



Ciudad de México, a 11 de mayo de 2023.

DIP. FAUSTO MANUEL ZAMORANO
Presidente de la Mesa Directiva
Congreso de la Ciudad de México
II Legislatura
P R E S E N T E

Quien suscribe **Diputado José Martín Padilla Sánchez, Vicecoordinador de la Asociación Parlamentaria Alianza Verde Juntos por la Ciudad**, en la Segunda Legislatura del Congreso de la Ciudad de México, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartado A, numeral 1 y Apartado D, inciso a), y 30 numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 4 fracción XXI, 12 fracción II de la Ley Orgánica, y 2 fracción XXI, 5, fracción I y 95 fracción II del Reglamento, ambos del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de este H. Congreso la presente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN, DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES Y DE LA LEY PROCESAL ELECTORAL, AMBAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, al tenor de lo siguiente:

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Campañas negativas

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española, por campaña electoral se entiende al *conjunto de actividades desarrolladas por las candidaturas destinadas a la captación de sufragios*. Por su parte, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, en su artículo 395, señala por campaña electoral:

“...el conjunto de actividades llevadas a cabo por los Partidos Políticos, Coaliciones o Candidatos sin partido, para la obtención del voto.

Se entiende por actos de campaña las reuniones públicas, debates, asambleas, visitas, marchas y en general aquéllos en que los candidatos o sus voceros se dirigen al electorado para promover sus candidaturas.”





El párrafo tercero del citado artículo, nos dice, que debe entenderse por propaganda electoral. Siendo esta:

“... el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones, mantas, cartelones, pintas de bardas y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.”.

Ahora bien, el último párrafo del citado precepto, establece que:

“Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los Partidos Políticos y Candidatos sin partido en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.”

Por su parte, el artículo 400 del Código en cuestión, establece entre otras cuestiones que la propaganda que Partidos Políticos, candidatas y candidatos difundan por medios gráficos, por conducto de los medios electrónicos de comunicación, en la vía pública, a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, **no tendrá más límite que el respeto a las instituciones, la ciudadanía.**

Además, nos dice:

*“...propiciará la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones propuestas por los mismos. **No deberá utilizar** símbolos, signos o motivos religiosos, expresiones verbales o alusiones ofensivas a las personas o a los candidatos de los diversos Partidos que contiendan en la elección“.*

Pese a ello, en el pasado proceso electoral, las denostaciones a los adversarios políticos, las campañas y acciones para desprestigiarles, afectando incluso su honra y su persona, fueron la constante. Y no, el debate de las ideas y propuestas que debe ser uno de los fines de las contiendas, a fin de que la ciudadanía pueda tener elementos de decisión entre los diferentes proyectos que se le exponen. Ya que el requisito de quien desea ser candidata o candidato es registrar una Plataforma Programática que no es otra cosa más que su plan de gobierno o acciones a realizar. Siendo esto, lo





que los partidos políticos, personas candidatas y autoridades electorales deben privilegiar y no, las campañas de lodo.

A esto, se le conoce también como campañas negativas o negras. Se le da este nombre a aquellas estrategias electorales que tienen por objetivo atacar al o a los candidatos mejor posicionados en las encuestas para restarles simpatías y, por oposición, beneficiar a sus adversarios.

Mismas, en las que podemos encontrar uno o más de los elementos siguientes:

- a) Elaboradas por equipos especializados, distintos a los responsables de las campañas convencionales o de propuestas.
- b) Impactantes y mover emociones.
- c) Difunden información negativa sobre el candidato en la mira.
- d) Aun cuando las utilizan con frecuencia candidatos y partidos, éstos suelen deslindarse de este tipo de maniobras y las dejan en manos de un tercero.¹
- e) La gente no se pregunta si estas noticias son ciertas o no, sólo [les parece] que es interesante que alguien que es exitoso tenga una historia oscura detrás”, dice Abundis².

Antecedentes del problema

Por mayoría de votos, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), ratificó y amplió las sanciones que la Sala Especializada había impuesto bajo el **expediente SER-PSL-41/2018**, a los creadores de la serie contra el entonces candidato López Obrador “Populismo en América” por violaciones a la Constitución.

