



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



DIP. FAUSTO MANUEL ZAMORANO ESPARZA  
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA  
DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO  
II LEGISLATURA  
P R E S E N T E

Diputado Ernesto Alarcón Jiménez, coordinador del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional de la II Legislatura de este H. Congreso de la Ciudad de México, en ejercicio de la facultad que me confiere y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 30, apartado 1 inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II, y 13 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México, así como los artículos 5 fracción I y 96 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México; someto a consideración de esta Soberanía la **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 4 Y 14 FRACCIÓN II, DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO**, al tenor de lo siguiente:

## PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

1. El 06 de junio de la año en curso, se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el decreto por el que se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.
2. Bajo este contexto, a partir de la lectura de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, que en su artículo 14 fracción II, dispone:

**Artículo 14.** *Previa obtención de la Licencia, Autorización, PATR o Permiso, según corresponda, y de conformidad con el reglamento de la Ley de publicidad exterior de la Ciudad de México, únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:*

(...)

*II. Medio publicitario denominativo: contiene el nombre, denominación comercial o logotipo con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una*



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



*actividad, colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido. En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;*

En este sentido, puede observarse que, el artículo 14 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, menciona como elementos del medio publicitario denominativo los siguientes: a) la denominación comercial en caso de las personas jurídicas colectivas o el nombre en el supuesto de las personas físicas o b) el logotipo con el que se identifique los sujetos mencionados en líneas precedentes.

Sin embargo, el legislador, al utilizar la disyunción “o” ofrece la posibilidad de elegir entre un elemento u otro, sin que exista mayor claridad sobre si el medio publicitario actual, puede contener solo un elemento de estos, o más allá de los elementos mencionados, existe la posibilidad de que pueda añadirse al medio publicitario en comentario un eslogan o elemento de propaganda.

Esta problemática, ocurría de igual manera con la abrogada Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, que en su artículo tercero señalaba:

**Artículo 3.** Para los efectos de esta Ley se entiende por:

(...)

V. Anuncio denominativo: **El que contiene el nombre, denominación comercial o logotipo** con el que se identifica una persona física o moral, o una edificación;

Sin embargo, esta situación era retomada por el artículo 15 del Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, que ofrecía la siguiente solución:

**Artículo 15.** En la instalación de anuncios denominativos se observarán las siguientes reglas generales:



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



*I. Sólo podrán instalarse en la edificación donde se desarrolle la actividad que se anuncia;*

**II. El anuncio denominativo sólo podrá contener cualquiera de los siguientes elementos:**

**a) Una denominación y un logotipo o emblema;**

**b) Un logotipo o emblema;**

**c) Una denominación, e**

**d) Información cívica y/o cultural en los casos previstos por el Reglamento.**

**III. La denominación podrá acompañarse de un eslogan;**

*IV. Cuando la denominación se acompañe de un eslogan, ambos deberán contenerse en el mismo tipo de anuncio denominativo elegido;*

*V. Por cada anuncio denominativo deberá obtenerse una licencia;*

*(...)*

En este sentido, puede advertirse que el artículo citado en párrafos precedentes erradicaba cualquier duda sobre los elementos que podría contener el anuncio denominativo, es decir, resolvía las incógnitas del artículo tercero de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, al enlistar de manera precisa cuales eran los elementos permitidos para la formación de un anuncio publicitario, situación que no ocurre en la nueva Ley de Publicidad Exterior para la Ciudad de México.

Por lo que, al no existir aún Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México que determine de manera exacta los elementos permitidos para un medio de publicidad denominativo, es menester, reformar la fracción II del artículo 14, citado en párrafos anterior, a efecto de que se señalen, sin que quede lugar a dudas, todos los posibles componentes del medio publicitado en cuestión.

3. Por lo que hace al artículo cuarto de la Ley de Publicidad Exterior, es de conocimiento general que el objetivo primordial de este precepto normativo, es atribuir de significado específico a un listado de palabras para la correcta interpretación de la Ley en cuestión, por lo que es imperiosos, que en este artículo se señalen de manera completa todos los términos utilizados en la Ley, con



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



esto se previene que dichas palabras incurran en vaguedad ante la falta de precisión en su significado dentro del texto normativo.

