

Índice

Iniciativas

De la diputada Yolanda Guerrero Barrera con proyecto de decreto por el que se reforma el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo 2

De la diputada Yolanda Guerrero Barrera con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General del Espacio Público, Paisaje, Imagen y Publicidad Exterior 7

Proposiciones

De las diputadas Laura Imelda Pérez Segura e Irma Juan Carlos con punto de acuerdo por el que se exhorta a la Segob, a la Sedatu y al INPI a corroborar las referencias históricas y legales de la existencia y derechos de la comunidad indígena de Ayotitlán, Jalisco 41

Del diputado Agustín García Rubio con punto de acuerdo por el que se exhorta al Ejecutivo federal, a la SCT y al Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo a considerar un puerto seco en la ciudad de Lázaro Cárdenas 44

De la diputada Yolanda Guerrero Barrera con punto de acuerdo por el que se exhorta al IMSS a ajustar aquellas retenciones de la nómina y pensiones del personal de confianza y jubilados para que no excedan lo permitido por la Ley 47

Del diputado José Ricardo Delsol Estrada con punto de acuerdo por el que se solicita una auditoría a la Secretaría de Salud del Gobierno del Estado de San Luis Potosí referente a los años 2017, 2018, 2019 y 2020 49

Del diputado David Bautista Rivera con punto de acuerdo por el que se exhorta a la SEP a incluir en sus planes de estudio educación con perspectiva de género 51

INICIATIVAS

DE LA DIPUTADA YOLANDA GUERRERO BARRERA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 17 DE LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

La suscrita, Yolanda Guerrero Barrera, diputada federal de la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, por el distrito 5 del estado de Michoacán e integrante del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en lo establecido en los artículos 6, numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta honorable Cámara de Diputados la presente iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforma el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de acuerdo con la siguiente:

Exposición de Motivos

La Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en el año de 1994, previó un “seguro” institucional para salvaguardar los intereses de la administración pública ante la ineficiencia administrativa, permitiéndose una ventaja ante la ciudadanía, ya que **se establece expresamente que, ante el silencio de la autoridad, se determinará que al ciudadano mexicano se le tuviera por negada cualquier petición** sin importar la petición, o como lo fundamentara o lo motivara.

Dicha ley debe cambiar por el respeto al derecho humano que tiene toda persona a recibir una respuesta a su petición siempre y cuando sea formulada por escrito y con respeto, de conformidad con el artículo 8° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y **porque la redacción de este artículo ha fomentado la ineficacia, discrecionalidad y se ha transformado en el medio idóneo para prolongar y entorpecer la administración pública en general, y la administración de**

justicia en particular, ya que los amparos por silencio administrativo acumulan una gran cantidad de trabajo innecesario al Poder Judicial de la Federación, evitando que éste se pueda concentrar, de forma eficiente, en los juicios que atacan la vulneración de derechos humanos de resolución urgente.

La administración pública y toda la política pública son instrumentos al servicio de la sociedad que se deben a la misma, por lo que **se debe privilegiar la utilidad social sobre la protección a los administradores públicos**; estos últimos están dedicados al servicio a las instituciones y a la ciudadanía. Es por demás justa esta modificación, toda vez que son cada vez más estados de la federación los que reconocen la figura de la “afirmativa ficta”, otorgando el privilegio del “silencio administrativo”, al ciudadano y no al funcionario, motivando el ejercicio eficiente de la Administración pública.

La construcción de sociedades dinámicas y ágiles requieren igualmente de marcos regulatorios eficientes y expeditos, que permitan una mayor flexibilidad a los procedimientos y una operatividad en la que el Estado sea un filtro fluido de certeza, regulación, ordenamiento y control, pero no un obstáculo infranqueable y sordo que entorpezca las dinámicas sociales y administrativas.

A fin de exponer a mis compañeras legisladoras y colegas legisladores los alcances de la presente iniciativa, se abordan dos puntos en la exposición de motivos de la presente propuesta de reforma para que la *ratio legis* sea considerada de forma eficiente, proponiendo un cambio de paradigma en la forma en que el Estado mexicano ejecuta las normas y su cumplimiento.

Congruencia con el artículo 8° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

La visión *iusnaturalista* de la Constitución Política, y el cambio de perspectiva de los derechos humanos de los últimos quince años, han marcado un parteaguas en la impartición de

justicia de este país. Los criterios con los que los juzgadores dirimen controversias se han enfocado en la protección máxima de los derechos humanos y no en la interpretación literal de las normas vigentes en México.

