



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

El que suscribe, **Diputado José Fernando Mercado Guaida**, integrante del **Grupo Parlamentario de MORENA** en el Congreso de la Ciudad de México, II Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122 Apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 y 30 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 4 fracción XXXVIII y 13 fracción IX de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 2º fracción XXXVIII, 5º fracción I, 83, 99 fracción II, 101 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, me permito someter a la consideración de este H. Congreso, el siguiente:

PUNTO DE ACUERDO DE URGENTE Y OBVIA RESOLUCIÓN POR EL QUE SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LAS Y LOS DIPUTADOS DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, ASÍ COMO A LOS ALCALDES Y ALCALDESAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, A TOMAR LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA QUE EN LA DIFUSIÓN DE SUS INFORMES SE DEJEN DE UTILIZAR MATERIALES IMPRESOS, SE FORTALEZCAN LAS CAMPAÑAS DIGITALES Y SE UTILICEN OTROS MEDIOS QUE SEAN AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE.

ANTECEDENTES

PRIMERO. - La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 134 que 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.

A su vez, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México estipula que 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 ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, de realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

SEGUNDO. - 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 para la presentación de los mencionados informes, realizan una campaña (similar a una campaña electoral) en la que distribuyen y colocan diversos materiales impresos, realizan difusión en medios digitales, rotulan bardas entre otros.

De forma específica, Diputadas y Diputados, así como las personas titulares de las Alcaldías están obligados por diversos ordenamientos jurídicos a rendir un informe anual de actividades (con los tiempos y características ya mencionadas) en los cuales, y durante este 2022, se ha observado – *de forma inusual* – una excesiva distribución de volantes, pendones, lonas y otra serie de materiales impresos que generan contaminación visual y principalmente, contaminación a nuestro medio ambiente.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

De acuerdo con investigadores del Laboratorio de Análisis de Imágenes y Visualización del Instituto de Ciencias Aplicadas y Tecnología (ICAT) de la UNAM, el exceso de contaminación visual en calles y avenidas de la Ciudad generan una sobre estimulación óptica por ser agresivos e invasivos, además de que se presentan en grandes cantidades de manera simultánea.

Carteles, cables, **propaganda**, nubes de smog, ropa colgada en las ventanas, paredes pintadas en las calles, basura y gente en exceso son **#Cercanía EnElCongreso**





tan sólo algunas de las figuras que observamos de manera cotidiana y que de alguna manera incomodan nuestra vista.¹

Adicional a la contaminación visual, el daño al medio ambiente ocasionado por los residuos generados por materiales impresos, aunque ha disminuido, el problema sigue siendo preocupante, tan solo en 2021 concluidas las campañas políticas, la propaganda que los partidos colocaron en la vía pública (hasta en árboles o puentes peatonales) se convirtió en basura electoral. Pendones, mantas, lonas de plástico, volantes y demás artículos de difusión se convierte en residuos que, en teoría, deberían ser reciclados, pero en cada proceso no hay constancia de que eso se cumpla.

Para dimensionar el tamaño del problema: en tres jornadas electorales celebradas en la Ciudad –dos elecciones presidenciales en 2012 y 2018, respectivamente, y una intermedia en 2015– se retiraron 130.1 toneladas de basura electoral, en su mayoría pendones de plástico, lonas y carteles de papel, de los cuales se desconoce si fueron creados con materiales sustentables, y/o fueron reciclados.²

Retiro de basura electoral en CDMX:

- 77.5 toneladas en 2012 (elección presidencial)
- 42.5 toneladas en 2015 (elección intermedia)
- 10.1 toneladas en 2018 (elección presidencial).

Por otra parte, datos del Gobierno de la Ciudad indicaron que, durante las elecciones de 2018, el servicio de recolección de basura de la capital retiró de las avenidas primarias 9.6 toneladas de propaganda electoral.

