

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, EN MATERIA DE PROPAGANDA ELECTORAL DIGITAL, SUSCRITA POR EL DIPUTADO PEDRO HACES LAGO, INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA.

El suscrito, Pedro Haces Lago, Diputado del Grupo Parlamentario de Morena de la III Legislatura del Congreso de la Ciudad de México, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 120, apartado A, fracciones I y II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículos 1, 3, 7, apartado A, 9 apartado D, 29 y 30 de la Constitución Política de la Ciudad de México; artículos 1, 3, 12 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; los artículos 4, 5, 95, 96, y del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México; el artículo 4, fracción V del Código de Responsabilidad Parlamentaria del Congreso de la Ciudad de México; someto a la consideración de esta Asamblea la presente: **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN Y ADICIONAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, EN MATERIA DE PROPAGANDA ELECTORAL DIGITAL**, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. PROBLEMÁTICA A RESOLVER

La contaminación generada por la propaganda electoral en la Ciudad de México es un problema ambiental significativo que requiere una respuesta legislativa eficaz. El marco normativo actual, aunque establece ciertas pautas sobre el uso de materiales reciclables y la colocación de propaganda electoral, presenta vacíos importantes que contribuyen a la degradación del entorno urbano. Durante el proceso electoral 2023-2024, esta problemática se evidenció en la acumulación masiva de residuos, la falta de definición en cuanto a los espacios permitidos para la colocación de propaganda y la omisión de alternativas digitales, más sostenibles y ecológicas, para la difusión de propuestas políticas.

Uno de los problemas más notorios es la acumulación de basura electoral. El último proceso electoral dejó una cantidad alarmante de residuos: el Gobierno de la Ciudad de México y las Alcaldías reportaron la recolección de 211.1 toneladas de propaganda electoral, distribuidas en 137 toneladas retiradas por el Gobierno Central y 74 toneladas recolectadas por las Alcaldías. Las demarcaciones más afectadas fueron Iztacalco con 13,900 toneladas,

Iztapalapa con 10,390 toneladas, y Tlalpan con 9,840 toneladas, lo que evidencia el impacto ambiental de la falta de un manejo adecuado de estos residuos.¹ Estos datos reflejan un escenario donde la propaganda física, lejos de ser controlada y regulada adecuadamente, genera un problema persistente de contaminación.

El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México establece, en su artículo 397, que la propaganda electoral debe ser retirada una vez finalizadas las campañas y enviada a centros de reciclaje. Sin embargo, este mandato no contempla una regulación precisa que otorgue responsabilidad a los Partidos y candidaturas que la colocaron para su retiro. Esta falta de especificidad permite que gran parte de la propaganda electoral permanezca en la vía pública mucho más tiempo del necesario, generando impactos negativos en el paisaje urbano y, por ende, en la calidad de vida de la ciudadanía. Además, el artículo 400 del mismo Código obliga a que toda la propaganda electoral sea fabricada con materiales reciclables, pero no existe un mecanismo claro de vigilancia o especificaciones sobre qué tipo de materiales son estos.

La contaminación electoral en México que produce el uso de propaganda impresa durante el periodo de precampañas y campañas genera una contaminación ambiental severa. Según González, la regulación reciente de los materiales con los que debe elaborarse la propaganda electoral representa un avance, pero sigue siendo insuficiente. El problema radica en que los partidos políticos y sus candidaturas continúan utilizando materiales perjudiciales para el ambiente, y la implementación de medidas para promover el reciclaje y el uso de alternativas sostenibles ha sido lenta.² Por su parte, la perspectiva de Hannigan sobre la construcción social del daño ambiental refuerza la idea de que, para lograr una transformación real, es necesario que la ciudadanía, junto con los actores políticos, reconozcan la gravedad del impacto ambiental de la propaganda electoral.³ Sin este reconocimiento, las medidas para mitigar el problema seguirán siendo superficiales y poco efectivas.