Sin embargo, **esto no ha ocurrido en el ámbito administrativo del país**, ya que, a pesar de que aún subsiste la **controversia sobre el equilibrio entre el control de constitucionalidad concentrado y el control difuso en las esferas judiciales**, en el Poder Ejecutivo y sus dependientes aún prevalece la idea generalizada de que una autoridad administrativa no puede dejar de aplicar una norma o aplicarla en distinto sentido, aplicando la norma administrativa de acuerdo al manual de procedimientos, sin **miramientos o juicios legales** y sin consideraciones de constitucionalidad o inconstitucionalidad.

Por esta disonancia entre el actuar progresista del Poder Judicial y el Poder Ejecutivo, podemos encontrar, de un lado, la exhaustividad al momento de realizar ponderación de derechos al resolver controversias de parte del poder judicial y **el absurdo contrario de parte de la administración pública, de ejecutar una norma que incluso los faculta a no responder las peticiones de los ciudadanos, caso concreto el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.**

Es momento ya de abandonar los viejos criterios de dejar en la absoluta incertidumbre al ciudadano y responderle conforme a derecho. El artículo ha permanecido prácticamente intocado desde su publicación, reduciendo solamente en una ocasión el término de respuesta de las autoridades hacía con el ciudadano reduciendo treinta días su tiempo de respuesta. Esto no podría considerarse un verdadero progreso porque, ¿de qué sirve que reduzcan el tiempo de respuesta, si de todas maneras están facultados a no responder?

El derecho de petición es un derecho que tienen los ciudadanos para que, formulando una solicitud por escrito y de forma respetuosa, se le conteste si puede o no obtener lo que ha pedido, y a su vez,

existe la correlativa obligación del estado de responderle de forma concreta, fundada y motivada.

Ese derecho a pedir y a recibir una respuesta se ve flagrantemente vulnerado por **el artículo 17 de la Ley Federal en comento, ya que, respaldándose en la negativa ficta por silencio administrativo, el funcionario público puede simplemente no responder las solicitudes**, generando como consecuencia jurídica una negativa por el simple transcurso del tiempo, es decir, el funcionario hace uso de un elemento legal para no cumplir con el encargo para el que fue designado y por el cual recibe un sueldo regulado por la misma Constitución.

Esta circunstancia debe ser modificada a fin de evitar la apatía del funcionario público al momento de desempeñar su cargo y la discrecionalidad para definir si contesta o no las peticiones de los ciudadanos; así como cada disputa de derechos debe ser resuelta por el poder judicial, cada petición de un ciudadano debe ser respondida en tiempo y en forma, no solo porque la lógica jurídica determina que ha cada actuación, debe corresponder una consecuencia, **sino porque es un derecho humano: tener certeza jurídica de sus peticiones al estado.**

Acumulación de juicios de amparo indirecto en materia administrativa

El Juicio de Amparo es, sin duda alguna, el procedimiento más importante previsto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos por cumplir con diversas funciones, todas ellas en beneficio de los ciudadanos, la primera de ellas es el juicio más eficaz previsto en la legislación nacional para que los ciudadanos se defiendan de los actos de autoridad, provee de protección inmediata a través de la suspensión en sus dos vertientes, y se concentra en la violación directa de derechos humanos; en segunda, es el medio de control constitucional previsto para dar un verdadero y auténtico equilibrio de poderes que impacta de manera directa en el ciudadano mexicano, ya que impide la invasión de competencias entre autoridades de todos los

órdenes de gobierno y entre los órganos constitucionalmente autónomos y, en tercera, es el mayor proveedor de materia prima jurídica para la conformación del sistema de precedentes jurisprudenciales del país, el cual, si bien es cierto, es de aplicación obligatoria al Poder Judicial de la Federación a partir de las salas de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Tribunales Colegiados y Jueces federales, hasta los juzgados de cuantía menor o de paz, también es cierto que regula indirectamente las relaciones entre particulares y entre estos y el Estado, ya que da una visión *a priori* de la forma en que una posible controversia será resuelta, sujetando así a los ciudadanos y al Estado a un actuar previamente formulado, pensado y practicado.

