



DIEGO ORLANDO GARRIDO LÓPEZ

DIPUTADO

CCDMX/IL/DOGL/025/2020

Ciudad de México, a 12 de marzo del 2020.

**DIP. ISABELA ROSALES HERRERA
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA
DE LA I LEGISLATURA DEL CONGRESO DE LA CIUDAD.
PRESIDENTE.**

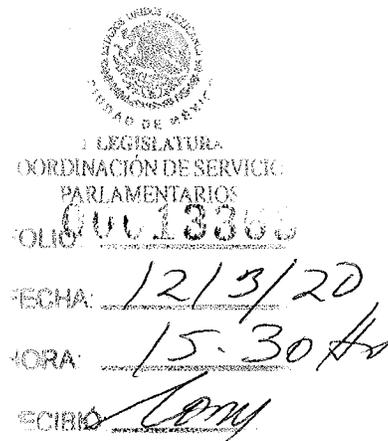
Con fundamento en lo establecido por el artículo 100 fracción IV del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, solicito de la manera más atenta **el retiro del PUNTO 15 del orden del día de la sesión ordinaria de fecha 12 de marzo del presente año**, relativo a la *INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO, POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO; SUSCRITA POR LA DIPUTADA ANA PATRICIA BÁEZ GUERRERO Y EL DIPUTADO DIEGO ORLANDO GARRIDO LÓPEZ, INTEGRANTES DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.*

Solicitando que la misma sea registrada para la sesión del próximo MARTES 17 de marzo del año que corre.

Sin más por el momento envío un cordial saludo.

Atentamente,

Dip. Diego Orlando Garrido López.



CCDMX/IL/DOGL/024/2020.

Ciudad de México, a 05 de marzo de 2020.

DIP. ISABELA ROSALES HERRERA.
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO I LEGISLATURA.
PRESENTE.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 82 y 83 fracción II del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, le solicito la inscripción del instrumento parlamentario que a continuación se cita, para que se liste en el orden del día de la sesión ordinaria de fecha 10 de marzo de dos mil veinte.

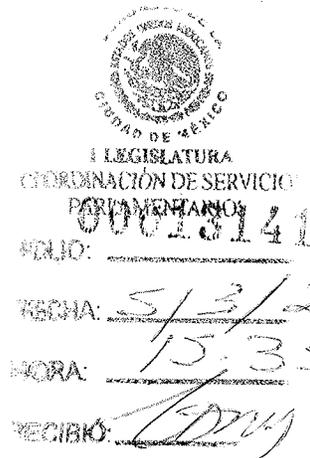
Se anexa la versión escrita del mismo.

Título del Instrumento Parlamentario: **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MEXICO.**

Atentamente,



Dip. Diego Orlando Garrido López.





**DIP. ISABELA ROSALES HERRERA
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
PRESENTE.**

Quienes suscribimos, Diputada Patricia Báez Guerrero y Diputado Diego Orlando Garrido López, integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en el Congreso de la Ciudad de México, I Legislatura, 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 del Congreso; y 5, fracción I; 95, fracción II; 96; y 118 del Reglamento del Congreso, todos ordenamientos de la Ciudad de México, sometemos a la consideración de este órgano legislativo la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MEXICO** conforme al siguiente orden:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

I. Título de la propuesta.

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

II. Planteamiento del problema.

La reforma político electoral del año 2007 estableció un nuevo modelo de comunicación política, sustentado en 2 puntos importantes, el primero encaminado a la distribución de tiempos del estado a partidos políticos a través del otrora Instituto Federal Electoral. El segundo de los elementos que marcaron aquella reforma fue la restricción a la propaganda de difusión de los gobiernos. En síntesis, derivado de tal reforma, se instauró un nuevo modelo de comunicación política.

En efecto, el tema más trascendente y complejo de la reforma fue la modificación de la relación que existía entre partidos, medios de comunicación y autoridades electorales. Los aspectos que se regularon van desde el contenido de la propaganda y la prohibición de que terceros contraten medios para emitir mensajes políticos, los actos anticipados de campaña, hasta la forma de acceder a estos medios electrónicos.

La no intervención de terceros en la contienda a través de la propaganda política en radio y televisión, así como la restricción a funcionarios públicos de hacer proselitismo aprovechándose de su posición, fueron aspectos centrales de la reforma. Se propuso fortalecer la regulación de la comunicación social gubernamental y prohibir, además, la promoción personal de autoridades y la contratación de propaganda político electoral por su parte con fines electorales.

La propaganda electoral de funcionarios públicos es un tema que siempre ha causado polémica, aun antes de la reforma de 2007. Los límites son difusos y los funcionarios y gobiernos ceden con facilidad a la tentación de usar su posición para intervenir en los procesos electorales a favor de su partido o candidato.

La reforma de aquel entonces propuso reforzar los límites y sanciones a la propaganda política de funcionarios públicos, pero algunos vacíos legales han permitido que la promoción en las campañas se mantenga mediante argucias y subterfugios. Principalmente en las entidades federativas, los gobernadores han mantenido su presencia en medios, promocionando informes de gobierno que violan la ley, pero les resultan convenientes, porque la imposición de multas no ha desalentado su práctica.

Un caso representativo fue el ocurrido en 2010 cuando un partido político solicitó medidas cautelares ante el Instituto Federal Electoral (ahora INE) por la difusión de mensajes informativos que el entonces Presidente de la República hizo en junio y julio de ese año para difundir los logros de su gobierno¹, en donde el IFE declaró infundada la queja en su resolución CG269/2010 pero reconoció la propaganda electoral en un mensaje transmitido el 15 de junio en donde llamó al gobierno federal y a los gobiernos estatales, municipales y delegacionales a que se abstuvieran de difundir logros de gobierno en cualquier modalidad de comunicación social en los estados en donde se celebrarían elecciones el 4 de julio de 2010.

