



INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL, REGLAMENTARIA DEL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, QUE PRESENTAN LAS SENADORAS Y LOS SENADORES INTEGRANTES DE LOS GRUPOS PARLAMENTARIOS DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL Y DEL PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO DEL SENADO DE LA REPÚBLICA.

Las senadoras y los senadores integrantes de los Grupos Parlamentarios del Partido Revolucionario Institucional y del Partido Verde Ecologista de México de la LXII Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, en ejercicio de la facultad otorgada por la fracción II del artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de conformidad con lo previsto por los artículos 8, numeral , fracción I; 164 y 169, todos del Reglamento del Senado de la República, sometemos a la consideración de esta Soberanía, la siguiente Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley de Propaganda Institucional, reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo con la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. INTRODUCCIÓN

La reforma constitucional en materia electoral de 2007 tuvo como uno de sus fines establecer un nuevo modelo de comunicación política, que asegurara mayor equidad de la contienda. Muchos de estos cambios tuvieron como objetivo regular la propaganda gubernamental para evitar la influencia indebida de los servidores públicos en las elecciones.

La reforma introdujo una prohibición de contratación de los tiempos en radio y televisión por los partidos, candidatos y particulares y estableció que el acceso de los partidos políticos a los espacios en radio y televisión se podrá hacer únicamente dentro de los tiempos que correspondan al Estado y su distribución será una competencia exclusiva de la autoridad electoral.

Las nuevas reglas prohibieron la transmisión en los medios de comunicación social de la propaganda gubernamental federal, estatal y local, así como de cualquier otro ente público, durante las campañas electorales de todos los niveles y hasta que concluya la jornada electoral respectiva. Precisamente para hacer frente a los problemas relacionados con el uso de los recursos y propaganda públicos en las campañas, mediante la reforma de 2007 se adicionó el artículo 134 constitucional.

La reforma estableció un plazo para expedir la ley reglamentaria que permitiera completar el marco normativo de la disposición contenida en el artículo 134 constitucional, mismo que a la fecha no se ha cumplido. El legislador solamente



reguló algunos aspectos en los artículos 2 y 228 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

Dada la ausencia de una ley reglamentaria para este artículo, que establecería reglas claras de difusión de la propaganda gubernamental, más allá de lo regulado en materia electoral las limitaciones a la misma se encuentran establecidas en la jurisprudencia y criterios del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), así como en los reglamentos del Instituto Federal Electoral.

En el artículo 134 constitucional se prevé que todos los servidores públicos de la Federación, los Estados y los municipios, así como del Distrito Federal y sus delegaciones, que tengan bajo su responsabilidad recursos públicos, deben aplicarlos con imparcialidad, respetando la equidad en la contienda electoral, y se les prohíbe difundir propaganda que incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

El artículo 134 constitucional, además de los mencionados poderes públicos, órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública, se refiere también a "cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno".

En consecuencia, la Sala Superior del Tribunal Electoral, basándose en la doctrina del derecho administrativo, precisó que por "ente público" debe entenderse a "toda persona de derecho público, esto es, sujeta a uno o varios ordenamientos jurídicos, que además es creada por un acto del legislador, es decir, por una ley, que realizan funciones o actividades del Estado, con facultades de decisión y ejecución que pueden llegar a afectar unilateralmente a los particulares".

De acuerdo al criterio de la Sala Superior, los servidores públicos que son sujetos obligados del párrafo octavo del artículo 134 constitucional, son:

- Los poderes públicos.
- Los órganos autónomos.
- Las dependencias y entidades de la administración pública.
- Cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno

En nuestro país hace falta expedir una ley reglamentaria del artículo 134 constitucional que regule de manera integral la propaganda institucional, como lo ordena la propia norma.

En razón de ello, derivado de la nueva regulación constitucional en materia electoral y la falta de reglamentación en materia de propaganda institucional, la Reforma Político-electoral de 2014 retoma nuevamente la necesidad de expedir la ley reglamentaria del artículo 134 constitucional y para ello, estableció un nuevo plazo perentorio "durante el segundo periodo de sesiones ordinarias del segundo año de ejercicio de la LXII Legislatura".



II. CONSIDERACIONES

En los Grupos Parlamentarios del Partido Revolucionario Institucional y del Partido Verde Ecologista de México, consideramos que la propaganda institucional debe ser un bien útil para la ciudadanía y un canal de comunicación entre el Estado y la población, la cual debe contener al menos, las siguientes características: clara, objetiva, fácil de entender, necesaria, útil y relevante para la sociedad.