La trascendencia del juicio de amparo es innegable, por lo que es necesario eliminar, en la medida de lo posible, **el juicio de amparo indirecto por silencio administrativo**, lo cual implica conexamente la aplicación por ministerio de ley del supuesto previsto en el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, ya que, tal y como fue dicho, no solo viola el derecho a la seguridad jurídica y el derecho a la respuesta de autoridad, sino que genera una brutal carga de trabajo que impide la eficiente aplicación de justicia por las siguientes circunstancias.

La primera, el silencio administrativo genera la discrecionalidad del servidor público al momento de contestar las peticiones de los ciudadanos. Es decir, el funcionario público determinado para dar respuesta a una solicitud de un ciudadano tiene en su poder la decisión unilateral de responder o no, esto ya que se encuentra protegido por el velo jurídico que le genera la negativa ficta por ministerio de ley que aplica por el simple transcurso del tiempo determinada en el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, lo anterior porque no importa que sea lo que pide el ciudadano, la supuesta respuesta será un *no jurídico*, y nada compromete menos a una autoridad administrativa que negar todo lo que le pidan o negar lo que no le convenga, dándole la facultad de responder solo lo que le conviene o lo que un superior decida.

Esta discrecionalidad, evidentemente discriminatoria e inconstitucional, se encuentra protegida por un artículo provisto en una ley de evidente escala jerárquica inferior que la Constitución, y por ello, debe ser modificado de forma tal que comprometa al servidor público a responder por su propio bien. Por ello, desde este momento se adelanta que el sistema de negativa ficta debe cambiar por uno que obligue al servidor público a asumir la responsabilidad total del encargo otorgado, en ese orden de ideas, **la propuesta es cambiar el sistema de una negativa a una afirmativa ficta.**

La segunda, el servidor público no solo ha encontrado un velo protector en la negativa ficta, sino que puede ser utilizado como una estrategia jurídica para retrasar las respuestas a las que constitucionalmente se encuentra obligado, ya que regularmente esperan a que transcurran los tres meses establecidos en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, más los quince días que la Ley de Amparo otorga para la formulación y presentación de la demanda de amparo indirecto ante los juzgados federales y espera la completa resolución del juicio hasta la sentencia definitiva y posterior ejecución de sentencia para contestar una petición, circunstancia que se vuelve ridícula tomando en consideración que bien pudo haber respondido desde un inicio sin necesidad de la excitación del órgano judicial.

Este periodo tan prolongado es lo que vuelve poco eficiente a la negativa ficta, ya que obliga al ciudadano a recurrir al juicio de amparo para obtener algo a lo que tiene derecho, sin lugar a dudas, la respuesta de la institución pública a la cual le pide algo.

La tercera, esta aplicación de la norma provoca que exista una gran cantidad de amparos en contra del silencio administrativo y la correspondiente negativa ficta, innecesaria, ya que una sola respuesta bastaría para dar por satisfecha la pretensión básica del ciudadano, que es tener certeza sobre lo que pide y lo que necesita.

Ante lo anteriormente expuesto, se propone la reforma del artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo en los siguientes términos:

Primero, modificar el texto para que la afirmativa ficta sea la regla general, esto para evitar que el derecho de respuesta del ciudadano sea mitigado y que no obtenga una negativa por antonomasia, sino una presunción positiva que le amplíe su esfera de derechos, tal y como lo determina el artículo 1° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos al determinar la progresividad de los derechos humanos.

Segundo, agregar al esquema de responsabilidades administrativas las consecuencias del servidor público, por no responder dentro del plazo previsto por la ley, imputándole por ministerio de ley la responsabilidad por omisión arbitraria del ejercicio del cargo público más la responsabilidad que se genere en contra de terceros. Dicha medida se encuentra prevista para advertir por ministerio de ley, al servidor público a fin de que cumpla con el encargo de forma prolija y basada en los principios de eficiencia, eficacia y honradez.

Tercero, agregar como medio de impugnación al juicio de lesividad, esto con tres propósitos:

- Quitar carga de trabajo excesiva al poder judicial en materia de amparo indirecto.
- Dar la carga de la prueba al aparato institucional a fin de promover en contra del particular en caso de considerar que no era acreedor a todo lo que solicitó en ejercicio del derecho de petición
- Vincular al Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa en la resolución de conflictos que originariamente le corresponden por competencia en la materia.