Otra problemática es la falta de disposiciones claras sobre el tamaño máximo permitido de la propaganda electoral, lo que genera una saturación visual en espacios públicos. La contaminación visual es un tipo de contaminación ambiental que no solo afecta el paisaje urbano, sino que también tiene consecuencias en la salud mental de las personas que

¹ Reyes, J (2024). "¡Esta es la cantidad de basura electoral que generaron los Partidos en la CDMX CDMX! Disponible en: <https://www.record.com.mx/contra/esta-es-la-cantidad-de-basura-electoral-que-generaron-los-partidos-en-la-cdmx>

² González, L. (2017). "Modernización ecológica y basura electoral. El discurso ambiental en la norma electoral mexicana". Justicia Electoral 17, vol. 1, (junio): 51-86.

³ Hannigan, J. (2009). "Sociología Ambiental: Una introducción crítica".

habitan y transitan en las áreas afectadas. Aragonés y Amérigo subrayan que el exceso de estímulos visuales invasivos genera estrés, desorientación y una sensación de caos en el entorno urbano.⁴

Finalmente, un aspecto crítico que se ha omitido en el marco normativo vigente es la promoción de medios digitales como una alternativa ecológica para la difusión de propuestas electorales. En un contexto donde la tecnología juega un papel cada vez más importante en la vida diaria de las personas, el uso de plataformas digitales para promover candidaturas no solo resultaría en una reducción significativa de residuos sino que, además, permitiría un acceso más amplio y equitativo a la información electoral. La digitalización de la propaganda electoral también tendría el beneficio añadido de reducir costos para las y los candidatos, ya que las campañas físicas requieren una inversión considerable en materiales y logística de distribución. Sin embargo, hasta ahora, las disposiciones legales no han priorizado ni incentivado de manera significativa el uso de estas plataformas ecológicas y modernas, lo que perpetúa la dependencia en medios tradicionales altamente contaminantes.

La propaganda electoral, tal como está regulada actualmente, representa un desafío ambiental para la Ciudad de México que debe abordarse con urgencia. Las cifras del proceso electoral 2023-2024 son una señal clara de la magnitud del problema, y es necesario que la legislación evolucione para enfrentar esta realidad. El futuro de las precampañas y campañas electorales en la capital del país debe alinearse con los principios de sostenibilidad ambiental, protegiendo tanto el entorno urbano como el bienestar de quienes lo habitan.

II. ARGUMENTOS QUE LA SUSTENTAN

La propuesta de reforma a las normas de propaganda electoral durante las precampañas y campañas de la Ley Procesal Electoral y el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México se presenta como una respuesta integral a los desafíos ambientales y visuales que genera el proceso electoral en la capital. El impacto de la propaganda electoral física, cuando no está debidamente regulada, genera problemas de contaminación visual. Por ello, esta iniciativa tiene como objetivo central la reducción del impacto ambiental y visual de la propaganda, regular sus dimensiones, su tiempo de permanencia una vez finalizados los comicios y promover el uso de medios digitales.

1. Contaminación Visual: Fundamentos Teóricos y Conceptuales

La contaminación visual es un problema ambiental que se ha estudiado principalmente desde la psicología ambiental y la sociología urbana. De acuerdo con la obra *Psicología*

⁴ Aragonés, J. I., & Amérigo, M. (2008). "Psicología Ambiental: Un enfoque integrador".

Ambiental: Un enfoque integrador, la contaminación visual se refiere a la introducción de elementos discordantes en el entorno visual que alteran la percepción de armonía y generan estrés o incomodidad en las personas que habitan los espacios afectados.⁵ Este tipo de contaminación afecta la capacidad de las personas de disfrutar de un entorno visual limpio y ordenado, generando una sobrecarga sensorial que puede afectar negativamente la calidad de vida.

En el caso de la propaganda electoral, la acumulación excesiva de anuncios, carteles y mantas en áreas públicas se convierte en un factor de contaminación visual. La legislación actual del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México establece limitaciones en cuanto a los espacios permitidos para colocar propaganda,⁶ pero no regula el tamaño de los anuncios que pueden ser exhibidos en un área específica. Esto genera un exceso de estímulos visuales que no solo impactan el paisaje urbano, sino que también pueden generar distracciones y riesgos en áreas con alta afluencia de peatones y vehículos.