Dicha resolución trajo consigo una serie de impugnaciones por varios actores políticos ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (en adelante TEPJF) donde éste consideró que un funcionario puede dirigirse a la ciudadanía siempre y cuando con ello cumpla el propósito de hacer del conocimiento público determinada información que se considere indispensable; entonces, los mensajes que se difundan durante el proceso electoral deben obedecer a circunstancias

¹ A través de los procedimientos especiales sancionadores CG/PE/PRI/CG/082/2010 y SCG/PE/PRI/CG/098/2010

excepcionales e ineludibles, como las que marca la propia Constitución de manera expresa. Derivado de lo anterior, resolvió que esto no ocurrió con los mensajes que informaban los logros de gobierno del Ejecutivo federal, por lo que se consideró que contenían elementos de propaganda gubernamental. El 1 de julio, cuando se transmitieron los mensajes, se estaba en un periodo de reflexión previo al día de la elección (el 4 de julio) en Aguascalientes, Baja California, Chiapas, Chihuahua, Hidalgo, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas, estados en donde se transmitió el mensaje. Para la Sala Superior del TEPJF esto revistió una mayor gravedad, pues *"es precisamente en esta etapa en la que el legislador ordenó la suspensión de toda la propaganda electoral para propiciar la deliberación personal de las opciones políticas antes de decidir emitir su sufragio por alguna de ellas"*² Para el Tribunal Electoral, en los mensajes del 30 de junio y 1 de julio, fue fácil desprender elementos inequívocos de propaganda gubernamental, difundida en los medios de comunicación durante el periodo de reflexión del sufragio, declarando responsable al titular del Ejecutivo federal de infringir el artículo 41, base III, apartado C de la Constitución Federal y el artículo 347 del entonces Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Ahora bien, la Constitución Federal establece normativa encaminada a vigilar el actuar de los servidores públicos, ello a partir de lo establecido por el artículo 134 en sus párrafos 7 y 8 al sostener que los servidores públicos de todos los órdenes de gobierno 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 de la competencia entre los partidos políticos. Sostiene además que la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la

² SUP-RAP-119/2010



administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. Prohibiendo expresamente que dicha propaganda incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Dicho precepto constitucional consagra los principios fundamentales de imparcialidad y equidad en la contienda electoral.

El artículo 41, fracción III, apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Federal prevé que durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, **deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental**, tanto de los poderes federales, como **de las entidades federativas**, así como de los Municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público³.

Por su parte, el artículo 209, párrafo 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE), así como el artículo 21 de la Ley General de Comunicación Social, igualmente contienen la prohibición constitucional antes referida.

³ Las citadas disposiciones constitucionales derivaron de la reforma en materia electoral publicada en el Diario Oficial de la Federación de trece de noviembre de dos mil siete, de cuyo proceso legislativo se desprende que su finalidad fue regular la propaganda gubernamental de todo tipo, tanto en tiempos electorales como fuera de ellos, para generar condiciones de imparcialidad, equidad y certeza respecto de la competencia electoral e impedir el uso del poder público a favor o en contra de cualquier partido político o candidato a cargo de elección popular.

En este contexto, la única propaganda que se puede difundir durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, es la comprendida en las excepciones previstas en la Constitución Federal, es decir, las relativas a campañas de información de las autoridades electorales, a servicios educativos, de salud y de protección civil en casos de emergencia.

Sin embargo, a partir del 1º de diciembre del 2018 inició una nueva etapa para el país, donde el gobierno tuvo como propósito el establecer ajustes y cambios en la forma de gobierno, en particular, desde el 3 de diciembre el titular del ejecutivo inauguró las denominadas "mañaneras" cuyo objetivo es comunicar de manera simultánea a los medios que acuden y a la sociedad temas de la agenda pública. Dichas ruedas de prensa son de forma ordinaria de lunes a viernes en un horario de 7 a 10 de la mañana.

A lo anterior, la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, al resolver el expediente SER-PSC-0070-2019 sostuvo entre otras cosas que las conferencias de prensa realizadas por el Presidente de la República constituyen una nueva forma de propaganda gubernamental toda vez que:

- *La producción y logística está a cargo de un ente público.*
- *Son dirigidas por servidores/as públicos.*
- *El contenido refiere logros, programas, acciones y obras de gobierno de diversos temas del acontecer nacional (seguridad, economía, políticas migratorias, etc.).*
- *Un área del gobierno es quien proporciona la señal, vía satelital, para que puedan difundirse en radio y televisión.*

Aunado al hecho que dada la dinámica de las “mañaneras”, el Tribunal Electoral Especializado sostuvo que se está ante una *especie de rueda de prensa*, toda vez que las y los periodistas asisten con el fin de escuchar la agenda pública nacional y a la par, dirigir preguntas respecto a temas de esa agenda; por lo que, si bien contienen un ejercicio periodístico, el mismo se encuentra inmerso en la logística y dinámica regular de tales conferencias.

Partiendo de los nuevos modelos de comunicación política que el actual gobierno lleva a cabo, es importante generar un marco legal claro y preciso en cuanto a la participación de los servidores públicos y la promoción personalizada de su imagen dentro de procesos electorales.

III. Problemática desde la perspectiva de género.

No aplica.

IV. Argumentación de la propuesta.

La propaganda gubernamental se ha vuelto una constante en cada proceso electoral, generando discusión entre la autoridad electoral administrativa y jurisdiccional respecto a su contenido y alcances.

Al respecto, la Sala Superior emitió la jurisprudencia 18/2011 de rubro: “PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD”, que establece que la restricción a la difusión en medios de

comunicación social de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales tiene como fin evitar que los entes públicos puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea en pro o en contra de determinado partido político o candidato, atento a los principios de equidad e imparcialidad que rigen en la contienda electoral. En consecuencia, los supuestos de excepción relativos a las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refiere el artículo constitucional, deberán colmar los mencionados principios, dado que de ninguna manera pueden considerarse como exentos de cumplir con la normativa constitucional y legal en la materia.

