



**DIPUTADA GIULIANNA BUGARINI TORRES
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DEL ESTADO
P R E S E N T E.**

Quien suscribe, Diputada local **ERENDIRA ISAURO HERNANDEZ**, integrante de la Septuagésima Sexta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 36 fracción II y 44 fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo; artículos 8 fracción II, 234 y 235 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, presento al pleno de esta soberanía, **la Iniciativa que reforma el tercer párrafo del artículo 160 y el artículo 161 del Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo**, en base a la siguiente:

Exposición de Motivos

La Transformación de la Comunicación Política a partir de la masificación y el acceso a internet ha hecho que La dinámica electoral evolucione drásticamente en la última década. Lo que antes se limitaba a pintas de bardas, volantes y reuniones vecinales, hoy se ha trasladado masivamente al espectro digital. Las redes sociales y las plataformas de internet se han convertido en la principal vía de comunicación entre los aspirantes políticos y la ciudadanía, especialmente durante los procesos internos de los partidos.

Sin embargo, nuestro marco jurídico local, específicamente en lo relativo a las precampañas, mantiene definiciones que no reflejan con total claridad esta realidad, lo que genera zonas de incertidumbre jurídica, los podcasts dirigidos, las entrevistas digitales pagadas, los videos cortos haciendo trends, o los anuncios digitales promocionando la imagen de personas en otro papel no exactamente de pre candidatos de un partido son cada vez más frecuentes.



H. CONGRESO DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO



Antes generar contenido digital ingenioso para posicionar un nombre era difícil y complicado, ahora herramientas como la IA permite vestir a una pre candidata o pre candidato como super héroe en un video corto en tik-tok bailando para ser tendencia.

Un anuncio publicitario en Facebook ahora puede ser más dirigidos a un público específico, por preferencia política, sexo, edad y zona geográfica, y además puede hacer que el presionar dicho anuncio te remita directo a un canal de noticias de WhatsApp, para tener una interacción más directa e íntima entre el pre candidato y quienes visitan sus anuncios publicitarios.

La falta de una regulación en cuanto a la propaganda en los medios digitales provoca un claro vacío Legal en las Precampañas.

Las precampañas tienen como fin que los aspirantes se dirijan a los militantes y simpatizantes de sus partidos para obtener una candidatura. No obstante, las plataformas digitales, por su naturaleza abierta y viral, permiten que un mensaje dirigido a "militantes" alcance a la población general.

Actualmente, el artículo 160 del Código Electoral de nuestra entidad define la propaganda de precampaña de forma general, pero la falta de mención explícita de los "medios y plataformas digitales" permite que se realicen gastos millonarios en pauta digital que no siempre son reportados correctamente como gastos de precampaña, dado que se puede argumentar que los videos o banners en internet no son "propaganda" en el sentido tradicional, evadiendo así las regulaciones de contenido.

Es obvia la necesidad Certeza y Equidad en cuanto a la promoción de los pre candidatos en los medios digitales, es urgente establecer en la ley que un post patrocinado en Facebook o un video en TikTok es, jurídicamente, propaganda electoral si busca posicionar a un precandidato. Al reformar los artículos 160 y 161, garantizamos en primer lugar la Fiscalización, para que la autoridad electoral pueda auditar cada peso gastado en internet durante las precampañas, también garantizamos la Equidad en la contienda interna de los partidos políticos: para que



ningún precandidato obtenga ventaja indebida mediante el uso desmedido de recursos digitales no regulados, con esta reforma además buscamos una plena Legalidad, para que las reglas de contenido (no calumnia, no violencia política) apliquen con el mismo rigor en el mundo virtual que en el físico.

Es por lo tanto muy importante actualizar nuestro marco legal electoral a una realidad, donde las contiendas electorales internas, no se dan únicamente en las calles, las casas, a través de los carteles o pintas, ya se hace desde hace mucho tiempo en la gran plaza digital que son los medios y las plataformas digitales, los cuales son urgentes de reglamentar para así garantizar una contienda electoral mas justa.

Es por lo anteriormente expuesto y fundado, por lo que permito presenta ante el pleno de esta soberanía, la siguiente iniciativa con proyecto de:

DECRETO

Único. – Se reforma el tercer párrafo del artículo 160 y el artículo 161 del Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 160. ...

...

Se entiende por propaganda de precampaña el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones **incluidas aquellas**

difundidas por medios digitales, que durante el periodo establecido por la ley y el que señale la convocatoria respectiva difunden los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular con el propósito de dar a conocer sus propuestas. La



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

ARTÍCULO 161. Los partidos políticos o coaliciones, sus dirigentes, militantes y aspirantes, así como los simpatizantes de éstos no podrán realizar ningún acto ni difundir por **cualquier medio incluidos las plataformas y medios digitales**, propaganda de precampaña fuera de los tiempos establecidos por el calendario que hayan presentado ante el Consejo General para el proceso de selección de candidatos en los términos de este Código. La infracción a esta disposición será sancionada, dependiendo de la gravedad, conforme a lo establecido en el presente Código.

TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo.

SEGUNDO. El Instituto Electoral de Michoacán deberá actualizar sus reglamentos de fiscalización y monitoreo de medios para incluir las especificaciones técnicas sobre la propaganda digital en precampañas, en un plazo no mayor a 90 días naturales contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.

TERCERO. Se derogan todas las disposiciones legales o administrativas que se opongan al presente Decreto.

Michoacán de Ocampo, a 12 de febrero de 2026.

ATENTAMENTE

Diputada Eréndira Isauro Hernández