Estudios sobre la calidad visual y la valorización estética del paisaje han demostrado que las ciudades que regulan el uso de publicidad exterior suelen mantener un entorno más armonioso y seguro. Un análisis de las políticas implementadas en París indica que la restricción del tamaño de los carteles electorales a un formato estándar de 594 x 841 mm (A1) ha contribuido a la reducción de la contaminación visual y ha mejorado la percepción de limpieza en las áreas urbanas. En Alemania, se han establecido límites en el número de carteles permitidos por partido o candidato, con el objetivo de equilibrar el uso del espacio público y minimizar el impacto visual durante las campañas electorales.⁷ Este enfoque regulatorio no sólo mejora la estética del entorno, sino que también promueve la seguridad de las personas que transitan en la Ciudad de México, al evitar la saturación de elementos visuales en zonas concurridas.

2. Regulación del tamaño y permanencia de la Propaganda Electoral

Regular el tamaño de la propaganda electoral es una medida esencial para reducir la saturación visual en los espacios públicos y controlar el uso excesivo de materiales impresos durante las precampañas y campañas. Actualmente, la normativa en la Ciudad de México no especifica límites claros sobre las dimensiones de los anuncios, lo que permite la instalación

⁵ Aragonés, J. I., & Amérigo, M. (2008). *Psicología Ambiental: Un enfoque integrador*.

⁶ Artículo 403, Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

⁷ Conde, J.L. & Huesca, A.M. (2022) *Estudio Comparado de las Limitaciones Producidas a la Libertad de Movimiento en la Unión Europea*.

de grandes carteles en áreas de alta visibilidad, afectando tanto la estética urbana como la seguridad en zonas de alta afluencia de personas.

Otros países ya han implementado regulaciones eficaces en este ámbito. En Suecia, el uso de propaganda electoral también está altamente regulado. Los anuncios no deben exceder ciertos tamaños y se permite su colocación únicamente en lugares asignados por las autoridades, como postes o tableros públicos específicos.⁸ Esto no solo reduce la contaminación visual, sino que también garantiza un acceso equitativo al espacio para todos los partidos.

Además, se propone establecer un periodo máximo de permanencia de la propaganda electoral en los espacios públicos. Actualmente, la normativa exige que la propaganda sea retirada por las Alcaldías y el Gobierno Central, pero no impone un plazo concreto para que esto suceda.⁹ En muchos casos, los anuncios permanecen en los espacios públicos semanas o incluso meses después de la finalización de los comicios, generando una acumulación innecesaria de residuos y perpetuando la contaminación visual.

El establecimiento de un límite temporal claro, como el que ya implementan países como España en el cual la normativa establece un plazo de cinco días para el retiro de propaganda electoral,¹⁰ permitiría reducir significativamente el impacto visual y ambiental posterior a los periodos de precampañas y campañas. Además, implicaría una mayor corresponsabilidad de los partidos políticos, quienes estarían obligados a coordinarse con las autoridades locales para garantizar el retiro adecuado y oportuno de su propaganda, evitando que esta continúe contaminando el entorno urbano una vez concluido el proceso electoral.

Implementar una regulación similar en la Ciudad de México, con límites específicos sobre el tamaño de la propaganda electoral y su periodo de permanencia una vez finalizadas las precampañas y campañas electorales, contribuiría significativamente a la reducción de la contaminación visual, mejorando la movilidad y la percepción de orden y limpieza que se tiene sobre la capital del país. Además, reduciría las dimensiones de los materiales impresos, alineando las estas fases del proceso electoral con los principios de sostenibilidad ambiental.

⁸ *Swedish Electoral Authority Regulations*. (2022). Disponible en:

<https://www.informationsverige.se/es/om-sverige/att-paverka-i-sverige/det-svenska-valsystemet.html>

⁹ Artículo, 397, Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

¹⁰ *Manual Práctico de Observación Electoral* (2022). Disponible en: <https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/Manual%20Observacion%20Electoral%20Espa%C3%B1ol%20%28Corregido%29.pdf>

3. Corresponsabilidad de Partidos Políticos con el Gobierno

El principio de corresponsabilidad es crucial para el éxito de hacer sostenibles y sustentables las precampañas y campañas electorales en la Ciudad de México. Actualmente, la responsabilidad del retiro de la propaganda electoral recae en gran medida sobre las autoridades locales, lo que ha generado una saturación de trabajo para las alcaldías y una gestión ineficiente de los residuos electorales. Es fundamental que los partidos políticos asuman una parte activa en este proceso, no solo garantizando que la propaganda sea retirada en el plazo establecido, sino también presentando planes efectivos de reciclaje y manejo de residuos electorales.