Esto definieron en sesión pública magistradas y magistrados, luego de que se documentara la existencia de publicidad en camiones, teléfonos celulares, spots en TV, entrevistas y cintillos en medios audiovisuales para generar una campaña integral negativa respecto al entonces candidato a la Presidencia por la Coalición Juntos Haremos Historia, Andrés Manuel López Obrador.

¹ Francisco Abundis, director de la encuestadora Parametría.

² <https://www.forbes.com.mx/por-que-hay-campanas-negras-porque-a-los-votantes-les-encantan/>





La información e investigaciones realizada por el Instituto Nacional Electoral (INE) y la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda, dieron cuenta de un complejo esquema integrado por personas físicas y morales destinado a violar el modelo de Comunicación Política para, con recursos presuntamente privados, intentar influir negativamente en la percepción pública de un candidato presidencial, en el proceso electoral federal del pasado 2018, mediante una “campana negra”.

Los sancionados fueron: Piña Digital S.A. de C.V., Javier García Mata, Grupo T.V. Promo, S.A. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Virna Gómez Piña; Alejandro Quintero Íñiguez y Mónica Bolaños Cacho Albarrán, sobre los cuales se ha instruido la Sala Especializada individualice las sanciones, luego de que se ha acreditado una serie de simulaciones tendientes a afectar una candidatura federal.

El artículo 41 de la Constitución establece que ninguna persona física o moral puede contratar propaganda dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de los partidos políticos o de candidatos.

Lo que los denunciados violentaron a través de un esquema de publicidad integral ilegal.

Además, por la información recibida, se dio vista a la Unidad de Fiscalización del INE; el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la Fiscalía Especializada en la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) a efecto de que, en su ámbito de competencia, realizaran las investigaciones sobre las personas físicas y morales arriba señaladas al observarse actos que podrían significar otro tipo de conductas ilegales además de afectar el modelo de comunicación política Constitucional.

Ninguno de los medios de comunicación, que transmitió la publicidad referente al serial, arriba descrito, está siendo sancionado, pues en su momento no conocían de los alcances e intención de la campana negativa arriba señalada.

Por lo que la Sala Superior garantiza la libertad de expresión en los Medios, pero sienta un precedente para que actores no realicen en lo futuro campanas negativas. **(Asunto: SUP-REP-108-2019).**

Como se mencionó al inicio de la presente iniciativa. Este tipo de campanas, afectan la honra de las personas que es un derecho de la personalidad.

lmp





Cabe señalar que el derecho al honor, constituye un bien inalienable de las personas, que se puede exigir *erga omnes*; es decir, frente a todo el mundo. No es sencillo definir el concepto de derecho al honor desde el punto de vista doctrinal y jurisprudencial. Se trata de lo que se conoce como un **concepto jurídico indeterminado**. En otras palabras, no hay una acepción unívoca de alcance general.

El derecho al honor es, en suma, la facultad exigible para ser dejado en paz; **para no ser, por ende, expuesto al odio, al desprecio o al ridículo** frente a uno mismo y de cara a la propia sociedad. El honor adquiere relevancia normativa a partir de que el ser humano vive en sociedad. Se trata de un patrimonio personal que se requiere como requisito sine qua non para hacer "vivable" la vida en el entorno comunitario. **De ahí, por tanto, que su afectación injustificada constituya condición para una sanción de carácter legal.**

Lo anterior, nos pone frente a la difamación. Que sí bien, se ha despenalizado en el derecho mexicano, aún subsiste en el ámbito electoral. Siendo esta, un **conjunto de palabras o publicaciones escritas que son falsas y no privilegiadas, que exponen a cualquier persona viva al odio, el desprecio, el ridículo, o que lo rechazan o evitan o que tienden a dañarlo en su oficio, ocupación o lugar laboral.**

El *Diccionario* de la Real Academia Española, define el vocablo difamar como "**desacreditar a alguien, de palabra o por escrito, publicando cosas contra su buena opinión y fama. 2. Poner una cosa en bajo concepto y estima. 3. Divulgar**".

Instrumentos internacionales

El derecho al honor lo reconoce la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, del 10 de diciembre de 1948, que precisa en el artículo 12 que:

"Nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honor y a su reputación. Toda persona tiene el derecho a la protección de la ley contra tales injerencias".