En este orden de ideas, en el texto de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, se menciona en varias ocasiones la palabra “propaganda”, incluso en el artículo 87 del ordenamiento en comento, se dice:

**Artículo 87.** *Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro del medio publicitario a su costa, al titular de la Licencia o Autorización que incurra en cualquiera de las siguientes infracciones:*

- I. Agregue elementos de **propaganda** al contenido de un medio publicitario denominativo;*
- II. Adhiera medios publicitarios al vidrio de un ventanal o escaparate, y*
- III. Instale medios publicitarios no permitidos en el interior de un escaparate.*

*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 y el retiro a su costa del medio publicitario.*

*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, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda.*

Y si bien es cierto que, puede entenderse propaganda electoral, también lo es que, ante la ausencia de un significado preciso para el uso de este vocablo, genera incógnita sobre la definición que el legislador otorgo a dicho termino, más aún cuando este término es utilizado de manera indistinta durante el texto normativo como a continuación pude leerse:



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



**Artículo 5.** *La publicidad exterior es todo medio publicitario que se instala en el espacio público u otros bienes y que es visible desde el exterior a la vía pública. Su finalidad es difundir propaganda, publicidad comercial o información diversa de interés general.*

*La instalación, modificación o retiro de esta clase de publicidad exterior comprenderá el de todos sus elementos y deberá apegarse a lo establecido por la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables en la materia.*

**Artículo 6.** La instalación de la propaganda electoral se regirá por las disposiciones de las Leyes Electorales.

Es por lo anterior que, con el objetivo de eliminar cualquier situación de irregularidad ante la situación antes planteada, debe reformarse el artículo cuarto de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, en cuanto a añadirse una fracción que determine el significado específico del vocablo “propaganda”, para los efectos y propósitos del hecho social legislado, dicho significado, dicho sea de paso, debe ser de conformidad con las Leyes Electorales vigentes.

## PROBLEMAS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

No aplica en la presente iniciativa.

## ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN

- I. La falta de claridad en los textos normativos vigentes, producen conflictos al momento de su aplicación, dichos conflictos son una prueba fehaciente de la inoperatividad del modelo dogmático del “Legislador racional”, en específico en la regla de interpretación del orden jurídico es preciso y no tiene lagunas, cuando establecen que, no es admisible que la conclusión de una interpretación no puede establecer que algún término de una norma jurídica es vago o ambiguo, o que la norma padece de una ambigüedad sintáctica.



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



Por lo que, a efecto de incrementar la eficacia en la aplicación de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, deben reformarse el artículo cuarto y 14, para los efectos planteados en el apartado de problemática de la presente iniciativa.

## FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL Y CONVENCIONAL

**PRIMERO.** En observancia al artículo 13, apartado C de la Constitución Política de la Ciudad de México, todas las personas tienen derecho a usar, disfrutar y aprovechar todos los espacios públicos para la convivencia pacífica y el ejercicio de las libertades políticas y sociales reconocidas, de conformidad con lo previsto en la Ley.

**SEGUNDO.** Las autoridades de la Ciudad de México deben de garantizar el derecho de las personas a un entorno urbano sostenible que propicie una mejor calidad de vida y libre desarrollo de la ciudadanía, garantizando su seguridad, la percepción armónica de la imagen urbana y el disfrute pleno del paisaje urbano, en su carácter colectivo, comunitario y participativo, de conformidad con el artículo 3 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

Por lo anteriormente expuesto, se somete a consideración de este H. Congreso de la Ciudad de México, la siguiente iniciativa que reforma los artículos 4 y 14 fracción II de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, para quedar de la siguiente manera:

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE REFORMA
<b>Artículo 4.</b> Para los efectos de esta Ley se entiende por: I. a XXX.  XXXI. Paisaje urbano: contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y	<b>Artículo 4.</b> Para los efectos de esta Ley se entiende por: I. a XXX.  XXXI. Paisaje urbano: contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y

naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la Ciudad y crean un sentido de identidad colectiva;

XXXII. Permiso: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, por el cual las autoridades competentes permiten la instalación de medios publicitarios de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, esta Ley y los Reglamentos aplicables;

XXXIII. PATR: Permiso Administrativo Temporal Revocable, acto administrativo en virtud del cual la Secretaría de Administración y Finanzas, a través de la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad de la Ciudad, ya sean del dominio público o privado, con el objeto de utilizarlos para la instalación y comercialización de medios publicitarios, de conformidad con la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público;