Este enfoque corresponsable, en el que los partidos políticos y Gobierno Central trabajan de manera conjunta para reducir el impacto ambiental de las campañas, ha sido implementado con éxito en países como Nueva Zelanda. En este país, la normativa electoral exige que los partidos presenten un plan de manejo de residuos como parte de su registro de campaña, y cualquier incumplimiento en el retiro de propaganda es sancionado económicamente.¹¹ Este modelo no solo promueve un mayor respeto por el entorno urbano, sino que también incentiva a los partidos a optar por medios más sostenibles, como las plataformas digitales, para difundir sus propuestas.

4. Promoción de Medios Digitales: Una Alternativa Sostenible

Uno de los aspectos más innovadores de esta iniciativa es privilegiar el uso de medios digitales para la difusión de plataformas y propuestas políticas. En un contexto donde el uso de la tecnología es cada vez más frecuente, las plataformas digitales ofrecen una oportunidad única para reducir la dependencia en los materiales impresos y disminuir el impacto ambiental de las precampañas y campañas electorales.

Estudios recientes han demostrado que la digitalización de la propaganda electoral no solo es una alternativa más sostenible, sino que también es más eficiente en términos de costos y alcance. Un informe del *World Resources Institute* (WRI) señala que el uso de medios digitales durante las campañas políticas puede reducir en un 40% el uso de papel y otros materiales impresos,¹² lo que a su vez disminuye la generación de residuos. Además, las plataformas digitales permiten un acceso más equitativo a la información, ya que la

¹¹ Gibbons, M. (2024). "Party priorities in different pre-election New Zealand policy statements, 1984-2023".

¹² World Resources Institute (2014). Crossing the Digital Divide to Protect the Environment. Disponible en: <https://www.wri.org/insights/crossing-digital-divide-protect-environment>

ciudadanía puede comparar propuestas políticas de manera rápida y eficiente a través de sus dispositivos móviles.

El uso de herramientas digitales también ofrece la posibilidad de generar un impacto social más significativo, ya que permite a las personas votantes interactuar con las propuestas de manera directa, participando en debates en línea o accediendo a información detallada a través de redes sociales. Este tipo de interacción no solo aumenta la transparencia y la participación ciudadana, sino que también reduce la necesidad de actos presenciales multitudinarios, que a menudo presentan riesgos de seguridad para las personas asistentes.

Por lo anterior, la presente iniciativa es una medida necesaria para reducir el impacto ambiental y visual de la propaganda electoral, garantizar la seguridad de la ciudadanía y promover el uso de medios digitales como una alternativa más sostenible y eficiente. La regulación del tamaño de la propaganda, reducir la contaminación visual ocasionada por esta, junto con determinar tiempos de permanencia, son pasos cruciales para modernizar el marco normativo electoral y adaptarlo a las necesidades de una ciudad en constante crecimiento. El promover la digitalización de las precampañas y campañas, va acorde a lo establecido en el artículo primero de la Constitución local, que en su numeral seis establece que para la construcción del futuro la Ciudad se impulsará la innovación tecnológica, lo cual representa un avance significativo hacia una democracia más sostenible y responsable.

III. FUNDAMENTO LEGAL Y EN SU CASO, SOBRE SU CONSTITUCIONALIDAD Y CONVENCIONALIDAD

La Constitución Política de la Ciudad de México en su artículo 12, establece lo siguiente:

Artículo 12

Derecho a la Ciudad

1. *La Ciudad de México garantiza el derecho a la ciudad que consiste en el uso y el usufructo pleno y equitativo de la ciudad, fundado en principios de justicia social, democracia, participación, igualdad, sustentabilidad, de respeto a la diversidad cultural, a la naturaleza y al medio ambiente.*

Asimismo, en su artículo 27 apartado B, señala que:

Artículo 27

Democracia representativa

A. (...)

B. Partidos políticos

(...)