Jurisprudencia

DERECHO FUNDAMENTAL DE HONOR DE LAS PERSONAS JURÍDICAS.

- Toda persona física es titular del derecho al honor, pues el reconocimiento





de este es una consecuencia de la afirmación de la dignidad humana. **En consecuencia, las personas jurídicas también pueden ver lesionado su derecho al honor a través de la divulgación de hechos concernientes a su entidad, cuando otra persona la difame o la haga desmerecer en la consideración ajena.**

1ª. XXI/2011 (10ª.) Amparo directo 28/2010. ----Demos, Desarrollo de Medios, S.A de C.V.—23 de noviembre de 2011.- -- Mayoría de cuatro votos.--- Disidente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia.—Ponente: Arturo Zaldívar Lelo de Larrea.—Secretario: Javier Mijangos y González³

Fundamentos legales.

ARTÍCULO 41, APARTADO A, PÁRRAFO 3º DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

“Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.”

ARTÍCULO 41, APARTADO C, DEL MISMO ORDENAMIENTO

“En la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas” (...)

ARTÍCULO 159, NUMERAL 5 DE LA LEGIPE⁴:

“Ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio

³ Poder Judicial de la Federación, Suprema Corte de Justicia de la Nación, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Décima Época, Libro IV, Tomo 3, enero 2012, Primera Sala, México 2012, pp. 2905-2906.

⁴ Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.





nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en esta Ley.”

Derecho comparado

Ni la legislación internacional ni la experiencia de los distintos tribunales nacionales ofrecen una respuesta definitiva sobre la forma de equilibrar la libertad de expresión y la protección de otros derechos. Precisamente porque es un equilibrio, la respuesta será determinada por circunstancias de carácter nacional y local, así como también por el contexto en particular.

Los tratados internacionales brindan un claro sustento para iniciar un proceso legal en contra de acciones de odio o discriminación. En circunstancias muy extremas, tal y como sucedió en el caso de Radio Televisión libre des mille collines en Ruanda, donde una estación de radio incitó al genocidio, los periodistas habían sido previamente declarados culpables por un tribunal internacional para crímenes en contra de la humanidad.

La práctica más común en la mayoría de las jurisdicciones donde este problema ha sido considerado, tiende a prohibir los discursos ofensivos únicamente cuando constituyan una incitación directa a la actividad violenta. Quizá este concepto en sí mismo no sea fácil de definir. El país con el más grande número de leyes que prohíben la defensa de la hostilidad racial fue el Apartheid en Sudáfrica. Invariablemente las víctimas de esta legislación fueron de raza negra⁵.

II. Compra de votos

Otra de las acciones que representan una distorsión y daño a la democracia, es el clientelismo electoral.⁶ Reparto de favores, bienes materiales, servicios o dinero a cambio de votos y/o apoyo político.⁷ Que no es otra cosa que la compra del voto a través de dadas. La compra del voto por definición ocurre durante las campañas electorales y con frecuencia implica la utilización de recursos de procedencia dudosa, ilícita y que incluso, pueden ser públicos con fines privados.

⁵<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/1665/5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

⁶ Bárbara Schroeter, “Clientelismo: ¿Un concepto social y/o político?”, *Revista Mexicana de Sociología*, 72, núm. 1, México, 2010.

⁷ Andreas Schedler, “El voto es nuestro: ¿cómo los ciudadanos mexicanos perciben el clientelismo electoral?”, *Revista Mexicana de Sociología*, 66, núm. 1, México, 2004.





Desde una perspectiva económica, el clientelismo electoral se asemeja más a un mercado, donde diversos grupos de votantes organizados negocian sus votos a cambio de recibir despensas, materiales de construcción o dinero en efectivo. La negociación ocurre a través de intermediarios: líderes comunitarios que negocian con los operadores de los candidatos en disputa. Se trata de un mercado de intercambio voluntario que responde al interés de ambas partes. Desde esta perspectiva, se diluye la jerarquía entre patrón y cliente, ya que tanto los candidatos como los votantes ofrecen servicios a cambio de algo.