Respecto al actuar de los servidores públicos, el mismo se encuentra sujeto a las restricciones contenidas en el artículo 134, párrafos 7 y 8 de la Constitución Federal, que disponen 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.

[...]

Es preciso señalar que en la exposición de motivos de la iniciativa de la Reforma Constitucional de dos mil siete menciona que la inclusión de los párrafos séptimo y octavo del artículo 134 de la Constitución, tiene como objeto impedir que actores ajenos incidan en los procesos electorales, así como elevar a rango constitucional las regulaciones en materia de propaganda gubernamental tanto en periodo electoral como en tiempo no electoral.

En este sentido el referido artículo tutela dos bienes jurídicos de los sistemas democráticos: la imparcialidad y la neutralidad con que deben actuar los servidores públicos y la equidad en los procesos electorales.

Respecto al séptimo párrafo del precepto mencionado, el propósito es claro en cuanto dispone que las y los servidores públicos deben actuar con suma cautela, cuidado y responsabilidad en el uso de recursos públicos (económicos, materiales y humanos), que se les entregan y disponen en el ejercicio de su encargo, es decir, que destinen los recursos para el fin propio del servicio público correspondiente.

En este sentido, el párrafo en comento establece una norma constitucional que prescribe una orientación general para que todos los servidores públicos de la Federación, los Estados y los municipios, así como de la Ciudad de México y sus alcaldías, que tengan bajo su responsabilidad recursos de origen público, los apliquen con imparcialidad, salvaguardando en todo momento la equidad en la contienda electoral⁴.

⁴ Véase SUP-JRC-678/2015.

Al respecto, si bien el aludido precepto constitucional hace referencia a que los recursos públicos sean utilizados sin influir en la contienda electoral, también es posible desprender la exigencia que se dé una actuación imparcial de los servidores públicos, con el objeto de que ningún partido, candidato o coalición obtenga algún beneficio que pueda afectar el equilibrio que debe imperar en una contienda electoral⁵.

De manera complementaria, la finalidad en materia electoral del octavo párrafo de dicha disposición constitucional es procurar la mayor equidad en los procesos electorales, prohibiendo que los servidores públicos utilicen publicidad gubernamental resaltando su nombre, imagen y logros, para hacer promoción personalizada con recursos públicos.

En este sentido, en diversas ejecutorias, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha concluido que, para hacer plenamente efectivas las normas constitucionales precisadas, para calificar la propaganda como gubernamental, no es necesario que ésta provenga de algún servidor público, ni que sea contratada o pagada con recursos públicos, porque el término "gubernamental" sólo constituye un adjetivo para calificar algo perteneciente o relativo al gobierno como pieza angular del Estado, sin que exija alguna cualidad personal de quien la emite.

Ahora bien, la promoción personalizada se actualiza cuando se tienda a promocionar, velada o explícitamente, a un servidor público. Esto se produce cuando la propaganda tienda a promocionarlo destacando su imagen, cualidades o calidades personales, logros políticos y económicos, partido de militancia, creencias religiosas, antecedentes familiares o sociales, etcétera, asociando los logros de

⁵ SUP-JRC-678/2015 y SUP-JRC-55/2018

gobierno con la persona más que con la institución y el nombre y las imágenes se utilicen en apología del servidor público con el fin de posicionarlo en el conocimiento de la ciudadanía con fines político electorales, o bien, para favorecer o afectar a las distintas fuerzas y actores políticos⁶.

La promoción personalizada del servidor público también se actualiza al utilizar expresiones vinculadas con el sufragio, difundiendo mensajes tendientes a la obtención del voto (se trate del propio servidor, de un tercero o de un partido político), o al mencionar o aludir la pretensión de ser candidato a un cargo de elección popular, o cualquier referencia a los procesos electorales⁷.

En este sentido, para identificar si dicha propaganda es susceptible de ser considerada Propaganda Gubernamental considerada susceptible de que sea personalizada de los servidores públicos, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha previsto en la Jurisprudencia 12/2015 de rubro: PROPAGANDA PERSONALIZADA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA, que los órganos jurisdiccionales, a fin de dilucidar si se actualiza o no la infracción al párrafo 8 del artículo 134 constitucional y evitar que se influya en la equidad de la contienda electoral, deben considerar diversos elementos:

- **Personal.** *Que deriva esencialmente en la emisión de voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable al servidor público;*
- **Objetivo.** *Que impone el análisis del contenido del mensaje a través del medio de comunicación social de que se trate, para determinar si de manera efectiva revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente, y*

⁶ Criterio contenido en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-43/2009.

⁷ Ídem.

Temporal. *Pues resulta relevante establecer si la promoción se efectuó iniciado formalmente el proceso electoral o se llevó a cabo fuera del mismo, ya que si la promoción se verificó dentro del proceso, se genera la presunción de que la propaganda tuvo el propósito de incidir en la contienda, lo que se incrementa cuando se da en el período de campañas; sin que dicho período pueda considerarse el único o determinante para la actualización de la infracción, ya que puede suscitarse fuera del proceso, en el cual será necesario realizar un análisis de la proximidad del debate, para estar en posibilidad de determinar adecuadamente si la propaganda influye en el proceso electivo.*

Cabe mencionar que las disposiciones constitucionales no se traducen en una prohibición absoluta para que los servidores públicos se abstengan de hacer del conocimiento público los logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno, su nombre, imagen, voz o símbolos, sino que el contenido de esa disposición, tiene por alcance la prohibición de que traten de valerse de ella, con el fin de obtener una ventaja indebida, a fin de satisfacer intereses particulares.