VII. La obligación de que en la propaganda política o electoral que difundan, se abstengan de expresiones que calumnien a las personas;

XI. Las demás bases para la contribución de los partidos al fortalecimiento de la democracia y la construcción de ciudadanía a través de los procesos electorales en la Ciudad.

El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México en su artículo 50, señala lo siguiente:

Artículo 50. Son atribuciones del Consejo General:

(....)

XXXVII. Vigilar el cumplimiento de las reglas sobre el uso, características y colocación de propaganda electoral, así como su oportuno retiro;

(...)

IV. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO DE LEY O DECRETO

Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México y del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, en materia de propaganda electoral digital.

V. ORDENAMIENTOS A MODIFICAR

Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México y el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México

VI. TEXTO NORMATIVO PROPUESTO

LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO
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. a II. (...) El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguientes: (...) c) Cuando las denuncias tengan como motivo la comisión de conductas referidas a la confección, colocación o al contenido de propaganda o de cualquier otra diferente a la transmitida por radio o televisión; (...)	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. a II. (...) El Procedimiento Especial Sancionador Electoral será instrumentado en los casos siguientes: (...) c) Cuando las denuncias tengan como motivo la comisión de conductas referidas a la confección, medidas, proporciones, colocación o al contenido de la propaganda o de cualquier otra diferente a la transmitida por radio o televisión; (...)
Artículo 8. Constituyen infracciones de los partidos políticos a la Ley General de Partidos Políticos y al Código: I. a XX. (...) SIN CORRELATIVO	Artículo 8. Constituyen infracciones de los partidos políticos a la Ley General de Partidos Políticos y al Código: I. a XX.(...) XXI. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa.

XXI. La comisión de cualquier otra falta de las previstas en el Código.	XXII. La comisión de cualquier otra falta de las previstas en el Código.
Artículo 10. Constituyen infracciones de las personas precandidatas o candidatas a cargos de elección popular en el Código: I. a IX. (...) SIN CORRELATIVO X. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código.	Artículo 10. Constituyen infracciones de las personas precandidatas o candidatas a cargos de elección popular en el Código: I. a IX. (...) X. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa. XI. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código.
Artículo 11. Constituyen infracciones a quienes aspiren o hayan obtenido la candidatura sin partido a cargos de elección popular: I. a XVII. (...) SIN CORRELATIVO XVIII. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código y demás disposiciones aplicables.	Artículo 11. Constituyen infracciones a quienes aspiren o hayan obtenido la candidatura sin partido a cargos de elección popular: I. a XVII. (...) XVIII. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa. XIX. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código y demás disposiciones aplicables.
CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO
Artículo 50. Son atribuciones del Consejo General: I. (...) II. Aprobar, con base en la propuesta que le	Artículo 50. Son atribuciones del Consejo General: I. (...) II. Aprobar, con base en la propuesta que le

presenten los órganos competentes del Instituto Electoral, lo siguiente: SIN CORRELATIVO III. a XXXVII. (...) SIN CORRELATIVO (...)	presenten los órganos competentes del Instituto Electoral, lo siguiente: h). La normatividad y los lineamientos en los que se especifique la colocación, medidas, proporciones y características con las que deberá contar la propaganda electoral impresa. III. a XXXVII. (...) XXXVII Bis. Vigilar que los partidos políticos y las personas candidatas sin partido privilegien el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales. (...)
Artículo 60. Son atribuciones de la Comisión de Asociaciones Políticas: SIN CORRELATIVO ✕ Las demás que le confiera este Código y que resulten necesarias para el cumplimiento de sus atribuciones. (...)	Artículo 60. Son atribuciones de la Comisión de Asociaciones Políticas: XI. Coadyuvar con el Consejo General para vigilar que los partidos políticos y las personas candidatas sin partido privilegien el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales. XII. Las demás que le confiera este Código y que resulten necesarias para el cumplimiento de sus atribuciones. (...)
Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos: I. a XI. (...) XII. Observar las normas y disposiciones que en materia de propaganda electoral establezca la Ley General y este Código, así como las disposiciones administrativas y de protección al medio ambiente, para la	Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos: I. a XI. (...) XII. Observar las normas y disposiciones que en materia de propaganda electoral establezca la Ley General y este Código, así como las disposiciones administrativas y de protección al medio ambiente, para la

