



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

**DIP. HÉCTOR DÍAZ POLANCO
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

Quienes suscriben, María Gabriela Salido Magos y Federico Döring Casar y María Gabriela Salido Magos, Diputados al Congreso de la Ciudad de México, II Legislatura, integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 29, Apartado D, inciso c); y 30, numeral 1, inciso b) de la Constitución Política; 12 fracción II de la Ley Orgánica; y 5, fracción I, 95, fracción II y 96 del Reglamento del Congreso, todos los ordenamientos de la Ciudad de México, sometemos a la consideración de este órgano legislativo la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR LA CUAL SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL EN MATERIA DE PROHIBICIÓN A LA PROMOCIÓN PERSONALIZADA DE SERVIDORES PÚBLICOS.**

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El Derecho al Espacio Público se encuentra consagrado en la Constitución Política de la Ciudad de México, y es a través de esta garantía que los ciudadanos nos encontramos facultados para exigirle a las autoridades que preserven un paisaje urbano ordenado y equilibrado, es decir, que coexista el desarrollo económico que genera la actividad de la publicidad exterior con el respeto a nuestros derechos.

Es importante mencionar que, con la entrada en vigor de la Constitución Política de la Ciudad de México, la configuración de atribuciones en materia de anuncios, en lo que refiere a otorgar autorizaciones, ejercer la vigilancia, verificación y sanción, pasó a ser materia exclusiva de las Alcaldías, sin distinguir entre vías primarias y secundarias.



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

Por su parte, no podemos perder de vista que la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad establece como una de sus finalidades la de regular la instalación de publicidad, con ello garantizando la protección, conservación, recuperación y enriquecimiento del paisaje urbano. Además, dispone que quienes aquí habitamos, tenemos el derecho a desarrollarnos en un entorno natural y urbano armónico que propicie una mejor calidad de vida.

No obstante, es claro que dicho objetivo no se ha cumplido, el desorden urbano que vivimos es evidente, aunado a ello, la deficiente regulación en la materia ha permitido que tanto funcionarios públicos, como empresarios corruptos, encuentren la forma de violar la ley, así obteniendo de manera ilegal ingresos económicos directos y en algunos casos también beneficios de carácter político-electoral.

Para ejemplificar lo expuesto, basta con recordar el Bando aprobado por el Concejo de la Alcaldía Miguel Hidalgo el 17 de enero de 2020. En la administración del entonces alcalde Víctor Hugo Romo de Vivar y Guerra, se aprobó el denominado **“BANDO DE LA ALCALDÍA MIGUEL HIDALGO RELATIVO A LAS ATRIBUCIONES CONSTITUCIONALES EN MATERIA DE ANUNCIOS”** dicho documento, contenía entre otras cosas, una disposición que daba carta abierta al alcalde para que los titulares de los permisos y licencias de los anuncios espectaculares, le otorgaran sin costo, el diez por ciento de exhibición al día para emitir mensajes institucionales. Bajo apariencia de buen derecho, pareciera una disposición inofensiva, sin embargo, astuta e ilegalmente, el multicitado ex funcionario la utilizó como una herramienta de promoción personalizada al momento de difundir su imagen, e incluso cuando contendió por la reelección en la demarcación.

La disposición dispone lo siguiente:

“Artículo 10. ...

...

...; asimismo, deberán otorgar a favor de la Alcaldía Miguel Hidalgo, sin costo, el diez por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes de carácter institucional.”



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

Y es el propio Bando, el que establece en su fracción XLIV del artículo 3 que la propaganda institucional no debe incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen la promoción personal de cualquier servidor público, es decir, a todas luces se violó de forma sistemática la disposición.