Asimismo, los Grupos Parlamentarios del Partido Revolucionario Institucional y del Partido Verde Ecologista de México, consideramos que es necesario evitar que la publicidad institucional sea utilizada como propaganda encubierta. Con esta reglamentación se prohíbe promover implícita o explícitamente los intereses de las entidades públicas o de algún partido político, así como destacar los logros de la gestión gubernamental.

También, resulta necesario que la ley incorpore los requisitos que deberá cumplir las campañas de propaganda institucional, así como su apego a los objetivos, duración y costos, a efecto de que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos y no a quien las promueve.

III. CONTENIDO DE LA REFORMA

La presente iniciativa ha tenido en cuenta que los propósitos de la publicidad institucional son realizar campañas de orientación cívica, de salud, educación y seguridad pública; difundir los avances legislativos que amplíen los derechos fundamentales o impongan obligaciones a los gobernados; promover el ejercicio de los derechos constitucionales y el cumplimiento de los deberes de los ciudadanos; transmitir información relativa a estados de emergencia ocasionados por desastres naturales; incidir en el comportamiento social y estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública y, en general, informar sobre cualquier hecho que sea de interés público.

El proyecto establece que la Ley es de orden público, interés social y observancia general en el territorio nacional.

Propone como objeto de la Ley, reglamentar el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la propaganda de las entidades públicas.

Los sujetos obligados al cumplimiento de la Ley son:

- Los poderes públicos.
- Los órganos autónomos.
- Las dependencias y entidades de la administración pública.
- Las dependencias y entidades de cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno.



Se incluye un artículo de definiciones en lo relativo a tiempos, servidores públicos y entes públicos.

Se define a la propaganda institucional como: la información que difunden los servidores y entidades públicas, para hacer del conocimiento de la ciudadanía los resultados, programas y acciones, a través de los medios de comunicación social.

El proyecto plantea que la propaganda deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social y que su contenido deberá respetar el principio de imparcialidad y no podrá estar dirigido a influir en la equidad de la competencia electoral entre partidos políticos, precandidatos y candidatos.

Asimismo, establece que la propaganda difundida no podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

Se reafirma lo que la Constitución prohíbe, es decir, la propaganda no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. No se considerará como propaganda, a los informes anuales de labores o de gestión de servidores públicos.

Asimismo, la ley prevé la prohibición expresa de la difusión de cualquier tipo de propaganda oficial desde el inicio de las campañas hasta la conclusión de la jornada electoral. Durante dicho periodo, únicamente estarán permitidas las campañas de información de las autoridades electorales, las que sean necesarias para la protección civil en casos de emergencia; así como las que puedan resultar imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el correcto desenvolvimiento de los servicios públicos.

Se establecen los criterios que deberán cumplir el gasto que realicen los entes públicos para la difusión de la propaganda: eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez y que dicho gasto respete los montos, límites y condiciones de ejercicio que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos.

Prohíbe la contratación de medios de comunicación para la difusión de propaganda institucional presentada como información periodística o noticiosa.

Ningún medio de comunicación podrá ser discriminado en su contratación para la difusión de propaganda institucional, por razón de su línea editorial.

Crea el Comité de Revisión de la Propaganda Institucional del Instituto Nacional Electoral, que estará integrado por tres consejeros electorales designados por el Consejo General del Instituto, por un periodo de tres años.



Se faculta al Comité para interpretar en el orden administrativo la Ley; conocer y resolver las quejas que se interpongan por infracciones a la Ley, así como ordenar las medidas cautelares; orientar y asesorar a los entes y servidores públicos respecto del contenido y difusión de la propaganda institucional; promover y/o ejecutar la capacitación de los servidores públicos en materia de propaganda; y hacer públicos los criterios que adopte en la interpretación y aplicación de la Ley.

El proyecto señala que toda la información relacionada con la propaganda institucional tiene carácter público y que éstos tendrán acceso a la propaganda.

Faculta a la Auditoría Superior de la Federación o su equivalente en las entidades federativas para llevar a cabo la revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de propaganda institucional.

Se establece como infracciones de los entes o servidores públicos:

- Difundir propaganda institucional violatoria del principio de imparcialidad.
- Difundir propaganda institucional que incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.
- Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los servidores públicos.
- El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en la ley.