elaboración, colocación y retiro de propaganda electoral durante el transcurso y conclusión de los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales; SIN CORRELATIVO XIII. a XXIV. (...)	elaboración, colocación y retiro de propaganda electoral durante el transcurso y conclusión de los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales; Para el retiro de toda la propaganda electoral impresa, los partidos políticos deberán adoptar un esquema de corresponsabilidad por lo que, se coordinarán con las autoridades correspondientes para el retiro de la propaganda. XIII. a XXIV. (...)
Artículo 275. El inicio de los procesos de selección interna de candidatos se establecerá en la Convocatoria que emita el partido político para tal efecto, observando los plazos siguientes: (...) (...) (...) (...) La propaganda relativa a las precampañas deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México y las Alcaldías, en cada una de sus demarcaciones, al día siguiente de que concluya el periodo de precampaña. La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales. (...)	Artículo 275. El inicio de los procesos de selección interna de candidatos se establecerá en la Convocatoria que emita el partido político para tal efecto, observando los plazos siguientes: (...) (...) (...) (...) La propaganda relativa a las precampañas deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México, los partidos políticos, las Alcaldías, y en su caso, las personas candidatas sin partido; en cada una de sus demarcaciones, al día siguiente de que concluya el periodo de precampaña y hasta treinta días posteriores. La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales. (...)
Artículo 310. Las Ciudadanas y Ciudadanos que cumplan con los requisitos, condiciones obligaciones y términos que establece la Ley General y este Código, tendrán derecho a	Artículo 310. Las Ciudadanas y Ciudadanos que cumplan con los requisitos, condiciones obligaciones y términos que establece la Ley General y este Código, tendrán derecho a

participar y en su caso a obtener el registro como Candidatas o Candidatos sin partido para ocupar los cargos de: I. a II. (...) (...) (...) (...) (...) SIN CORRELATIVO	participar y en su caso a obtener el registro como Candidatas o Candidatos sin partido para ocupar los cargos de: I. a II. (...) (...) (...) (...) (...) Para el retiro de toda la propaganda electoral impresa las personas candidatas sin partido deberán adoptar un esquema de corresponsabilidad por lo que, deberán coordinarse con las autoridades correspondientes para el retiro de la propaganda.
Artículo 397. La propaganda electoral deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México y las Alcaldías, en cada una de sus demarcaciones. SIN CORRELATIVO La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales.	Artículo 397. La propaganda electoral deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México, los partidos políticos, las Alcaldías, y en su caso, las personas candidatas sin partido; en cada una de sus demarcaciones. Para lo anterior, se deberá iniciar el proceso de retiro el día después a que finalice el periodo de precampaña o de campaña teniendo como máximo 30 días posteriores para el retiro total de la propaganda electoral impresa. La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales.
Artículo 400. 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 Candidata o Candidato, así como de la Candidata o Candidato sin partido.	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 Candidata o Candidato, así como de la Candidata o Candidato sin partido.

SIN CORRELATIVO SIN CORRELATIVO (...) 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, al medio ambiente y al paisaje urbano. (...) (...) (...)	La propaganda electoral impresa deberá cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral en lo que se refiere a la colocación, las medidas y proporciones, así como las demás características que considere pertinentes. Los partidos políticos y las personas candidatas sin partido deberán privilegiar el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales respetando el tope de gastos de campaña que al respecto establezca el Instituto Electoral. (...) 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 al tope de gastos de campaña, a las instituciones, la ciudadanía, al medio ambiente y al paisaje urbano. (...) (...) (...)
Artículo 404. Cualquier infracción a las disposiciones relativas a la propaganda electoral será sancionada en los términos de este Código. Las reglas relativas a su confección y colocación serán aplicables también a la propaganda ordinaria, que realicen los Partidos Políticos en los periodos que no correspondan al proceso electoral. (...)	Artículo 404. Cualquier infracción a las disposiciones relativas a la propaganda electoral será sancionada en los términos de este Código. Las reglas relativas a su confección, medidas, dimensiones y colocación serán aplicables también a la propaganda ordinaria, que realicen los Partidos Políticos en los periodos que no correspondan al proceso electoral. (...)