XXXIV. Plataforma: Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

XXXV. Publicista: persona física o moral dedicada a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios;

XXXVI. Publicidad institucional: mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades

naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la Ciudad y crean un sentido de identidad colectiva;

XXXII. Permiso: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, por el cual las autoridades competentes permiten la instalación de medios publicitarios de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, esta Ley y los Reglamentos aplicables;

XXXIII. PATR: Permiso Administrativo Temporal Revocable, acto administrativo en virtud del cual la Secretaría de Administración y Finanzas, a través de la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad de la Ciudad, ya sean del dominio público o privado, con el objeto de utilizarlos para la instalación y comercialización de medios publicitarios, de conformidad con la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público;

XXXIV. Plataforma: Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

**XXXV. Propaganda: Propaganda Electoral, político electoral.**

XXXVI. Publicista: persona física o moral dedicada a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios;

del Gobierno, tanto local, como federal, con fines de comunicación con la población en general;

XXXVII. Publicidad de carácter sexista: todo contenido publicitario visible desde la vía pública, que directa o indirectamente induzca, fomente o difunda hechos, acciones y símbolos, degradantes o peyorativos hacia las mujeres, así como expresiones basadas en una imagen asociada a estereotipos que perpetúan prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, sumisión, racismo, burla, animadversión o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, así como utilizar su cuerpo, o parte de éste, como objeto y atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política de la Ciudad de México;

XXXVIII. Registro de Publicistas: Listado o padrón de personas físicas o morales que se dedican prioritariamente a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios en la Ciudad, inscritos debidamente ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, en el que se podrá incorporar el Padrón de Publicidad Exterior publicado el 10 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, y los demás que reconozca la Secretaría, de Desarrollo Urbano y Vivienda.

XXXIX. Reglamento: Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México; XL.

XXXVII. Publicidad institucional: mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades del Gobierno, tanto local, como federal, con fines de comunicación con la población en general;

XXXVIII. Publicidad de carácter sexista: todo contenido publicitario visible desde la vía pública, que directa o indirectamente induzca, fomente o difunda hechos, acciones y símbolos, degradantes o peyorativos hacia las mujeres, así como expresiones basadas en una imagen asociada a estereotipos que perpetúan prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, sumisión, racismo, burla, animadversión o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, así como utilizar su cuerpo, o parte de éste, como objeto y atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política de la Ciudad de México;

XXXIX. Registro de Publicistas: Listado o padrón de personas físicas o morales que se dedican prioritariamente a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios en la Ciudad, inscritos debidamente ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, en el que se podrá incorporar el Padrón de Publicidad Exterior publicado el 10 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, y los demás que reconozca la Secretaría, de Desarrollo Urbano y Vivienda.





# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



<p>Responsable de un inmueble: persona física o moral que tenga la propiedad, posesión o administración de un bien inmueble y permita la instalación de un medio publicitario en el mismo;</p> <p>XLII. Riesgo inminente: riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México, considera la realización de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas;</p> <p>XLIII. SAF: Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México;</p> <p>XLIV. Secretaría: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México;</p> <p>XLV. Señalización Vial: conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial;</p> <p>XLVI. SGIRPC: Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México;</p> <p>XLVII. SEMOVI: Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México;</p>	<p>XLII. Responsable solidario: publicista, anunciante y responsable de un inmueble, vehículo o bien que permiten o intervienen en la instalación de medios publicitarios;</p> <p>XLIII. Riesgo inminente: riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México, considera la realización de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas;</p> <p>XLIV. SAF: Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México;</p> <p>XLV. Secretaría: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México;</p> <p>XLVI. Señalización Vial: conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial;</p> <p>XLVII. SGIRPC: Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México;</p>
---	--



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



XLVIII. Solicitante: persona física o moral que solicite un Permiso, Licencia o Autorización en los términos de esta Ley;

XLIX. Suelo de Conservación: zonas que, por sus características ecológicas, proveen servicios ambientales, de conformidad con lo establecido en la normativa en materia ambiental. Se consideran necesarios para el mantenimiento de calidad de vida de las personas habitantes y vecinas de la Ciudad de México;

L. Vanos: puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación y ventilación natural al interior;

LI. Vía primaria: espacio físico, cuya función es facilitar el flujo del tránsito vehicular continuo o controlado por semáforo, entre distintas zonas de la Ciudad, con la posibilidad de reserva para carriles exclusivos, las cuales pueden contar con carriles exclusivos para la circulación de bicicletas y/o transporte público, y

LII. Vía secundaria: espacio físico cuya función es permitir el acceso a los predios y facilitar el flujo del tránsito vehicular no continuo. Sus intersecciones pueden estar controladas por semáforos.