Cuando el Comité resuelva sobre la existencia de una infracción, procederá conforme a lo siguiente:

- Integrará un expediente que será remitido al superior jerárquico del ente o servidor público infractor, para que éste proceda en los términos de ley;
- El superior jerárquico deberá comunicar al Comité las medidas que haya adoptado en el caso.
- Si el infractor no tuviese superior jerárquico, el requerimiento será turnado a la Auditoría Superior de la Federación, o su equivalente en la entidad federativa de que se trate, a fin de que se proceda en los términos de las leyes aplicables.

Como puede observarse, la ley garantiza que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos, que son los ciudadanos y no a quien las promueve. Por ello, la ley señala que las campañas de publicidad de las instituciones públicas deben identificarse claramente como tales e incluir la mención expresa del organismo promotor o contratante.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en las disposiciones invocadas en el proemio, sometemos a la consideración del Pleno de la Cámara de Senadores del H. Congreso de la Unión el presente:



PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL, REGLAMENTARIA DEL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

ARTÍCULO ÚNICO. Se expide Ley de Propaganda Institucional, reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para quedar como sigue:

LEY DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL, REGLAMENTARIA DEL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

**Título Primero
Disposiciones Generales**

Artículo 1.- La presente ley es de orden público, interés social y observancia general en el territorio nacional, y tiene por objeto reglamentar el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la propaganda de las entidades públicas.

Artículo 2.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y de cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno.

Artículo 3.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

Comité: el Comité de Vigilancia de la Propaganda Institucional.

Entes públicos: los poderes de la federación, de los estados y del Distrito Federal; los órganos constitucionales autónomos; los municipios y las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, y cualquier otro ente o institución de carácter público.

Propaganda institucional: la información que difunden los servidores y entidades públicas, para hacer del conocimiento de la ciudadanía los resultados, programas y acciones, a través de los medios de comunicación social.

Servidores Públicos: los representantes de elección popular, los funcionarios y empleados y, en general, a toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en un ente público.

Tiempos de Estado: es el tiempo diario que toda emisora de radio y televisión debe destinar al Estado para transmisiones gratuitas, establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.



Tiempos Fiscales: corresponden al pago en especie de un impuesto federal, que deben realizar las emisoras concesionarias de radio y televisión, a través de transmisiones gratuitas, establecido en el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación de cada Ejercicio Fiscal.

Tiempos oficiales: comprende tanto los tiempos de Estado como los tiempos fiscales en radio y televisión.

Título Segundo Del Contenido de la Propaganda Institucional

Artículo 4.- La propaganda institucional que difundan los entes públicos deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

Artículo 5.- El contenido de la propaganda institucional deberá respetar el principio de imparcialidad y no podrá estar dirigido a influir en la equidad de la competencia electoral entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos.

Artículo 6.- Por ningún motivo el contenido de la propaganda institucional que difundan los entes públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

Artículo 7.- La propaganda institucional que difunda programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberá incluir de manera visible o audible, considerando las características de cada medio, la siguiente leyenda *"Este programa es público, ajeno a cualquier contienda electoral"*.

Artículo 8.- La propaganda institucional deberá considerar el uso de la Lengua de Señas Mexicana por medio de un intérprete, de textos o de tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de campañas en televisión a las personas con discapacidad auditiva.

Artículo 9.- La propaganda institucional no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Artículo 10.- Para los efectos del artículo anterior, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación, no serán considerados como propaganda institucional, siempre que la difusión se limite a una vez al año en los medios de comunicación 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 en que se rinda el informe.



En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo comprendido entre el inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada comicial de un proceso electoral federal o local correspondiente.

Título Tercero De la Difusión de la Propaganda Institucional

Artículo 11.- Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda propaganda institucional de los entes públicos en los medios de comunicación.

Para los efectos del párrafo anterior, en el caso de los procesos electorales locales, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación ubicados o que transmitan desde la entidad federativa de que se trate.

Las únicas excepciones a lo anterior serán:

- I. Las campañas de información de las autoridades electorales;
- II. Las relativas a servicios educativos y de salud;
- III. Las necesarias para la protección civil en casos de emergencia;
- IV. Las que para la asistencia pública emitan tanto Lotería Nacional como Pronósticos para la Asistencia Pública;
- V. Las relativas a la promoción turística del país;
- VI. Las de educación del Servicio de Administración Tributaria para incentivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales;
- VII. Las relativas a la prevención social de la delincuencia;
- VIII. Las de educación del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales;
- IX. Las de educación vial y en materia de protección de accidentes;
- X. Las relativas a la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural;
- XI. Las informativas con motivo del Programa de Horario de Verano, y
- XII. Las adicionales que autorice el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, de manera específica durante los procesos electorales.