La principal y más obvia razón por la que resulta difícil calcular el costo de un voto es que esta práctica es ilegal, se realiza con sigilo y es motivo de condena social. Como cualquier mercado ilegal, el “mercado de votos” no lleva un registro público de sus transacciones –dependemos de la evidencia anecdótica, de los reportes de observadores electorales y de las denuncias jurídicas para estimar su precio aproximado. Según el reporte de observación electoral del movimiento #YoSoy132 y con el estudio de Alianza Cívica, el costo de un voto “comprado” en la elección para presidente de 2012, habría oscilado entre 100 y mil 800 pesos, lo que representaría un aumento significativo de los 250 a 500 pesos reportados por Cornelius (2002) en la elección de 2000⁸.

Una consecuencia real y directa es que el clientelismo electoral en sus diversas manifestaciones requiere sumas cuantiosas de dinero en efectivo. Ya sea para sostener las estructuras piramidales de los partidos o para movilizar votantes y comprar votos el día de la elección, el dinero en efectivo es el principal facilitador de estas actividades. En este sentido, y pese a que en muchas ocasiones el reclutamiento de simpatizantes y militantes fortalece las actividades clientelares, de ninguna manera alcanza para sufragar el multimillonario gasto que se necesita para llevarlas a cabo. Además, el hecho de que estas actividades dependan del dinero en efectivo, estimula el uso de recursos ilegales que por definición no se reportan a las autoridades.

En el clientelismo se observan diversas conductas como son: La compra y coacción del voto o condicionamiento de programas sociales, entre otros.

Si bien la ley no prevé la figura del clientelismo electoral como tal, las prácticas clientelares que encuadran en delitos electorales se encuentran especificadas en la Ley General en Materia de Delitos Electorales (LGMDE), y se consideran como tales por interferir con la libertad de elegir del votante y por socavar la

⁸ <https://www.nexos.com.mx/?p=18989#sdfootnote3sym>





legalidad y equidad de la contienda. La Fiscalía Especializada en Delitos Electorales (FEDE), órgano desconcentrado de la Fiscalía General de la República, es la oficina encargada de combatir, perseguir, investigar y prevenir el clientelismo y otros delitos electorales. Según la FEDE, de 2016 a abril de 2019 se presentaron 6,143 denuncias por delitos electorales; 2,327 (más de 30% del total) están relacionadas con clientelismo electoral (uno de cada tres).⁹

Conductas ilícitas relacionadas con el clientelismo electoral

Conducta ilícita	Artículo LGMDE ¹⁰
Solicitar votos por paga, promesa de dinero u otra contraprestación (comprar el voto).	7, fracc. VII; 9, fracc. VIII
Realizar por cualquier medio algún acto que provoque temor o intimidación en el electorado; induzca o ejerza presión sobre los electores a votar o abstenerse de votar por un candidato; coaccione o amenace a sus subordinados (coaccionar el voto).	7, fracc XVI; 8, fracc. VI; 9, fracc. I; 11, fracc. I
Recoger y/o retener credenciales para votar (inhibir el voto).	7, fracc. V y VI
Entregar bienes o servicios públicos al apoyo o al perjuicio de un candidato.	11, fracc. III
Organizar la reunión o el transporte de votantes para influir en el sentido de su voto (acarrear votantes).	7, fracc.X

Derecho comparado

Desde el primer trueque de una dracma por un voto en Atenas hace más de 2500 años, los políticos han practicado el arte bien perfeccionado, aunque rudimentario, de la compra de votos. Hoy en día sus incentivos van desde las bebidas alcohólicas, el gas y el dinero en efectivo en Estados Unidos hasta el dinero en efectivo, los granos y las máquinas lavadoras en grandes regiones de África, Asia, América Latina y el Caribe. Sin embargo, la compra de votos no es un fenómeno generalizado en todas partes.

La compra de votos ocurre en todos los países donde los partidos políticos no consiguen construir una marca que convenza a los votantes de que pueden confiar en sus promesas electorales. Mucho después de que los gobiernos militares llegaron a su fin en Brasil en 1985, por ejemplo, la compra de votos siguió siendo un fenómeno generalizado debido a la abundancia de partidos

⁹https://www.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files//29_Clientelismo%20electoral_Mata.pdf

¹⁰ Ley General en Materia de Delitos Electorales





débiles incapaces de construir una plataforma política. Los legisladores brasileños durante la legislatura de 1987-1990 habían pertenecido a aproximadamente tres partidos políticos. Una tercera parte de estos, según un estudio del sistema electoral brasileño, había cambiado de partido desde que fueron elegidos en 1986.