La propaganda y materiales impresos en campañas e informes suelen ser mantas, lonas y pendones **las cuales están hechas de polietileno**, material con el que se hacen las bolsas de plástico de un solo uso y que están prohibidas en la capital del país desde 2020. Según el Código Electoral de la Ciudad de México, la propaganda usada por partidos políticos tanto en campaña como en precampaña debe ser reciclable y las instituciones deben tener un plan de retiro.³

¹ <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/los-danos-por-la-contaminacion-visual/>

² <https://www.forbes.com.mx/campanas-llegan-con-ola-de-basura-electoral-a-la-cdmx/>

³ <https://politica.expansion.mx/cdmx/2022/10/07/retiran-propaganda-politica-alcalde-coyoacan>





Otro tipo de materiales de difusión son las **pancartas y carteles, los cuales están hechos de papel y se cubren de una película polimérica** (polietileno) **responsable de que este material se degrade en 80 años.** Con datos de la Ing. Magdalena Trujillo Barragán investigadora de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), resalta la importancia de que se busquen otros materiales para la elaboración de la propaganda electoral como puede ser el “ácido poliláctico” (PLA) y otra de celulosa (papel).⁴

El PLA es un biopolímero biodegradable que se obtiene de fuentes renovables como el almidón de maíz o la caña de azúcar y que puede sustituir a los polímeros convencionales derivados de hidrocarburos.

Recientemente en alcaldías como Coyoacán, Cuauhtémoc y Tlalpan, vecinos denunciaron que se colocaron en espacios indebidos lonas y pendones referentes a los informes de sus alcaldes, mismos que dado las condiciones climatológicas de la Ciudad, las fuertes lluvias y otros factores, terminan bloqueando coladeras y drenajes, lo que ocasiona inundaciones en zonas que comúnmente sufren estos problemas.

Datos del Sistema de Aguas de la Ciudad de México y previo al operativo lluvias 2021, mencionaron que la basura es la causa de 60 por ciento de las inundaciones.

Por lo anterior expuesto, debemos de replantear la forma en que se informa a la ciudadanía las acciones que tanto Diputadas y Diputados, así como personas titulares de las Alcaldías rinden cuentas a sus representados, actualmente las opciones de difusión en medios electrónicos son infinitas.

Actualmente, el acceso a las tecnologías de la información y las redes sociales se han convertido en el principal medio de comunicación e interacción con la sociedad, la migración a las campañas digitales puede fortalecer la transparencia y rendición de cuentas y traer mejores resultados comparados con la publicidad impresa.

Con la presencia de redes como Google, Facebook (Meta), YouTube o Twitter se tiene un nuevo modelo de comunicación política que #Cercanía
enElCongreso

⁴ <https://ciencia.unam.mx/leer/760/elecciones-2018-basura-electoral-el-impacto-ambiental-de-los-comicios->





retroalimenta a los medios tradicionales, especialmente a periódicos y servicios de noticias, que ya no están sólo en papel, sino que son alimentados en diferentes plataformas las 24 horas del día.

CONSIDERANDOS

PRIMERO. - Que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que:

Artículo 134, párrafo octavo: 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.

SEGUNDO. - La Constitución de la Ciudad de México señala lo siguiente:

Artículo 56, numeral 2: Las y los integrantes de las alcaldías deberán:

III. Actuar con transparencia y rendir cuentas a los habitantes de la demarcación territorial, a través de informes generales y específicos acerca de su gestión, de conformidad con lo establecido en la ley;

TERCERO. - El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México estipula:

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.

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.

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 ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, de realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

CUARTO. – La Ley Orgánica de Alcaldías, menciona sobre los informes de las y los Alcaldes:

Artículo 207. Las y los integrantes de las Alcaldías deberán:

IX. La persona titular de la Alcaldía y las y los Concejales deberán presentar un informe público sobre el avance en el cumplimiento de su plataforma electoral registrada;

Artículo 239. La persona titular de la Alcaldía, remitirá a los órganos del sistema anticorrupción de la Ciudad los resultados del informe anual de la Alcaldía, dentro de los treinta días hábiles siguientes a que se haya recibido el mismo.

Artículo 240. En materia de prevención y anticorrupción, la persona titular de la Alcaldía promoverá:

- I. Una estrategia anual en materia de combate a la corrupción con indicadores públicos de evaluación y mecanismos de participación ciudadana;
- II. Controles institucionales para prevenir actos de corrupción;
- III. Mecanismos de seguimiento, evaluación y observación pública de las licitaciones, contrataciones y concesiones que realicen; y





IV. La implementación de medidas de prevención y combate a la corrupción que se aprueben en los sistemas nacional o local anticorrupción.

Para el diseño y planeación de los mismos, las Alcaldías deberán ajustarse al sistema local anticorrupción.