Por otra parte, además de lo establecido por el artículo 41, fracción III, Apartado C, segundo párrafo y el artículo 134 párrafos 7 y 8 de la Constitución Federal, el artículo 449, párrafo 1, incisos b) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece las infracciones que pueden ser cometidas por los servidores públicos de cualquiera de los Poderes de la Unión, de los poderes locales; órganos de gobierno municipales; órganos de gobierno de la Ciudad de México; órganos autónomos y cualquier otro ente público, entre las que se encuentra la difusión, por cualquier medio, de propaganda gubernamental dentro del período que comprende desde el inicio de las campañas electorales



hasta el día de la jornada electoral inclusive, con excepción de la información relativa a servicios educativos y de salud, o la necesaria para la protección civil en casos de emergencia.

Por otra parte, debe entenderse que estamos ante propaganda gubernamental cuando su contenido esté relacionado con informes, logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público o servidor público.

Que tal como se ha dicho en párrafos anteriores, la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación sostuvo al resolver el expediente SER-PSC-0070-2019 que las conferencias de prensa realizadas por el Presidente de la República constituyen una nueva forma de propaganda gubernamental al contener varios elementos que, atendiendo al formato y dinámica de éstas se consideran una especie de rueda de prensa, lo que pudiera considerarse un ejercicio periodístico, el mismo está inmerso en la logística y dinámica regular de tales conferencias.

Dicha Sala Electoral Especializada llegó a la conclusión que el formato de tales conferencias de prensa, son una nueva forma de propaganda gubernamental por lo que deben estar sujetas a los principios y obligaciones que establece el artículo 41 de nuestra Carta Magna. Aunque se trate de una nueva forma de comunicar, válida y razonable; existe un límite para su difusión cuando transcurre las etapas de campaña y veda de los procesos electorales.

La restricción constitucional, se encuentra prevista también en otras leyes, ejemplo es el artículo 21, de la Ley General de Comunicación Social⁸, donde se reitera la obligación de suspender toda publicidad de comunicación social en los medios, durante las campañas electorales federales y locales. En particular de los procesos electorales locales, deberá suspenderse este tipo de difusión en los medios de comunicación con cobertura geográfica y ubicación exclusivamente en la entidad federativa de que se trate.

Por su parte, el artículo 8 del Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal⁹, también restringe la difusión de propaganda gubernamental durante los procesos electorales, salvo los casos excepcionales.

La esencia de la prohibición o restricción constitucional y legal no es la suspensión total de toda la propaganda gubernamental, porque existen **casos de excepción**:

- Campañas de información de las autoridades electorales.
- Las de servicios educativos y de salud.
- Las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

De lo que se trata, es que esta comunicación no afecte o desequilibre, de manera explícita o implícita, la contienda electoral.

Podemos decir que la finalidad de esta prohibición: **difundir** propaganda gubernamental, en esas fases específicas de las contiendas, es procurar que la toma de decisiones de la ciudadanía, cuando elijan las alternativas políticas, sea

⁸ Vigente a partir del 1 de enero de 2019. Están pendientes de resolver 3 acciones de inconstitucionalidad, ante la SCJN en contra de esta Ley; por lo que en este momento hay presunción de validez.

⁹ Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 16 de abril de 2019.

sin riesgo de influencia, sobre todo, porque la difusión de propaganda gubernamental puede marcar diferencias en el ánimo de las y los electores; de ahí que los poderes públicos deben guardar una conducta imparcial y de mesura en las elecciones; en especial durante la campaña y el periodo de reflexión.¹⁰

La exigencia de imparcialidad tiene como motivación la conformación de un sistema en el que la igualdad de condiciones para las y los competidores sea una regla y no una excepción. Se busca garantizar que no se utilicen los recursos públicos y oficiales que estén bajo su responsabilidad para fines distintos.

De ahí que la presente propuesta atienda al modelo constitucional de propaganda gubernamental y se establezcan elementos adicionales ya reconocidos y validados por el órgano jurisdiccional en la materia, con el fin de dotar de certeza a todos los actores públicos en la difusión de tal propaganda.

Del mismo modo es necesario establecer con total claridad que partiendo de la prohibición de difundir nombres o imágenes del servidor público, ello trasciende a terceros, es decir, la utilización de nombres o imágenes de servidores públicos debe abarcar incluso a quienes aspiran ocupar un cargo de elección popular en próximos procesos electivos.

La medida radica en que, si un aspirante o candidato dentro de su propaganda política determina incluir la imagen y/o el nombre de algún servidor público de "renombre" o públicamente conocido, es evidente que incurre en violaciones al

¹⁰ Jurisprudencia de Sala Superior 18/2011: "**PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD**".

artículo 134 párrafos 7 y 8 Constitucional, así como de lo dispuesto en la Legislación Electoral Federal ya que se presume el uso de recursos públicos en beneficio de quien aparece el servidor público.

En tal orden de ideas, la medida restrictiva debe trascender a dicha propaganda política electoral con el fin de no aprovechar cualquier posible resquicio o laguna de ley que pudiera hacer evidente una posible manera de emplear nombre o imagen de servidor público en propaganda electoral.

En ese sentido, en las Acciones de Inconstitucionalidad 22/2014 y sus acumuladas 26/2014, 28/2014 y 30/2014, resueltas el nueve de septiembre de dos mil catorce, la Suprema Corte de Justicia de la Nación enfatiza que el artículo 242, párrafo 5, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, no consignaba alguna excepción permisiva para desequilibrar la competencia partidista o para que, so pretexto de algún informe gubernamental de labores, se asociará a los promocionales respectivos la personalidad de quien lo rindiera.

De esta manera, la Corte puntualizó que ni siquiera con motivo del informe anual de labores o de gestión de los servidores públicos, ni con motivo de los mensajes para darlos a conocer, puede eludirse la prohibición de influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, ni la de incluir en esa propaganda nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, pues en consonancia con el contexto de los párrafos séptimo y octavo del artículo 134 constitucional, se deducía que la rendición anual de informes también está vinculada a la observancia de las mismas limitaciones que permanentemente tiene toda la propaganda gubernamental.