La Encuesta Mundial de Valores de 2010-2014, llevada a cabo por una red global de científicos sociales en casi 100 países, llegó a la conclusión de que el 51,8% de los encuestados creía que los votantes son “sobornados” a menudo o muy a menudo. Además, aun cuando los partidos estén mejor constituidos, la compra de votos puede seguir produciéndose cuando las elecciones son reñidas.

A medida que el tiempo pasa, la compra de votos puede convertirse en un fenómeno difícil de erradicar. Los ciudadanos, sobre todo los más pobres y los más marginados, pueden llegar a considerar que el pago de dinero en efectivo antes de las elecciones es lo único que consiguen de un gobierno ineficaz. Puede que lleguen a depender de ello.

El resultado es que se produce un círculo vicioso. Paradójicamente, aquellos que más sufren de la corrupción se convierten en los que tienen menos probabilidades de oponerse a ella y demandar reformas¹¹.

Es constitucional que el legislador local establezca requisitos más puntuales sobre la propaganda electoral que tiendan a regular de una manera más completa las finalidades perseguidas a través de la reforma constitucional de noviembre de dos mil siete, en la medida que incluya restricciones que sigan la lógica buscada por el Poder Reformador.

III. Informes de alcaldías

Con el fin de evitar las distorsiones electorales y que el principio de equidad a excusa de la rendición de cuentas, realicen las personas titulares de las alcaldías, en la rendición de informes. Es necesario también establecer límites y dotar de herramienta a la autoridad administrativa electoral para que investigue y resuelva de manera expedita, en el caso de que se contravenga la normatividad aplicable. Siendo el Procedimiento Especial Sancionador Electoral, el mecanismo adecuado para ello. Por lo que sobre el particular se agrega una causal para conocer como queja en la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México.

¹¹ <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/por-que-los-politicos-compran-votos/>





II. PROPUESTA DE MODIFICACIÓN

Para mayor comprensión del alcance de la presente iniciativa se muestra el siguiente cuadro comparativo.

CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

Legislación vigente	Propuesta de modificación
<p>LIBRO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES</p> <p>TITULO PRIMERO OBJETO Y SUJETOS DEL CÓDIGO CAPÍTULO ÚNICO</p> <p>Art. 4. ...</p> <p>A) a B).....</p> <p>C) En lo que se refiere al marco conceptual:</p> <p>I. a II. ...</p> <p>Sin correlativo</p>	<p>LIBRO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES</p> <p>TITULO PRIMERO OBJETO Y SUJETOS DEL CÓDIGO CAPÍTULO ÚNICO</p> <p>Art. 4. ...</p> <p>A) a B).....</p> <p>C) En lo que se refiere al marco conceptual:</p> <p>I. a II. ...</p> <p>II. Ter. Campañas negativas: Cualquier acto realizado mediante el uso de materiales impresos, correo electrónico, mensajes telefónicos, redes sociales, plataformas de internet, correo electrónico, o cualquier medio tecnológico, por el que se obtenga, exponga, distribuya, difunda, exhiba, reproduzca, transmita o comparta información, falsa o verdadera que atente contra el honor, reputación, integridad, dignidad, intimidad, vida privada de un candidato, dirigida a influir de manera negativa en las preferencias electorales de los ciudadanos;</p> <p>III. a IV. ...</p>
<p>Artículo 251. Son obligaciones de las Agrupaciones Políticas Locales:</p> <p>I al IX. ...</p>	<p>Artículo 251. Son obligaciones de las Agrupaciones Políticas Locales:</p> <p>I al IX. ...</p>





MARTÍN PADILLA

CONSOLIDANDO LA TRANSFORMACIÓN

X. Abstenerse de cualquier expresión, propaganda o promoción de discurso de odio que implique calumnia, discriminen o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, a las instituciones públicas, a otras Asociaciones Políticas o candidaturas;

Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos

I al XII

XIII. Abstenerse, en el desarrollo de sus actividades, de cualquier expresión que implique calumnia, discrimine o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley de Acceso, la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, de las instituciones públicas o de otras Asociaciones Políticas, candidatas o candidatos, particularmente durante los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales;

Artículo 317. Los aspirantes no podrán realizar actos anticipados de campaña por ningún medio. La violación a esta disposición se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido.

