitativas, procurando sean inferiores a las de la publicidad comercial, e iguales para todos; y

III. La prohibición de obsequiar espacios a algún partido político, coalición, candidatura común, precandidato o candidato, aspirante o candidato independiente, salvo que opere para todos en la misma proporción.

El Instituto informará oportunamente y en condiciones de equidad, a todos los partidos políticos, coaliciones o candidatos independientes, las diferentes modalidades y tarifas publicitarias de los servicios ofrecidos por las empresas de los medios de comunicación distintos a radio y televisión. Durante el proceso electoral, la contratación de los espacios orientados a la promoción del voto a favor de los candidatos a cargos de elección popular, exclusivamente se realizará por los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes o candidatos independientes con los medios de comunicación que hubieran suscrito el convenio al que se hace referencia en el presente artículo, y los contratos se celebrarán con la participación de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el responsable de la administración de los recursos de los candidatos independientes, en sus respectivos ámbitos de competencia, con el objeto de vigilar el cumplimiento del convenio y las disposiciones en esta materia.

Los medios de comunicación que realicen contratos publicitarios con los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes o candidatos independientes, estarán obligados a proporcionar oportunamente al Instituto la información que éste les requiera.

El Instituto informará oportunamente y en condiciones de equidad a todos los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes y candidatos independientes, los espacios públicos de que puedan disponer para la fijación de su propaganda electoral.

**Artículo 66.-** Los partidos políticos, precandidatos y simpatizantes están obligados a retirar su propaganda electoral de precampaña para su reciclaje, por lo menos tres días antes al inicio del plazo para el registro de candidatos de la elección de que se trate. De no retirarse, el Instituto tomará las medidas necesarias para su retiro con cargo a la ministración del financiamiento público que corresponda al partido, además de la imposición de la sanción que al respecto establezca la presente Ley; y en su caso la Ley General.

### Capítulo III De las Encuestas y Sondeos de Opinión

**Artículo 67.-** El Instituto realizará las funciones, en materia de encuestas o sondeos de opinión en el marco de los procesos electorales, atendiendo a las reglas, lineamientos y criterios que emita el Consejo General.

Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora de cierre de las casillas, queda estrictamente prohibido publicar, difundir o dar a conocer por cualquier medio de comunicación, los resultados de las encuestas o sondeos de opinión, que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales.

Las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión deberán presentar al Instituto un informe sobre los recursos aplicados en su realización en los términos que disponga la autoridad electoral correspondiente.

La metodología, costos, personas responsables y resultados de las encuestas o sondeos serán difundidas en su página de Internet, por el Instituto.