Por otra parte, es preciso sostener que existen ya en distintos partidos políticos, dentro de su normativa interna, elementos que buscan erradicar prácticas que buscan la promoción personal indebida e inequitativa de quienes las realizan para resultar beneficiados en los futuros procesos de selección de candidaturas a puestos de elección popular y/o para la integración de los órganos estatutarios.

Prácticas que consisten en la promoción deliberada de la imagen de una persona o grupo de personas, disfrazadas de propaganda, que en diversas ocasiones contiene la figura de dirigentes o personalidades.

Tales prácticas contravienen el espíritu del legislador permanente al prohibir de forma expresa que dicha propaganda se difunda durante campaña electoral y en etapa de veda electoral, ya que resulta claro que quienes fueron electos por la ciudadanía para ocupar cargos, fueron escogidos para desarrollar las tareas propias del órgano al que pertenecen y en ningún momento y bajo ninguna circunstancia pueden anteponer sus intereses personales por encima del trabajo que el encargo mismo requiere, por lo que esta ventaja destruye la equidad que debe imperar en el seno de la sociedad y rompe con el "derecho a decidir de manera libre, sin presiones ni coacción", lo que derivaría en procesos electivos en los que no se garantizaría el auténtico ejercicio de la democracia.

No pueden existir verdaderas representaciones populares cuando se ha viciado la voluntad de los votantes no solo con la entrega de dádivas o con el tráfico de la pobreza y del hambre, sino además con la exposición pública continuada e impropia de quienes pretende hacerse promoción personal a costa de otro servidor público mediante el uso de recursos diversos que pretendan manipular y condicionar la voluntad de otras y otros.

Asimismo, con la actualización de las prohibiciones a la difusión y elaboración de propaganda con carácter de promoción personalizada de servidor público el bien jurídico que se pretende tutelar es el de la equidad en la contienda, puesto que no es posible la realización de ésta si diversos actores pretenden adelantarse a los tiempos, mediante su exposición pública en medios diversos, generando la promoción anticipada de su persona a fin de posicionarse políticamente entre el electorado con el fin de obtener una candidatura o cargo de elección popular.

En este sentido, las disposiciones normativas tienen por objeto salvaguardar los principios de imparcialidad, neutralidad y equidad, que son rectores de los procesos comiciales.

A partir de ello, es que la presente iniciativa tiene como finalidad la de establecer prohibiciones a los servidores públicos en materia de propaganda gubernamental y electoral, a través de lo cual, los funcionarios públicos se abstengan de aparecer en la propaganda de candidatos y aspirantes de partidos políticos con el fin de obtener una ventaja indebida en el electorado y con ello se vulnere los principios de imparcialidad, neutralidad y equidad en las contiendas.

Del mismo modo resulta necesario contar con el marco legal en la materia electoral para la Ciudad de México que atienda a los nuevos modelos de comunicación política en materia de propaganda de gobierno o gubernamental para establecer reglas claras en donde no se quiera aprovechar algún vacío o laguna de ley de la cual se pueda incurrir en violaciones a los principios de imparcialidad y equidad de la contienda.

V. Fundamento legal y en su caso sobre su constitucionalidad y convencionalidad.

El artículo 41, fracción III, apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Federal prevé que durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales, como de las entidades federativas, así como de los Municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público¹¹.

Por su parte, el artículo 209, párrafo 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE), igualmente contienen la prohibición constitucional antes referida.

El artículo 134 de la Constitución Federal en sus párrafos séptimo y octavo consagra los principios fundamentales de imparcialidad y equidad en la contienda electoral; pues refiere que los servidores públicos de la Federación, los Estados y los Municipios, así como de la Ciudad de México y sus alcaldías, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están

¹¹ Las citadas disposiciones constitucionales derivaron de la reforma en materia electoral publicada en el Diario Oficial de la Federación de trece de noviembre de dos mil siete, de cuyo proceso legislativo se desprende que su finalidad fue regular la propaganda gubernamental de todo tipo, tanto en tiempos electorales como fuera de ellos, para generar condiciones de imparcialidad, equidad y certeza respecto de la competencia electoral e impedir el uso del poder público a favor o en contra de cualquier partido político o candidato a cargo de elección popular.

bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.

Así también refiere los alcances y límites de la propaganda gubernamental, al establecer que ésta, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan 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 debe incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Así, la intención que persiguió el legislador con tales disposiciones fue establecer, en sede constitucional, normas encaminadas a impedir el uso del poder público a favor o en contra de cualquier partido político o candidato a cargo de elección popular, y también para promover ambiciones personales de índole política.

La obligación de neutralidad como principio rector del servicio público se fundamenta, principalmente, en la finalidad de evitar que funcionarios públicos utilicen los recursos humanos, materiales o financieros a su alcance con motivo de su encargo, para influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado partido político, aspirante o candidato.

Lo anterior también se puede traducir en que el cargo que ostentan no se utilice para afectar los procesos electorales a favor o en contra de algún actor político. Prohibición que toma en cuenta los recursos gozados en forma de prestigio o presencia pública que deriven de sus posiciones como representantes electos o



I LEGISLATURA

GRUPO PARLAMENTARIO PARTIDO ACCIÓN NACIONAL



servidores públicos y que puedan convertirse en respaldo político u otros tipos de apoyo¹².

Por otra parte, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 122, apartado A dispone que el ejercicio del Poder Legislativo se deposita en la Legislatura de la Ciudad de México. Misma que se integrará en términos de lo que establezca la Constitución Política local.

La Constitución Local prevé como competencia del Congreso de la Ciudad de México, la de expedir y reformar las leyes aplicables a la Ciudad de México en las materias conferidas al ámbito local a objeto de hacer efectivas las facultades concedidas a las autoridades de la Ciudad.