Queda prohibido a los aspirantes, en todo tiempo, la contratación de propaganda o cualquier otra forma de promoción personal en radio y televisión. La violación a esta norma se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido o, en su caso, con la cancelación de dicho registro.

X. Abstenerse de cualquier expresión, propaganda, **campañas negativas** o promoción de discurso de odio que implique calumnia, discriminen o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, a las instituciones públicas, a otras Asociaciones Políticas o candidaturas;

Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos

I al XII

XIII. Abstenerse, en el desarrollo de sus actividades, de cualquier expresión **o campaña negativa**, que implique calumnia, discrimine o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley de Acceso, la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, de las instituciones públicas o de otras Asociaciones Políticas, candidatas o candidatos, particularmente durante los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales;

Artículo 317. Los aspirantes no podrán realizar actos anticipados de campaña por ningún medio. La violación a esta disposición se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido.

Queda prohibido a los aspirantes, en todo tiempo, la contratación de propaganda o cualquier otra forma de promoción personal en radio y televisión, **así como la difusión de campañas negativas**. La violación a esta norma se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido o, en su caso, con la cancelación de dicho registro.





LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Legislación vigente	Propuesta de modificación
<p>Artículo 1. Las disposiciones contenidas en ésta ley son de orden público y de observancia obligatoria y general en toda la Ciudad de México y para las ciudadanas y los ciudadanos que ejerzan sus derechos político electorales en territorio extranjero. Para los efectos de esta ley, se entenderá por:</p> <p>I...</p> <p>Sin correlativo</p> <p>II AL XXII. ...</p>	<p>Artículo 1. Las disposiciones contenidas en ésta ley son de orden público y de observancia obligatoria y general en toda la Ciudad de México y para las ciudadanas y los ciudadanos que ejerzan sus derechos político electorales en territorio extranjero. Para los efectos de esta ley, se entenderá por:</p> <p>I...</p> <p>I bis. Campañas negativas: Cualquier acto realizado mediante el uso de materiales impresos, correo electrónico, mensajes telefónicos, redes sociales, plataformas de internet, correo electrónico, o cualquier medio tecnológico, por el que se obtenga, exponga, distribuya, difunda, exhiba, reproduzca, transmita o comparta información, falsa o verdadera que atente contra el honor, reputación, integridad, dignidad, intimidad, vida privada de un candidato, dirigida a influir de manera negativa en las preferencias electorales de los ciudadanos;</p> <p>II a XXII.</p>
<p>Artículo 3. Para la investigación y determinación de sanciones por presuntas faltas cometidas a las disposiciones electorales por los Partidos Políticos, las candidaturas sin partido, la ciudadanía, observadoras u observadores electorales y en general cualquier sujeto bajo el imperio de las mismas, el Instituto Electoral iniciará el</p>	<p>Artículo 3. Para la investigación y determinación de sanciones por presuntas faltas cometidas a las disposiciones electorales por los Partidos Políticos, las candidaturas sin partido, la ciudadanía, observadoras u observadores electorales y en general cualquier sujeto bajo el imperio de las mismas, el Instituto Electoral iniciará el</p>





MARTÍN PADILLA

CONSOLIDANDO LA TRANSFORMACIÓN

trámite y sustanciación de alguno de los siguientes procedimientos:

I. ...

II. Procedimiento Especial Sancionador Electoral. Será instrumentado dentro del proceso electoral respecto de las conductas contrarias a la norma electoral; es primordialmente inquisitivo y el órgano instructor tiene la facultad de investigar los hechos por todos los medios legales a su alcance, sin que deba sujetarse únicamente a las pruebas allegadas al procedimiento por las partes. Dicho procedimiento será resuelto por el Tribunal Electoral.

El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguiente:

a). ...

b). ...