Artículo 12.- El gasto que realicen los entes públicos para la difusión de la propaganda institucional deberá cumplir con los criterios de:

- a) Eficiencia;
- b) Eficacia;
- c) Economía;
- d) Transparencia, y
- e) Honradez



Artículo 13.- El gasto que realicen los entes públicos para la difusión propaganda institucional deberá respetar los montos, límites y condiciones de ejercicio que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos.

Artículo 14.- La Secretaría de Gobernación administrará el uso de los tiempos de Estado y de los tiempos fiscales, conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión , así como por el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente, salvo en el caso de los tiempos oficiales que en distintos momentos corresponda administrar al Instituto Nacional Electoral, conforme a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la legislación de la materia.

Artículo 15.- Los tiempos oficiales serán utilizados por los entes públicos que tengan acceso a ellos, para la difusión de contenidos de carácter institucional y con fines informativos, educativos, culturales, sociales, políticos, deportivos y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales.

Artículo 16.- Los Poderes Legislativo y Judicial de la Federación, los órganos constitucionales autónomos, así como las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, podrán destinar recursos presupuestarios para la difusión de su propaganda institucional a través de las emisoras de radio y televisión, siempre y cuando hayan solicitado en primera instancia el acceso a los tiempos oficiales y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios solicitados o bien fueren insuficientes.

Artículo 17.- Las contrataciones que realicen los entes públicos con los medios de comunicación para la difusión de propaganda institucional, deberá apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.

Artículo 18.- Se prohíbe la contratación de medios de comunicación para la difusión de propaganda institucional presentada como información periodística o noticiosa.

Artículo 19.- Ningún medio de comunicación podrá ser discriminado en su contratación para la difusión de propaganda institucional, por razón de su línea editorial.

Título Cuarto **Del Comité de Revisión de la Propaganda Institucional**

Artículo 20.- Se establece el Comité de Revisión de la Propaganda Institucional del Instituto Nacional Electoral, que estará integrado por tres consejeros electorales designados por el Consejo General del Instituto, por un periodo de tres años.



Artículo 21.- La presidencia del Comité será rotativa en forma anual entre sus integrantes.

Artículo 22.- El Comité contará con un secretario técnico que será designado por su presidente de entre el personal de apoyo adscrito a su oficina.

Artículo 23.- El Comité contará con los recursos presupuestarios, humanos, materiales y técnicos de los que dispongan los consejeros electorales que lo integran, así como los que de manera particular le asigne el Instituto.

Artículo 24.- El Comité tendrá las siguientes facultades:

- I. Interpretar en el orden administrativo esta Ley
- II. Conocer y resolver las quejas que se interpongan por infracciones a esta Ley, así como ordenar las medidas cautelares a que haya lugar.
- III. Orientar y asesorar a los entes y servidores públicos respecto del contenido y difusión de la propaganda institucional.
- IV. Promover y, en su caso, ejecutar la capacitación de los servidores públicos en materia de propaganda institucional.
- V. Hacer públicos los criterios que adopte en la interpretación y aplicación de esta Ley.

Título Quinto De la Transparencia y Fiscalización

Artículo 25.- Toda la información relacionada con la propaganda institucional tiene carácter público, y los particulares tendrán acceso a la misma en los términos que establezca la legislación y normatividad en materia de transparencia y acceso a la información que le sea aplicable al ente público del que se trate.

Artículo 26.- La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de propaganda institucional se realizará a través de la Auditoría Superior de la Federación o su equivalente en las entidades federativas, en términos de lo dispuesto por la legislación en materia de fiscalización aplicable.

Título Sexto De las Infracciones y Sanciones

Artículo 27.- Constituyen infracciones a la presente ley de los entes o servidores públicos, según sea el caso:

- I. Difundir propaganda institucional violatoria del principio de imparcialidad establecido en el artículo 12 de la presente ley;
- II. Difundir propaganda institucional que incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público;
- III. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los servidores públicos, y



- IV. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta ley.

Artículo 28.- Cuando el Comité resuelva sobre la existencia de una infracción cometida por un ente o servidor público, procederá conforme a lo siguiente:

- I. El Comité integrará un expediente que será remitido al superior jerárquico del ente o servidor público infractor, para que éste proceda en los términos de ley;
- II. El superior jerárquico a que se refiere el párrafo anterior deberá comunicar al Comité las medidas que haya adoptado en el caso; y
- III. Si el infractor no tuviese superior jerárquico, el requerimiento será turnado a la Auditoría Superior de la Federación, o su equivalente en la entidad federativa de que se trate, a fin de que se proceda en los términos de las leyes aplicables.