Derivado de lo anterior resulta pertinente adecuar el contenido del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, a fin de garantizar un marco normativo vigente, acorde a los cambios en el modelo de comunicación política electoral en donde se establezcan reglas claras en materia de propaganda gubernamental de servidores públicos.

Por las consideraciones expuestas, se somete al Pleno de este Honorable Congreso de la Ciudad de México, la propuesta de modificación del ordenamiento referido, que se explica a continuación:

¹² SUP-REP-0706/2018.

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

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO
<p>Artículo 5. Las personas servidoras públicas de los órganos Ejecutivo, Legislativo y Judicial de carácter local, de los órganos político-administrativos, de los organismos descentralizados y de los órganos autónomos de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la prohibición de utilizar los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, para influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, candidatos o precandidatos.</p> <p>De igual modo, la difusión que por los diversos medios realicen, bajo cualquier modalidad de comunicación social, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso la comunicación incluirá nombres, imágenes, colores, voces, símbolos o emblemas que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública o que se relacionen con cualquier aspirante a alguna candidatura, persona candidata, Partido Político Nacional o local.</p> <p>Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Federal, el informe anual de labores o gestión de las personas servidoras públicas, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año, en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad de la persona servidora pública, y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En</p>	<p>Artículo 5. Las personas servidoras públicas de los órganos Ejecutivo, Legislativo y Judicial de carácter local, de los órganos político-administrativos, de los organismos descentralizados y de los órganos autónomos de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la prohibición de utilizar los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, para influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, candidatos o precandidatos.</p> <p>De igual modo, la difusión que por los diversos medios realicen, bajo cualquier modalidad de comunicación social, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso la comunicación incluirá nombres, imágenes, colores, voces, símbolos o emblemas que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública o que se relacionen con cualquier aspirante a alguna candidatura, persona candidata, Partido Político Nacional o local.</p> <p>Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Federal, el informe anual de labores o gestión de las personas servidoras públicas, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año, en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad de la persona servidora pública, y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores</p>

<p>ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, de realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</p>	<p>a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, de realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</p> <p>Será considerada como propaganda prohibida por la ley, las ruedas de prensa que sean convocadas por servidores públicos donde se advierta que de su contenido no se encuentra dentro de los supuestos de excepción previstos por el artículo 41, fracción III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Federal.</p>
<p>Artículo 289. Durante los Procesos de Selección Interna de candidaturas, queda prohibido a las precandidatas, precandidatos y a los Partidos Políticos:</p> <p>I. Recibir apoyos en dinero o en especie de servidores públicos;</p> <p>II. Utilizar recursos e instalaciones públicas para promover su intención de obtener la candidatura al cargo de elección popular;</p> <p>III. Erogar más del veinte por ciento del monto total fijado como límite de los topes de gastos de campaña para la elección respectiva, autorizados para el proceso electoral ordinario inmediato anterior de que se trate;</p> <p>IV. Fijar y distribuir propaganda al interior de oficinas, edificios y locales ocupados por los órganos de gobierno y los poderes públicos, ambos de la Ciudad de México;</p> <p>V. Contratar tiempos de radio y televisión para realizar propaganda; y</p> <p>VI. Participar simultáneamente en procesos de selección interna de candidatos a cargos de elección popular por diferentes partidos políticos, salvo que entre ellos medie convenio para participar en coalición.</p> <p>VII. Otorgar artículos promocionales utilitarios; y</p> <p>VIII. Las demás que establece este Código y las disposiciones aplicables.</p>	<p>Artículo 289. Durante los Procesos de Selección Interna de candidaturas, queda prohibido a las precandidatas, precandidatos y a los Partidos Políticos:</p> <p>I. Recibir apoyos en dinero o en especie de servidores públicos;</p> <p>II. Utilizar recursos e instalaciones públicas para promover su intención de obtener la candidatura al cargo de elección popular;</p> <p>III. Erogar más del veinte por ciento del monto total fijado como límite de los topes de gastos de campaña para la elección respectiva, autorizados para el proceso electoral ordinario inmediato anterior de que se trate;</p> <p>IV. Fijar y distribuir propaganda al interior de oficinas, edificios y locales ocupados por los órganos de gobierno y los poderes públicos, ambos de la Ciudad de México;</p> <p>V. Contratar tiempos de radio y televisión para realizar propaganda; y</p> <p>VI. Participar simultáneamente en procesos de selección interna de candidatos a cargos de elección popular por diferentes partidos políticos, salvo que entre ellos medie convenio para participar en coalición.</p> <p>VII. Otorgar artículos promocionales utilitarios; y</p> <p>VIII. Utilizar en su propaganda nombre y/o imagen de servidores públicos en funciones; y</p>

	IX. Las demás que establece este Código y las disposiciones aplicables.
<p>Artículo 339. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos sin partido a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.</p> <p>Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos por la Ley General y este Código.</p> <p>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 nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos por la Ley General y este Código.</p> <p>Ningún Partido Político, persona física o moral podrá contratar tiempos y espacios en radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación a favor o en contra de algún Partido Político o candidato. Los medios de comunicación no tendrán permitida la transmisión de propaganda política y electoral bajo ninguna modalidad diversa de los espacios concedidos por la autoridad electoral, salvo la información que difundan en sus espacios noticiosos y de opinión.</p>	<p>Artículo 339. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos sin partido a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.</p> <p>Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos por la Ley General y este Código.</p> <p>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 nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos por la Ley General y este Código.</p> <p>Ningún Partido Político, persona física o moral podrá contratar tiempos y espacios en radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación a favor o en contra de algún Partido Político o candidato. Los medios de comunicación no tendrán permitida la transmisión de propaganda política y electoral bajo ninguna modalidad diversa de los espacios concedidos por la autoridad electoral, salvo la información que difundan en sus espacios noticiosos y de opinión.</p> <p>Tratándose de ruedas de prensa</p>