Es importante hacer mención, que es la propia Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal la que contiene una regulación en los mismos términos que la del citado Bando. En su artículo 15 Bis, tercer párrafo dispone lo siguiente:

*“Los titulares de permisos y licencias deberán incorporar el uso de leds para la iluminación de anuncios; **asimismo, deberán otorgar a favor del Gobierno del Distrito Federal, sin costo, el diez por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes institucionales.** A fin de preservar la seguridad de los peatones, usuarios de transporte público, operadores y automovilistas, queda prohibida la exhibición de videos en anuncios autoportados unipolares, o aquellos contenidos en vallas, tapias, mobiliario urbano o en cualquier otro tipo de anuncio; los anuncios en pantalla cuyo contenido consista en imágenes fijas, no podrán tener una duración menor de dos minutos.”*

Como se puede observar, de no subsanar esta falta de regulación queda abierta la puerta a que cualquier funcionario público de la ciudad utilice de forma ilegal la donación de espacios publicitarios a la que se encuentran obligados los titulares de los permisos y licencias.

Por otro lado, y no menos importante es regular lo concerniente a la actividad de las empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios a que refiere la Ley de Publicidad Exterior. Lo anterior, en cuanto a la contratación de dichas estructuras o espacios con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

Los ejercicios de participación ciudadana de Consulta Popular y Revocación de Mandato realizados en nuestro país en 2021 y 2022 respectivamente, entre otras



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

cosas, nos permitieron conocer diversas modalidades en las que, tanto empresarios, como servidores públicos y ciudadanos violaron de manera sistemática la norma electoral.

Bajo el argumento de que son ejercicios democráticos de participación ciudadana, se realizaron diversas contrataciones de espacios publicitarios para difundir tanto “campañas informativas”, como la imagen personalizada de servidores públicos, incluso, sin que al día de hoy las autoridades electorales puedan conocer el origen de los recursos con los que fueron pagados, o bien, quienes fueron los contratantes.

En el caso de la Consulta Popular llevada a cabo en nuestro país el 1 de agosto de 2021 se realizó contratación masiva de espacios publicitarios al interior del Sistema de Transporte Colectivo Metro, Metrobús y en estructuras autosoportadas, las primeras dos a través de Permisos Administrativos Temporales Revocables (PATR) y en el caso de las últimas por la vía de contratación directa. Al presentar las respectivas quejas ante el Instituto Nacional Electoral (INE), tuvimos conocimiento que las empresas dueñas de los permisos y licencias de los anuncios autosoportados se niegan de manera sistemática a proporcionar información a la autoridad electoral sobre las condiciones de contratación de dichos espacios publicitarios, es decir, incluso con las medidas de apremio que en varias ocasiones se les han impuesto, declinan en colaborar para transparentar quién y cómo contrató los multicitados anuncios. Han llegado al extremo de mentir a la autoridad argumentando que donaron los espacios a Comités Ciudadanos que se los solicitaron, sin que puedan demostrar su dicho.

En cuanto a la Revocación de Mandato celebrada el pasado 10 de abril del año en curso, de nueva cuenta existieron contrataciones masivas de PATR ubicados al interior de organismos públicos como lo son el Sistema de Transporte Colectivo Metro y Metrobus, además de la publicidad colocada en autosoportados y vallas de la Ciudad, esta vez, para promocionar la imagen y el apoyo al presidente de la república, Andrés Manuel López Obrador. Mismo caso que con la Consulta Popular, la información proporcionada por los dueños de los permisos y licencias de estos espacios a la autoridad electoral es, por decir lo menos, opaca.



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

Es evidente que, es necesario realizar ajustes a la normatividad en la materia que obliguen a las empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios a que refiere la Ley de Publicidad Exterior, a reportar a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda así como al Instituto Electoral de la Ciudad de México, la contratación de dichas estructuras o espacios con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

De esta forma, si el sujeto obligado se niega a proporcionar la información a la autoridad que así se lo requiera, independientemente de la sanción que ello conlleve, permitirá que dicha autoridad pueda hacer el requerimiento de información o consulta de manera directa tanto a la Secretaría como al Instituto Electoral de la Ciudad de México, con ello dando celeridad y certeza al procedimiento que se esté substanciando.

Descripción de la propuesta.

A través de esta reforma, se busca establecer los candados jurídicos necesarios que impidan que casos como los descritos en la exposición de motivos del presente instrumento legislativo se repitan.