Por lo anteriormente expuesto, someto a consideración del Pleno el siguiente proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN LOS ARTÍCULOS 3, 8, 10 Y 11 DE LA LEY PROCESAL ELECTORAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y LOS ARTÍCULOS 50, 60, 273, 275, 310, 397, 400 Y 404 DEL CÓDIGO DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

ARTÍCULO PRIMERO.- Se reforma el inciso c) de la fracción II del artículo 3; se reforma la fracción XXI y se adiciona la fracción XXII del artículo 8; se reforma la fracción X y se adiciona una fracción XI al artículo 10 y se reforma la fracción XVIII y se adiciona una fracción XIX al artículo 11, todos de la Ley Procesal Electoral de la Ciudad de México.

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. a II. (...)

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

(...)

c) Cuando las denuncias tengan como motivo la comisión de conductas referidas a la confección, **medidas, proporciones**, colocación o al contenido de la propaganda o de cualquier otra diferente a la transmitida por radio o televisión;

(...)

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

I. a XX.(...)

XXI. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa.

XXII. La comisión de cualquier otra falta de las previstas en el Código.

Artículo 10. Constituyen infracciones de las personas precandidatas o candidatas a cargos de

elección popular en el Código:

I. a IX. (...)

X. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa.

XI. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código.

Artículo 11. Constituyen infracciones a quienes aspiren o hayan obtenido la candidatura sin partido a cargos de elección popular:

I. a XVII. (...)

XVIII. No cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral respecto a la colocación, medidas, proporciones y características con las que debe contar la propaganda electoral impresa.

XIX. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el Código y demás disposiciones aplicables.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Se adiciona un inciso h) a la fracción II y la fracción XXXVII Bis. al artículo 50; se reforma la fracción XI y se agrega una fracción XII al artículo 60; se adiciona un párrafo a la fracción XII del artículo 273; se modifica el párrafo quinto del artículo 275; se agrega un párrafo al artículo 310; se modifica el artículo 397 y se le agrega un párrafo; se reforma el artículo 400 y se le adicionan dos párrafos; y se reforma el artículo 404, todos del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

Artículo 50. Son atribuciones del Consejo General:

I. (...)

II. Aprobar, con base en la propuesta que le presenten los órganos competentes del Instituto Electoral, lo siguiente:

h). La normatividad y los lineamientos en los que se especifique la colocación, medidas, proporciones y características con las que deberá contar la propaganda electoral impresa.

III. a XXXVII. (...)

XXXVII Bis. Vigilar que los partidos políticos y las personas candidatas sin partido privilegien el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales.

(...)

Artículo 60. Son atribuciones de la Comisión de Asociaciones Políticas:

XI. Coadyuvar con el Consejo General para vigilar que los partidos políticos y las personas candidatas sin partido privilegien el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales.

XII. Las demás que le confiera este Código y que resulten necesarias para el cumplimiento de sus atribuciones.

(...)

Artículo 273. Son obligaciones de los Partidos Políticos:

I. a XI. (...)

XII. Observar las normas y disposiciones que en materia de propaganda electoral establezca la Ley General y este Código, así como las disposiciones administrativas y de protección al medio ambiente, para la elaboración, colocación y retiro de propaganda electoral durante el transcurso y conclusión de los procesos de selección interna de candidaturas y campañas electorales;

Para el retiro de toda la propaganda electoral impresa, los partidos políticos deberán adoptar un esquema de corresponsabilidad por lo que, se coordinarán con las autoridades correspondientes para el retiro de la propaganda.

XIII. a XXIV. (...)

Artículo 275. El inicio de los procesos de selección interna de candidatos se establecerá en la Convocatoria que emita el partido político para tal efecto, observando los plazos siguientes:

(...)

(...)

(...)

(...)