	<p>convocadas por servidores públicos durante la etapa de campaña electoral y hasta la jornada electoral, éstas no podrán ser transmitidas de forma íntegra por los medios de comunicación, salvo que traten temas considerados dentro de los supuestos de excepción previstos por el artículo 41, fracción III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Federal.</p>
<p>TÍTULO QUINTO CAMPAÑAS ELECTORALES CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES Artículo 395. La campaña electoral, para los efectos de este Código, es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los Partidos Políticos, Coaliciones o Candidatos sin partido, para la obtención del voto.</p> <p>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.</p> <p>Se entiende por propaganda electoral 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.</p> <p>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</p>	<p>TÍTULO QUINTO CAMPAÑAS ELECTORALES CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES Artículo 395. La campaña electoral, para los efectos de este Código, es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los Partidos Políticos, Coaliciones o Candidatos sin partido, para la obtención del voto.</p> <p>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.</p> <p>Se entiende por propaganda electoral 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.</p> <p>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</p>

<p>electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.</p>	<p>electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.</p> <p>Queda prohibida a los candidatos, partidos políticos y coaliciones, la utilización dentro de su propaganda electoral del nombre y/o imagen de cualquier servidor público que se encuentre en funciones.</p>
<p>CAPÍTULO II DISPOSICIONES PARA EL CONTROL DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 397...</p> <p>Artículo 400. La propaganda impresa que las y los candidatos utilicen durante la campaña electoral deberá contener, en todo caso, una identificación precisa del Partido Político o su candidato, así como del Candidata o Candidato sin partido.</p> <p>Toda la propaganda electoral impresa deberá ser reciclable, fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente. Los partidos políticos y Candidatas o Candidatos sin partido, deberán presentar un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su campaña. Para efectos de este Código se entenderá por artículos promocionales utilitarios aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición o candidata o candidato que lo distribuye. Los artículos promocionales utilitarios sólo podrán ser elaborados con material textil.</p> <p>La propaganda que Partidos Políticos y</p>	<p>CAPÍTULO II DISPOSICIONES PARA EL CONTROL DE LA PROPAGANDA ELECTORAL 397...</p> <p>Artículo 400. La propaganda impresa que las y los candidatos utilicen durante la campaña electoral deberá contener, en todo caso, una identificación precisa del Partido Político o su candidato, así como del Candidata o Candidato sin partido.</p> <p>Toda la propaganda electoral impresa deberá ser reciclable, fabricada con materiales biodegradables que no contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente. Los partidos políticos y Candidatas o Candidatos sin partido, deberán presentar un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su campaña. Para efectos de este Código se entenderá por artículos promocionales utilitarios aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición o candidata o candidato que lo distribuye. Los artículos promocionales utilitarios sólo podrán ser elaborados con material textil.</p> <p>La propaganda que Partidos Políticos y</p>

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, a los demás candidatos, al medio ambiente y al paisaje urbano.

Además, 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. La propaganda que los Partidos Políticos y los candidatos realicen en la vía pública a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, se sujetará a lo previsto por este Código, así como a las disposiciones administrativas expedidas en materia de prevención de la contaminación por ruido.

Los Partidos Políticos, las Coaliciones y los candidatos se abstendrán de utilizar propaganda y en general cualquier mensaje que implique calumnia en menoscabo de la imagen de Partidos Políticos, candidatos de partido, sin partido o instituciones públicas, así como de realizar actos u omisiones que deriven en violencia política, incluyendo las cometidas en razón de género.

Queda prohibido a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión difundir propaganda, y en general cualquier mensaje que implique alguno de los actos considerados en el párrafo

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, a los demás candidatos, al medio ambiente y al paisaje urbano.

Además, 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. La propaganda que los Partidos Políticos y los candidatos realicen en la vía pública a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, se sujetará a lo previsto por este Código, así como a las disposiciones administrativas expedidas en materia de prevención de la contaminación por ruido.

Los Partidos Políticos, las Coaliciones y los candidatos se abstendrán de utilizar propaganda y en general cualquier mensaje que implique calumnia en menoscabo de la imagen de Partidos Políticos, candidatos de partido, sin partido o instituciones públicas, así como de realizar actos u omisiones que deriven en violencia política, incluyendo las cometidas en razón de género. **Del mismo modo se abstendrán de incluir en su propaganda nombres y/o imagen de servidores públicos de cualquier nivel de gobierno que**

<p>anterior. El incumplimiento a lo dispuesto, será sancionado en los términos de este Código y del Código Penal para la Ciudad de México.</p>	<p>se encuentre en funciones.</p> <p>Queda prohibido a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión difundir propaganda, y en general cualquier mensaje que implique alguno de los actos considerados en el párrafo anterior. El incumplimiento a lo dispuesto, será sancionado en los términos de este Código y del Código Penal para la Ciudad de México.</p>
<p>Artículo 405. Desde el inicio de las campañas y hasta la conclusión de la jornada electoral, las autoridades de la Ciudad de México y las autoridades Federales en el ámbito de la Ciudad de México, suspenderán las campañas publicitarias de todos aquellos programas y acciones gubernamentales. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios de salud, educación y las necesarias para protección civil en casos de emergencia. En la difusión de los programas exceptuados de la prohibición a que se refiere este artículo, por ninguna razón se podrá usar la imagen quien ejerza la Jefatura de Gobierno, Alcaldes, titulares de las Secretarías o cualquier otra autoridad administrativa de la Ciudad de México. La violación a lo anterior, será causa de responsabilidad administrativa en los términos de la Ley de la materia.</p> <p>Queda prohibida la utilización de programas sociales y de sus recursos, del ámbito federal o local, con la finalidad de inducir o coaccionar a los ciudadanos para votar a favor o en contra de cualquier partido político o candidato. Asimismo, los Partidos Políticos, Coaliciones y candidatos, no podrán adjudicarse o utilizar en beneficio propio la realización de obras públicas o programas de gobierno. La violación a esta prohibición será</p>	<p>Artículo 405. Desde el inicio de las campañas y hasta la conclusión de la jornada electoral, las autoridades de la Ciudad de México y las autoridades Federales en el ámbito de la Ciudad de México, suspenderán las campañas publicitarias de todos aquellos programas y acciones gubernamentales, así como aquellas ruedas de prensa que tengan como objeto referir logros, programas, acciones y obras de Gobierno. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios de salud, educación y las necesarias para protección civil en casos de emergencia. En la difusión de los programas exceptuados de la prohibición a que se refiere este artículo, por ninguna razón se podrá usar la imagen quien ejerza la Jefatura de Gobierno, Alcaldes, titulares de las Secretarías o cualquier otra autoridad administrativa de la Ciudad de México. La violación a lo anterior, será causa de responsabilidad administrativa en los términos de la Ley de la materia.</p> <p>Queda prohibida la utilización de programas sociales y de sus recursos, del ámbito federal o local, con la finalidad de inducir o coaccionar a los ciudadanos para votar a favor o en contra de cualquier partido político o candidato. Asimismo, los Partidos Políticos, Coaliciones y candidatos, no podrán adjudicarse o utilizar</p>