Transitorios

PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- El Comité de Vigilancia de la Propaganda Institucional deberá instalarse dentro de los 90 días posteriores a la fecha en la que el Consejo General del Instituto Nacional Electoral comience a ejercer sus atribuciones.

Ciudad de México, a los 25 días del mes de marzo de 2014.

SENADORAS Y SENADORES DE LOS GRUPOS PARLAMENTARIOS DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL Y DEL PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MEXICO

Sen. Emilio Gamboa Patrón
Coordinador del Grupo Parlamentario del
PRI

Sen. Jorge Emilio González Martínez
Coordinador del Grupo Parlamentario del
PVEM

Sen. Raúl Cervantes Andrade
(PRI)

Sen. Roberto Armando Albores Gleason
(PRI)



Sen. Blanca María del Socorro Alcalá Ruiz
(PRI)

Sen. Ivonne Lilitiana Álvarez García
(PRI)

Sen. Daniel Amador Gaxiola
(PRI)

Sen. Angélica del Rosario Araujo Lara
(PRI)

Sen. Joel Ayala Almeida
(PRI)

Sen. Ricardo Barroso Agramont
(PRI)

Sen. Enrique Burgos García
(PRI)

Sen. Jesús Casillas Romero
(PRI)

Sen. Manuel Cavazos Lerma
(PRI)

Sen. Miguel Ángel Chico Herrera
(PRI)

Sen. Manuel Humberto Cota Jiménez
(PRI)

Sen. Cristina Díaz Salazar
(PRI)

Sen. Omar Fayad Meneses
(PRI)

Sen. Braulio Manuel Fernández Aguirre
(PRI)



Sen. Hilda Esthela Flores Escalera
(PRI)

Sen. Margarita Flores Sánchez
(PRI)

Sen. Ernesto Gándara Camou
(PRI)

Sen. Diva Hadamira Gastélum Bajo
(PRI)

Sen. Arely Gómez González
(PRI)

Sen. Félix Arturo González Canto
(PRI)

Sen. Isaías González Cuevas
(PRI)

Sen. Marcela Guerra Castillo
(PRI)

Sen. Ismael Hernández Deras
(PRI)

Sen. Lisbeth Hernández Lecona
(PRI)

Sen. Juana Leticia Herrera Ale
(PRI)

Sen. Ana Lilia Herrera Anzaldo
(PRI)

Sen. Aarón Irizar López
(PRI)

Sen. René Juárez Cisneros
(PRI)



Sen. María Verónica Martínez Espinoza
(PRI)

Sen. Patricio Martínez García
(PRI)

Sen. Humberto Domingo Mayans Canabal
(PRI)

Sen. Lilia Guadalupe Merodio Reza
(PRI)

Sen. Armando Neyra Chávez
(PRI)

Sen. José Ascención Orihuela Bárcenas
(PRI)

Sen. Graciela Ortiz González
(PRI)

Sen. Claudia Artemiza Pavlovich Arellano
(PRI)

Sen. David Penchyna Grub
(PRI)

Sen. Eviel Pérez Magaña
(PRI)

Sen. Ma. del Rocío Pineda Gochi
(PRI)

Sen. Raúl Aarón Pozos Lanz
(PRI)

Sen. Itzel Sarahí Ríos de la Mora
(PRI)

Sen. Mely Romero Celis
(PRI)



Sen. Carlos Romero Deschamps
(PRI)

Sen. Miguel Romo Medina
(PRI)

Sen. Óscar Román Rosas González
(PRI)

Sen. María Lucero Saldaña Pérez
(PRI)

Sen. Gerardo Sánchez García
(PRI)

Sen. Alejandro Tello Cristerna
(PRI)

Sen. Teófilo Torres Corzo
(PRI)

Sen. Héctor Yunes Landa
(PRI)

Sen. José Francisco Yunes Zorrilla
(PRI)

Sen. María Elena Barrera Tapia
(PVEM)

Sen. Pablo Escudero Morales
(PVEM)

Sen. Juan Gerardo Flores Ramírez
(PVEM)

Sen. Luis Armando Melgar Bravo
(PVEM)



Sen. Carlos Alberto Puente Salas
(PVEM)

Sen. Ninfa Salinas Sada
(PVEM)