Sin correlativo

trámite y sustanciación de alguno de los siguientes procedimientos:

I. ...

II. Procedimiento Especial Sancionador Electoral. Será instrumentado dentro del proceso electoral respecto de las conductas contrarias a la norma electoral; es primordialmente inquisitivo y el órgano instructor tiene la facultad de investigar los hechos por todos los medios legales a su alcance, sin que deba sujetarse únicamente a las pruebas allegadas al procedimiento por las partes. Dicho procedimiento será resuelto por el Tribunal Electoral.

El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguientes:

a) a c) ...

d) Por actos anticipados de precampaña o campaña; y

e) Por quejas o denuncias por violencia política contra las mujeres en razón de género;

f) Por campañas negativas en contra de cualquier partido político o persona candidata, la cual, solo procederá a instancia de parte; y

g) En la solicitud de votos por paga, promesa de dinero u otra contraprestación.

a) a f) ...





<p>Artículo 8. Constituyen infracciones de los partidos políticos a la Ley General de Partidos Políticos y al Código:</p> <p>I al XVII. ...</p> <p>XVIII. La difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que calumnien a las instituciones, partidos políticos o a las personas;</p>	<p>Artículo 8. Constituyen infracciones de los partidos políticos a la Ley General de Partidos Políticos y al Código:</p> <p>I a XVII. ...</p> <p>XVIII. La difusión de campañas negativas de propaganda política o electoral que contenga expresiones que calumnien a las instituciones, partidos políticos o a las personas;</p> <p>XIX. a XXI. ...</p>
---	---

Informes de alcaldías

Con el fin de evitar las distorsiones electorales y que el principio de equidad a excusa de la rendición de cuentas, realicen las personas titulares de las alcaldías, en la rendición de informes. Es necesario también establecer límites y dotar de herramienta a la autoridad administrativa electoral para que investigue y resuelva de manera expedita, en el caso de que se contravenga la normatividad aplicable. Siendo el Procedimiento Especial Sancionador Electoral, el mecanismo adecuado para ello. Por lo que sobre el particular se agrega una causal para conocer como queja en la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México. Propuesta que, para una mejor comprensión, se presenta en el siguiente cuadro comparativo:

LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
Legislación vigente	Propuesta de modificación
<p>Artículo 3. ...</p> <p>I. a II. ...</p> <p>El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguiente:</p> <p>a). a c) ...</p> <p>d) Por actos anticipados de precampaña o campaña; y</p>	<p>Artículo 3. ...</p> <p>I. a II. ...</p> <p>El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguientes:</p> <p>a) a c) ...</p> <p>d) Por actos anticipados de precampaña o campaña;</p>





e) Por quejas o denuncias por violencia política contra las mujeres en razón de género.

Sin correlativo

...

...

a) a f) ...

e) Por quejas o denuncias por violencia política contra las mujeres en razón de género; y

h) En los informes de las personas titulares de las alcaldías que contravengan lo dispuesto en la normatividad aplicable.

...

...

a) a f) ...

IV.PROYECTO DE DECRETO

Por lo anteriormente fundado y motivado se presenta ante el Pleno del Congreso de la Ciudad de México; II Legislatura, la presente

Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan, diversas disposiciones del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México y de la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México,

Artículo primero: Se reforma y adiciona el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México para quedar como siguen:

CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO

LIBRO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

TITULO PRIMERO OBJETO Y SUJETOS DEL CÓDIGO CAPÍTULO ÚNICO

Art. 4. ...

A) a B) ...





C) En lo que se refiere al marco conceptual:

I. a II. ...

II. Ter. Campañas negativas: Cualquier acto realizado mediante el uso de materiales impresos, correo electrónico, mensajes telefónicos, redes sociales, plataformas de internet, correo electrónico, o cualquier medio tecnológico, por el que se obtenga, exponga, distribuya, difunda, exhiba, reproduzca, transmita o comparta información, falsa o verdadera que atente contra el honor, reputación, integridad, dignidad, intimidad, vida privada de un candidato, dirigida a influir de manera negativa en las preferencias electorales de los ciudadanos;

III. a IV. ...

Artículo 251. Son obligaciones de las Agrupaciones Políticas Locales:

I al IX...