Para lograr lo anterior, se propone adicionar un cuarto párrafo al artículo 15 Bis de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal en el que se establezca de forma clara la prohibición expresa de utilizar el diez por ciento del tiempo de exhibición otorgado por los titulares de permisos y licencias para difundir actividades como informes de labores o bien, cualquier tipo de publicidad que difiera de aquella con la que la propia Ley define como propaganda institucional.

Adicional a lo anterior, la obligación del otorgante de reportar a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, en un plazo máximo de 5 días, las características de la publicidad que fue anunciada haciendo uso de la donación del tiempo de exhibición a que hace referencia el tercer párrafo del artículo 15 Bis,



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

así como las condiciones a través de las cuales se llevó a cabo, es decir, a nombre de quien se otorgó el tiempo de exhibición, funcionario con quien se suscribieron las condiciones y características sobre el anuncio, así como fecha y hora en que fue difundido.

No podemos dejar de lado que el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala lo siguiente:

Artículo 134. ...

...
...
...
...
...

*Los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, **tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.***

*La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. **En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.***

Por otro lado, también se adiciona un segundo párrafo al artículo 21 de la citada Ley, en donde se establece la obligación de las empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios, de reportar a la Secretaría y al Instituto Electoral de la Ciudad de México la contratación de dichas estructuras o espacios con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

El reporte a que hace referencia el párrafo anterior deberá ser presentado a más tardar 3 días hábiles posteriores a que se haya realizado la contratación y deberá contener la siguiente información:

- I. Nombre de la empresa.
- II. Condiciones y tipo de servicio.
- III. Ubicación (dirección completa) y características de la publicidad.
- IV. Precio total y unitario.
- V. Duración de la publicidad y del contrato.
- VI. Condiciones de pago.
- VII. Fotografías.

Adicional a lo anterior, las empresas propietarias, concesionarios o proveedores deberán anexar a su reporte la siguiente información:

- a) Nombre del sujeto obligado que contrata.
- b) Copia del contrato de prestación de servicios.
- e) Detalle del contenido de cada espectacular.
- f) Fotografía.

Estas disposiciones también aplican para aquellas personas físicas o morales que tengan a su cargo la concesión de Permisos Administrativos Temporales Revocables y que durante dicha concesión suscriban contratos de prestación de servicios para difundir información con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

Si bien el artículo 21 de la Ley dispone que *“La instalación de propaganda electoral se regirá por las disposiciones de las Leyes electorales.”* Esta reforma no versa sobre las características de la propaganda de carácter político-electoral que se va a instalar, sino de las obligaciones jurídico-administrativas de las empresas y dueños



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

de permisos y licencias que deben asumir al momento en que les son contratados sus espacios para difundir publicidad de esas características.

En este orden de ideas, se establece sanciones para quien incumplan estas disposiciones que van de los 1500 a 2000 veces la unidad de cuenta de la Ciudad de México, es decir, en una primera instancia la multa iría de los \$103,830.00 (ciento tres mil ochocientos treinta pesos 00/100 M.N.) a los \$138,440.00 (ciento treinta y ocho mil cuatrocientos cuarenta pesos 00/100 M.N), y en caso de reincidencia la sanción podría llegar a los \$276,880.00 (doscientos setenta y seis mil ochocientos ochenta pesos 00/100 M.N).

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, es decir hasta \$553,760.00 (quinientos cincuenta y tres mil setecientos sesenta pesos 00/100 M.N.) además del retiro permanente del Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia o autorización temporal.

Con estas reformas, se podrá dotar de mayor certeza la contratación de espacios publicitarios cuya finalidad sea difundir algún proceso-político electoral o bien uno de participación ciudadana. Asimismo, se impedirá que la donación de tiempo de exhibición a que refiere la Ley, se utilice con fines distintos a la difusión de propaganda institucional.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, solicito a este H. Congreso de la Ciudad de México, se sirva discutir y en su caso aprobar, la presente propuesta para quedar como sigue:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR LA CUAL SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL.

Artículo único: Se adiciona: cuarto y quinto párrafos, recorriéndose los subsecuentes al artículo 15 Bis; un artículo 21 Bis; un artículo 85 Bis y un artículo 85 Ter a la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

Artículo 15 Bis. ...

...