Artículo 241. En el informe anual que en esta materia entregue la Alcaldía, deberá incluir las acciones puntuales que sustenten su ejecución y publicarlo en la página electrónica de la Alcaldía.

QUINTO. - El Reglamento Interno del Congreso de la Ciudad de México menciona:

Artículo 7. Son obligaciones de las y los Diputados:

XVI. Presentar un Informe anual sobre el desempeño de sus labores, ante las y los ciudadanos de su distrito o circunscripción, del cual deberá enviar a la Junta y con una copia a la Conferencia, para su publicación en la Gaceta, mismo que deberá cubrir por lo menos lo siguiente:

- a) Deberá rendirse a más tardar dentro de los treinta días naturales siguientes, a partir de que se cumpla el primer año de actividades tomando como referencia la toma de protesta del cargo, exceptuando el último informe de actividades, el cual tendrá como plazo máximo para su rendición el 16 de agosto;
- b) Deberá presentarse por escrito ante la Junta quedando a salvo la rendición del informe ante las y los ciudadanos, mismo que podrá realizarse en el momento en que así lo determine cada uno de las y los Diputados;
- c) La difusión de los informes no podrá exceder de siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rindan, ni realizarse en tiempos de precampaña o campaña electoral;
- d) Las y los Diputados que no realicen sus respectivos informes en el tiempo previsto serán sancionados con el descuento de cinco días de dieta;
- e) Informar semestralmente a la Junta, de manera impresa y por medio electrónico, magnético u otros, del cumplimiento de sus obligaciones;





- f) Los informes serán publicados en el sitio oficial de Internet del Congreso, debiendo informar por escrito al Oficial Mayor para su cumplimiento;

SEXTO. - La Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad De México estipula:

Artículo 158. Los diputados, diputadas que integran el Congreso y la persona Titular de la Jefatura de Gobierno, las personas titulares de las Alcaldías y su Concejo, rendirán informes al menos una vez al año, conforme a la normatividad aplicable, para efectos de conocer el cumplimiento de la plataforma electoral que les llevó al triunfo. Por ningún motivo dichos informes podrán presentarse dentro del proceso electoral o dentro de los sesenta días previos a éste.

SEPTIMO. – El Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal establece:

Artículo 55. La información cívica podrá difundirse en cualquiera de las siguientes modalidades:

- I. En pendones instalados sobre las fachadas de los edificios públicos, y
- II. En gallardetes instalados en postes ubicados en vías primarias o secundarias.

Artículo 56. La información cultural y cívica podrá difundirse también en:

- I. Los anuncios que formen parte de los nodos y corredores publicitarios;
- II. Los anuncios en tapiales y en vallas,
- III. Los anuncios en mobiliario urbano, y
- IV. En las pantallas electrónicas previstas en la fracción II del artículo 24 del Reglamento.

La propaganda institucional sólo podrá difundirse en los anuncios a los que se refiere el presente artículo.

Artículo 57. En ningún caso la información cívica, ni la propaganda institucional podrá instalarse:

- I. En bardas, presas, canales, puentes vehiculares y peatonales, pasos a desnivel, bajo-puentes, camellones con o sin vegetación,





- muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, ni en semáforos;
- II. En cerros, rocas, bordes de ríos, lomas, laderas, lagos, ni en cualquier otra formación natural, y
 - III. En árboles, ya sea individualmente considerados o en conjunto, parques, jardines, bosques, zonas arboladas, áreas verdes, zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas.

RESOLUTIVOS

ÚNICO. – SE EXHORTA RESPETUOSAMENTE A LAS Y LOS DIPUTADOS DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, ASÍ COMO A LOS ALCALDES Y ALCALDESAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, A TOMAR LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA QUE EN LA DIFUSIÓN DE SUS INFORMES SE DEJEN DE UTILIZAR MATERIALES IMPRESOS, SE FORTALEZCAN LAS CAMPAÑAS DIGITALES Y SE UTILICEN OTROS MEDIOS QUE SEAN AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE.

Dado en el recinto Legislativo de Donceles, el 8 de noviembre de 2022.

ATENTAMENTE

FERNANDO MERCADO GUAIDA

Diputado J. Fernando Mercado Guaida
Congreso de la Ciudad de México
II Legislatura