La propaganda relativa a las precampañas deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad

de México, los **partidos políticos**, las Alcaldías, y **en su caso, las personas candidatas sin partido**; en cada una de sus demarcaciones, al día siguiente de que concluya el periodo de precampaña y **hasta treinta días posteriores**. La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales.

(...)

Artículo 310. Las Ciudadanas y Ciudadanos que cumplan con los requisitos, condiciones obligaciones y términos que establece la Ley General y este Código, tendrán derecho a participar y en su caso a obtener el registro como Candidatas o Candidatos sin partido para ocupar los cargos de:

I. a II. (...)

(...)

(...)

(...)

(...)

Para el retiro de toda la propaganda electoral impresa las personas candidatas sin partido deberán adoptar un esquema de corresponsabilidad por lo que, deberán coordinarse con las autoridades correspondientes para el retiro de la propaganda.

Artículo 397. La propaganda electoral deberá ser retirada por el Gobierno de la Ciudad de México, **los partidos políticos**, las Alcaldías, y en su caso, **las personas candidatas sin partido**; en cada una de sus demarcaciones.

Para lo anterior, se deberá iniciar el proceso de retiro el día después a que finalice el periodo de precampaña o de campaña teniendo como máximo 30 días posteriores para el retiro total de la propaganda electoral impresa.

La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales.

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 Candidata o Candidato, así como de la Candidata o Candidato sin partido.

La propaganda electoral impresa deberá cumplir con los requisitos que establezca el Instituto Electoral en lo que se refiere a la colocación, las medidas y proporciones, así como las demás características que considere pertinentes.

Los partidos políticos y las personas candidatas sin partido deberán privilegiar el uso de medios electrónicos y digitales para la difusión de sus precampañas y campañas electorales respetando el tope de gastos de campaña que al respecto establezca el Instituto Electoral.

(...)

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 **al tope de gastos de campaña**, a las instituciones, la ciudadanía, al medio ambiente y al paisaje urbano.

(...)

(...)

(...)

Artículo 404. Cualquier infracción a las disposiciones relativas a la propaganda electoral será sancionada en los términos de este Código. Las reglas relativas a su confección, **medidas, dimensiones** y colocación serán aplicables también a la propaganda ordinaria, que realicen los Partidos Políticos en los periodos que no correspondan al proceso electoral.

En caso los lugares permitidos, cuando exista una de violación a las reglas para la propaganda y la fijación de misma en los lugares permitidos, de la misma, el Consejo General a través del Secretario Ejecutivo o el Consejo Distrital respectivo, notificará al candidato, Partido Político o Coalición y las y los candidatos infractores, requiriendo su inmediato retiro, que no podrá exceder de veinticuatro horas; en caso de incumplimiento se notificará a la autoridad administrativa para el retiro de propaganda y la sanción que se determine al contendiente responsable considerará el daño económico ocasionado.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Remítase a la persona titular de la Jefatura de Gobierno para su promulgación y publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

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

Salón de Sesiones del Congreso de la Ciudad de México, a los _ días del mes de octubre de 2024.

SUSCRIBE

Pedro Haces Lago

DIPUTADO PEDRO HACES LAGO

Título	Iniciativa Propaganda Electoral
Nombre de archivo	INICIATIVA_PROPAGANDA_ELECTORAL_.pdf
Identificación del documento	06df7c330563fe0dbb59229afda2cece0c1b3a88
Formato de fecha del registro de auditoría	DD / MM / YYYY
Estado	Firmado

Historial del documento

 ENVIADO	17 / 10 / 2024 02:43:04 UTC	Enviado para su firma a pedro haces lago (enrique.haces@congresocdmx.gob.mx) por enrique.haces@congresocdmx.gob.mx IP: 189.236.57.225
 VISUALIZADO	17 / 10 / 2024 02:44:44 UTC	Visualizado por pedro haces lago (enrique.haces@congresocdmx.gob.mx) IP: 189.236.57.225
 FIRMADO	17 / 10 / 2024 02:45:08 UTC	Firmado por pedro haces lago (enrique.haces@congresocdmx.gob.mx) IP: 189.236.57.225
 COMPLETADO	17 / 10 / 2024 02:45:08 UTC	El documento se ha completado.