Los titulares de permisos y licencias deberán incorporar el uso de leds para la iluminación de anuncios; asimismo, deberán otorgar a favor del Gobierno del Distrito Federal, sin costo, el diez por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes institucionales. ...

En relación al diez por ciento del tiempo de exhibición diario otorgado por los titulares de permisos y licencias a que hace referencia el párrafo anterior, queda prohibida su utilización para la difusión de informes de labores de funcionarios públicos, o bien, para exhibir cualquier tipo de publicidad o propaganda que difiera de las características de propaganda institucional establecida en la fracción XXXIII del artículo 3 de la presente Ley.

Es obligación de los titulares de permisos y licencias, reportar en un plazo máximo de tres días, a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, las características de la publicidad que fue anunciada haciendo uso de la donación del tiempo de exhibición a que hace referencia el tercer párrafo de este artículo, así como las condiciones a través de las cuales se llevó a cabo, tales como:

- a) **Nombre del funcionario público o la dependencia a quien se otorgó el tiempo de exhibición**
- b) **Nombre y puesto del funcionario público con quien se suscribieron las condiciones y características sobre el anuncio, así como fecha y hora en que fue difundido.**

Artículo 21 Bis. Es obligación de las empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios a que refiere el artículo 3, fracciones III, IV, X, XI, XII, XIII, XIV, XVIII y XXXIX de la presente Ley, reportar a la Secretaría y al Instituto Electoral de la Ciudad de México la contratación de dichas estructuras o espacios con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

El reporte a que hace referencia el párrafo anterior deberá ser presentado a más tardar 3 días hábiles posteriores a que se haya realizado la contratación y deberá contener la siguiente información:

- I. Nombre de la empresa.
- II. Condiciones y tipo de servicio.
- III. Ubicación (dirección completa) y características de la publicidad.
- IV. Precio total y unitario.
- V. Duración de la publicidad y del contrato.
- VI. Condiciones de pago.
- VII. Fotografías.

Adicional a lo anterior, las empresas propietarias, concesionarios o proveedores deberán anexar a su reporte la siguiente información:

- a) Nombre del sujeto obligado que contrata.
- b) Copia del contrato de prestación de servicios.
- e) Detalle del contenido de cada espectacular.
- f) Fotografía.

Estas disposiciones también aplican para aquellas personas físicas o morales que tengan a su cargo la concesión de Permisos Administrativos Temporales Revocables y que durante dicha concesión suscriban contratos de prestación de servicios para difundir información con fines político-electorales, tales como precampañas, campañas, o bien, procesos democráticos de participación ciudadana como lo son el plebiscito, referéndum, consulta ciudadana y revocación de mandato.

Artículo 85 Bis. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Cuenta de la Ciudad de México vigente, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia, autorización temporal, **empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios que incumpla con lo dispuesto en el cuarto y quinto párrafos del artículo 15 Bis de esta Ley.**



Dip. María Gabriela Salido Magos Dip. Federico Döring Casar

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, además del retiro permanente del Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia o autorización temporal.

Artículo 85 Ter. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Cuenta de la Ciudad de México vigente, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia, autorización temporal, **empresas propietarias, concesionarios o proveedores dedicados a la renta de espacios y colocación de anuncios en estructuras o espacios que incumpla con lo dispuesto en el artículo 21 Bis de esta Ley.**

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, además del retiro permanente del Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia o autorización temporal.

Artículos Transitorios

Primero. - El presente decreto entrará en vigor el día siguiente a su publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

Segundo. – La Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, contará con un plazo de 30 días a partir de la publicación de la presente reforma para habilitar los mecanismos y formatos de reporte a que hace referencia los cuarto y quinto párrafos del artículo 15 Bis, así como los referidos en el artículo 21 Bis de la presente Ley.



Dip. María Gabriela Salido Magos
Dip. Federico Döring Casar

**Recinto Legislativo de Donceles, sede del Congreso de la Ciudad de México,
a los veintiséis días del mes de mayo de dos mil veintidós.**

Gaby Salido

**DIP. MARÍA GABRIELA SALIDO
MAGOS**

Federico Döring

DIP. FEDERICO DÖRING CASAR