**Artículo 14.** Previa obtención de la Licencia, Autorización, PATR o Permiso, según corresponda,

XLVIII. SEMOVI: Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México;

XLIX. Solicitante: persona física o moral que solicite un Permiso, Licencia o Autorización en los términos de esta Ley;

L. Suelo de Conservación: zonas que, por sus características ecológicas, proveen servicios ambientales, de conformidad con lo establecido en la normativa en materia ambiental. Se consideran necesarios para el mantenimiento de calidad de vida de las personas habitantes y vecinas de la Ciudad de México;

LI. Vanos: puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación y ventilación natural al interior;

LII. Vía primaria: espacio físico, cuya función es facilitar el flujo del tránsito vehicular continuo o controlado por semáforo, entre distintas zonas de la Ciudad, con la posibilidad de reserva para carriles exclusivos, las cuales pueden contar con carriles exclusivos para la circulación de bicicletas y/o transporte público, y

LIII. Vía secundaria: espacio físico cuya función es permitir el acceso a los predios y facilitar el flujo del tránsito vehicular no continuo. Sus intersecciones pueden estar controladas por semáforos.

**Artículo 14.** Previa obtención de la Licencia, Autorización, PATR o Permiso, según corresponda,

únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:

- I. Medio publicitario de espectáculos tradicionales: aquellos relacionados con tradiciones y costumbres de un lugar, tales como; ferias, bailes, exposiciones de tipo cultural y artístico, los cuales se sujetarán a los criterios previstos en el Reglamento de esta Ley;
- II. Medio publicitario denominativo: contiene el nombre, denominación comercial o logotipo con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido.

En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

III. a XXIII.

Tratándose de medios publicitarios que, de acuerdo con sus características, no se encuentren previstos en este artículo y sean sometidos a consideración de la Secretaría, ésta valorará si es viable o no otorgar una licencia conforme a lo dispuesto en esta Ley, siempre y cuando no se encuentren expresamente prohibidos.

únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:

- I. Medio publicitario de espectáculos tradicionales: aquellos relacionados con tradiciones y costumbres de un lugar, tales como; ferias, bailes, exposiciones de tipo cultural y artístico, los cuales se sujetarán a los criterios previstos en el Reglamento de esta Ley;
- II. **Medio publicitario denominativo: sólo podrá contener cualquiera de los siguientes elementos:**

a) **El nombre o denominación comercial, logotipo o emblema con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, Podrán ser colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido.**

b) **La denominación podrá acompañarse de un eslogan.**

En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

III. a XXIII.



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



	<p>Tratándose de medios publicitarios que, de acuerdo con sus características, no se encuentren previstos en este artículo y sean sometidos a consideración de la Secretaría, ésta valorará si es viable o no otorgar una licencia conforme a lo dispuesto en esta Ley, siempre y cuando no se encuentren expresamente prohibidos.</p>
--	--

## DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 4 Y 14 FRACCIÓN II, DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR D ELA CIUDAD DE MÉXICO.

## ORDENAMIENTO A MODIFICAR

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR PARA LA CIUDAD DE MÉXICO.

## TEXTO NORMATIVO PROPUESTO

**Artículo 4.** *Para los efectos de esta Ley se entiende por:*

*I. a XXX.*

*XXXI. Paisaje urbano: contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la Ciudad y crean un sentido de identidad colectiva;*

*XXXII. Permiso: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, por el cual las*



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



autoridades competentes permiten la instalación de medios publicitarios de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, esta Ley y los Reglamentos aplicables;

XXXIII. *PATR: Permiso Administrativo Temporal Revocable, acto administrativo en virtud del cual la Secretaría de Administración y Finanzas, a través de la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad de la Ciudad, ya sean del dominio público o privado, con el objeto de utilizarlos para la instalación y comercialización de medios publicitarios, de conformidad con la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público;*