<p>sancionada en los términos de este Código.</p> <p>Durante las campañas los servidores públicos no podrán utilizar ni aplicar programas emergentes destinados a la ciudadanía, salvo en casos de desastres naturales y protección civil.</p> <p>Los partidos políticos deberán agregar en su propaganda impresa un lema en el que se haga referencia a evitar la compra y coacción del voto, así como la promoción del voto libre y secreto, que no rebase el 1% del desplegado total.</p>	<p>en beneficio propio la realización de obras públicas o programas de gobierno. La violación a esta prohibición será sancionada en los términos de este Código.</p> <p>Durante las campañas los servidores públicos no podrán utilizar ni aplicar programas emergentes destinados a la ciudadanía, salvo en casos de desastres naturales y protección civil.</p> <p>Los partidos políticos deberán agregar en su propaganda impresa un lema en el que se haga referencia a evitar la compra y coacción del voto, así como la promoción del voto libre y secreto, que no rebase el 1% del desplegado total.</p>
--	---

Por todo lo antes expuesto y fundado, sometemos a la consideración del Pleno de este órgano legislativo la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN DIVERSAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

TEXTO NORMATIVO PROPUESTO

PRIMERO.- Se adiciona un párrafo al artículo 5; Se reforma la fracción VIII haciéndose el corrimiento subsecuente del artículo 289; se modifica el artículo 339; se adiciona un párrafo al artículo 395; se modifican los artículos 400 y 405 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, para quedar como sigue:

Artículo 5. ...

...



...
Será considerada como propaganda prohibida por la ley, las ruedas de prensa que sean convocadas por servidores públicos donde se advierta que de su contenido no se encuentra dentro de los supuestos de excepción previstos por el artículo 41, fracción III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Federal.

Artículo 289. Durante los Procesos de Selección Interna de candidaturas, queda prohibido a las precandidatas, precandidatos y a los Partidos Políticos:

I. a VI. ...

VII. Otorgar artículos promocionales utilitarios;

VIII. **Utilizar en su propaganda nombre y/o imagen de servidores públicos en funciones; y**

IX. Las demás que establece este Código y las disposiciones aplicables.

Artículo 339. ...

...

...

...

Tratándose de ruedas de prensa convocadas por servidores públicos durante la etapa de campaña electoral y hasta la jornada electoral, éstas no podrán ser transmitidas de forma íntegra por los medios de comunicación, salvo que traten temas considerados dentro de los supuestos de excepción previstos por el artículo 41, fracción III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Federal.

TÍTULO QUINTO
CAMPAÑAS ELECTORALES
CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES



Artículo 395. ...

...

...

...

Queda prohibida a los candidatos, partidos políticos y coaliciones, la utilización dentro de su propaganda electoral del nombre y/o imagen de cualquier servidor público que se encuentre en funciones.

Artículo 400. ...

...

...

...

Los Partidos Políticos, las Coaliciones y los candidatos se abstendrán de utilizar propaganda y en general cualquier mensaje que implique calumnia en menoscabo de la imagen de Partidos Políticos, candidatos de partido, sin partido o instituciones públicas, así como de realizar actos u omisiones que deriven en violencia política, incluyendo las cometidas en razón de género. **Del mismo modo se abstendrán de incluir en su propaganda nombres y/o imagen de servidores públicos de cualquier nivel de gobierno que se encuentre en funciones.**

...

Artículo 405. Desde el inicio de las campañas y hasta la conclusión de la jornada electoral, las autoridades de la Ciudad de México y las autoridades Federales en el ámbito de la Ciudad de México, suspenderán las campañas publicitarias de todos aquellos programas y acciones gubernamentales, **así como aquellas ruedas de prensa que tengan como objeto referir logros, programas, acciones y obras de Gobierno.** Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios de salud, educación y las necesarias para protección civil en casos de emergencia.



En la difusión de los programas exceptuados de la prohibición a que se refiere este artículo, por ninguna razón se podrá usar la imagen quien ejerza la Jefatura de Gobierno, Alcaldes, titulares de las Secretarías o cualquier otra autoridad administrativa de la Ciudad de México. La violación a lo anterior, será causa de responsabilidad administrativa en los términos de la Ley de la materia.

...

...

...

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Publíquese el presente Decreto en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

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

Palacio Legislativo de Donceles, Recinto del Congreso de la Ciudad de México, a los 10 días del mes de marzo de dos mil veinte.

DIP. PATRICIA BÁEZ GUERRERO

**DIP. DIEGO ORLANDO GARRIDO
LÓPEZ**