X. Abstenerse de cualquier expresión, propaganda, **campañas negativas** o promoción de discurso de odio que implique calumnia, discriminen o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, a las instituciones públicas, a otras Asociaciones Políticas o candidaturas;

Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos

I al XII

XIII. Abstenerse, en el desarrollo de sus actividades, de cualquier expresión o **campaña negativa**, que implique calumnia, discrimine o constituyan actos de violencia política contra las mujeres en razón de género, en términos de la Ley de Acceso, la Ley General y este Código, en contra de la ciudadanía, de las instituciones públicas o de otras Asociaciones Políticas, candidatas o candidatos, particularmente durante los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales;

Artículo 317. Los aspirantes no podrán realizar actos anticipados de campaña por ningún medio. La violación a esta disposición se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido.





Queda prohibido a los aspirantes, en todo tiempo, la contratación de propaganda o cualquier otra forma de promoción personal en radio y televisión, así como la difusión de campañas negativas. La violación a esta norma se sancionará con la negativa de registro como Candidata o Candidato sin partido o, en su caso, con la cancelación de dicho registro.

Artículo segundo. Se reforma y adiciona la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México para quedar como sigue:

LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Artículo 1. Las disposiciones contenidas en ésta ley son de orden público y de observancia obligatoria y general en toda la Ciudad de México y para las ciudadanas y los ciudadanos que ejerzan sus derechos político electorales en territorio extranjero. Para los efectos de esta ley, se entenderá por:

I...

I bis. Campañas negativas: Cualquier acto realizado mediante el uso de materiales impresos, correo electrónico, mensajes telefónicos, redes sociales, plataformas de internet, correo electrónico, o cualquier medio tecnológico, por el que se obtenga, exponga, distribuya, difunda, exhiba, reproduzca, transmita o comparta información, falsa o verdadera que atente contra el honor, reputación, integridad, dignidad, intimidad, vida privada de un candidato, dirigida a influir de manera negativa en las preferencias electorales de los ciudadanos;

II a XXII. ...

Artículo 3. Para la investigación y determinación de sanciones por presuntas faltas cometidas a las disposiciones electorales por los Partidos Políticos, las candidaturas sin partido, la ciudadanía, observadoras u observadores electorales y en general cualquier sujeto bajo el imperio de las mismas, el Instituto Electoral iniciará el trámite y sustanciación de alguno de los siguientes procedimientos:

I. ...

II. Procedimiento Especial Sancionador Electoral. Será instrumentado dentro del proceso electoral respecto de las conductas contrarias a la norma electoral; es primordialmente inquisitivo y el órgano instructor tiene la facultad de investigar los hechos por todos los medios legales a su alcance, sin que deba sujetarse únicamente a las pruebas allegadas al procedimiento por las





partes. Dicho procedimiento será resuelto por el Tribunal Electoral.

El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguientes:

a) a c) ...

d) Por actos anticipados de precampaña o campaña; y

e) Por quejas o denuncias por violencia política contra las mujeres en razón de género;

f) Por campañas negativas en contra de cualquier partido político o persona candidata, la cual, solo procederá a instancia de parte; y

g) En la solicitud de votos por paga, promesa de dinero u otra contraprestación.

h) En los informes de las personas titulares de las alcaldías que contravengan lo dispuesto en la normatividad aplicable.

...

...

a) a f) ...

Artículo 8. Constituyen infracciones de los partidos políticos a la Ley General de Partidos Políticos y al Código:

I a XVII. ...

XVIII. La difusión de **campañas negativas de** propaganda política o electoral que contenga expresiones que calumnien a las instituciones, partidos políticos o a las personas;

XIX. a XXI. ...

TRANSITORIOS

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





DIPUTADO LOCAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

MARTÍN PADILLA

CONSOLIDANDO LA TRANSFORMACIÓN

Segundo. Remítase el presente decreto a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México para su promulgación y publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

Dado en el Recinto Legislativo de la Ciudad de México de Donceles y Allende a los once días del mes de mayo de dos mil veintitrés.

ATENTAMENTE

DIP. JOSÉ MARTÍN PADILLA SÁNCHEZ
VICECOORDINADOR DE LA ASOCIACIÓN PARLAMENTARIA
ALIANZA VERDE JUNTOS POR LA CIUDAD