XXXIV. *Plataforma: Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;*

**XXXV. Propaganda: Propaganda Electoral, político electoral.**

XXXVI. *Publicista: persona física o moral dedicada a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios;*

XXXVII. *Publicidad institucional: mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades del Gobierno, tanto local, como federal, con fines de comunicación con la población en general;*

XXXVIII. *Publicidad de carácter sexista: todo contenido publicitario visible desde la vía pública, que directa o indirectamente induzca, fomenta o difunda hechos, acciones y símbolos, degradantes o peyorativos hacia las mujeres, así como expresiones basadas en una imagen asociada a estereotipos que perpetúan prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, sumisión, racismo, burla, animadversión o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, así como utilizar su cuerpo, o parte de éste, como objeto y atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política de la Ciudad de México;*



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



XXXIX. *Registro de Publicistas: Listado o padrón de personas físicas o morales que se dedican prioritariamente a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios en la Ciudad, inscritos debidamente ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, en el que se podrá incorporar el Padrón de Publicidad Exterior publicado el 10 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, y los demás que reconozca la Secretaría, de Desarrollo Urbano y Vivienda.*

XL. *Reglamento: Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México; XL. Responsable de un inmueble: persona física o moral que tenga la propiedad, posesión o administración de un bien inmueble y permita la instalación de un medio publicitario en el mismo;*

XLII. *Responsable solidario: publicista, anunciante y responsable de un inmueble, vehículo o bien que permiten o intervienen en la instalación de medios publicitarios;*

XLIII. *Riesgo inminente: riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México, considera la realización de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas;*

XLIV. *SAF: Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México;*

XLV. *Secretaría: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México;*

XLVI. *Señalización Vial: conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial;*



# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



XLVII. SGIRPC: *Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México;*

XLVIII. SEMOVI: *Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México;*

XLIX. *Solicitante: persona física o moral que solicite un Permiso, Licencia o Autorización en los términos de esta Ley;*

L. *Suelo de Conservación: zonas que, por sus características ecológicas, proveen servicios ambientales, de conformidad con lo establecido en la normativa en materia ambiental. Se consideran necesarios para el mantenimiento de calidad de vida de las personas habitantes y vecinas de la Ciudad de México;*

LI. *Vanos: puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación y ventilación natural al interior;*

LII. *Vía primaria: espacio físico, cuya función es facilitar el flujo del tránsito vehicular continuo o controlado por semáforo, entre distintas zonas de la Ciudad, con la posibilidad de reserva para carriles exclusivos, las cuales pueden contar con carriles exclusivos para la circulación de bicicletas y/o transporte público, y*

LIII. *Vía secundaria: espacio físico cuya función es permitir el acceso a los predios y facilitar el flujo del tránsito vehicular no continuo. Sus intersecciones pueden estar controladas por semáforos.*

**Artículo 14.** *Previa obtención de la Licencia, Autorización, PATR o Permiso, según corresponda, únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:*

IV. *Medio publicitario de espectáculos tradicionales: aquellos relacionados con tradiciones y costumbres de un lugar, tales como; ferias, bailes, exposiciones de tipo cultural y artístico, los cuales se sujetarán a los criterios previstos en el Reglamento de esta Ley;*

V. **Medio publicitario denominativo: sólo podrá contener cualquiera de los siguientes elementos:**

a) **El nombre o denominación comercial, logotipo o emblema con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, Podrán ser colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido.**

b) **La denominación podrá acompañarse de un eslogan.**

*En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;*

VI. a XXIII.

*Tratándose de medios publicitarios que, de acuerdo con sus características, no se encuentren previstos en este artículo y sean sometidos a consideración de la Secretaría, ésta valorará si es viable o no otorgar una licencia conforme a lo dispuesto en esta Ley, siempre y cuando no se encuentren expresamente prohibidos.*





# ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ

DIPUTADO



## ARTÍCULOS TRANSITORIOS

**PRIMERO.** Publíquese el presente decreto en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México y para su mayor difusión publíquese en el Diario Oficial de la Federación.

**SEGUNDO.** El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

Dado en el Recinto Legislativo, sede oficial del H. Congreso de la Ciudad de México, a los veinte días del mes de septiembre del año dos mil veintidós.

**ATENTAMENTE**

*Ernesto Alarcón*

**ERNESTO ALARCÓN JIMÉNEZ**  
**COORDINADOR DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PRI**