Derivado de todo lo anterior, a fin de dar claridad a este pleno, se proporciona un comparativo del texto vigente y el texto propuesto, a fin de no dejar dudas en la modificación:

Texto Vigente	Propuesta de Texto
<p>Artículo 17.- Salvo que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se establezca otro plazo, no podrá exceder de tres meses el tiempo para que la dependencia u organismo descentralizado resuelva lo que corresponda. Transcurrido el plazo aplicable, se entenderán las resoluciones en sentido negativo al promovente, a menos que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se prevea lo contrario. A petición del interesado, se deberá expedir constancia de tal circunstancia dentro de los dos días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud respectiva ante quien deba resolver; igual constancia deberá expedirse cuando otras disposiciones prevean que transcurrido el plazo aplicable la resolución deba entenderse en sentido positivo.</p>	<p>Artículo 17.- Salvo que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se establezca otro plazo, no podrá exceder de tres meses el tiempo para que la dependencia u organismo descentralizado resuelva lo que corresponda. Transcurrido el plazo aplicable, se entenderán las resoluciones en sentido positivo al promovente, a menos que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se prevea lo contrario.</p> <p>La dependencia u órgano descentralizado, antes de que transcurran los tres meses previstos, podrá dictar una prórroga, fundada y motivada por la naturaleza técnica o específica de la petición que se tratara, por un término igual a fin de resolver lo que corresponda.</p> <p>Para que surta efectos la positiva ficta será necesario que, a petición del interesado, se expida constancia de tal circunstancia, la cual deberá pedirse por escrito dentro de los tres días hábiles siguientes al del término transcurrido</p>

<p>En el caso de que se recurra la negativa por falta de resolución, y ésta a su vez no se resuelva dentro del mismo término, se entenderá confirmada en sentido negativo.</p>	<p>para la resolución de la solicitud ante quien deba resolver; igual constancia deberá expedirse cuando otras disposiciones prevean que transcurrido el plazo aplicable la resolución deba entenderse en sentido negativo.</p> <p>En caso de que el interesado no pida la constancia de positiva ficta dentro del término de tres días hábiles, operará la caducidad.</p> <p>En el caso de que se recurra la negativa por falta de resolución, y ésta a su vez no se resuelva dentro del mismo término, se entenderá confirmada en sentido negativo.</p> <p>El servidor público que, estando facultado, no haya dictado la prórroga y no dé respuesta, y la positiva ficta genere afectaciones, este asumirá la responsabilidad de las mismas, además de incurrir en abuso de funciones por omisión arbitraria en perjuicio del servicio público, de conformidad con la Ley General de Responsabilidades Administrativas y demás disposiciones aplicables en materia de fiscalización.</p>
--	---

	<p>La positiva ficta que haya surtido efectos será combatible mediante el juicio de lesividad previsto en la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo.</p>
--	--

Con base en lo expuesto, y fundado en lo dispuesto en el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en lo establecido en los artículos 6, numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta soberanía, la presente iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 17 DE LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

Único.- Se reforma el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, para quedar como sigue:

Artículo 17.- Salvo que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se establezca otro plazo, no podrá exceder de tres meses el tiempo para que la dependencia u organismo descentralizado resuelva lo que corresponda. Transcurrido el plazo aplicable, se entenderán las resoluciones en sentido **positivo** al promovente, a menos que en otra disposición legal o administrativa de carácter general se prevea lo contrario.

La dependencia u órgano descentralizado, antes de que transcurran los tres meses previstos, podrá dictar una prórroga, fundada y motivada por la naturaleza técnica o específica de la petición que se tratara, por un término igual a fin de resolver lo que corresponda.

Para que surta efectos la positiva ficta, será necesario que, a petición del interesado, se expida constancia de tal circunstancia, la cual deberá pedirse por escrito dentro de los tres

días hábiles siguientes al del término transcurrido para la resolución de la solicitud ante quien deba resolver; igual constancia deberá expedirse cuando otras disposiciones prevean que transcurrido el plazo aplicable la resolución deba entenderse en sentido **negativo**.

En caso de que el interesado no pida la constancia de positiva ficta dentro del término de tres días hábiles, operará la caducidad.

En el caso de que se recurra la negativa por falta de resolución, y ésta a su vez no se resuelva dentro del mismo término, se entenderá confirmada en sentido negativo.

El servidor público que, estando facultado, no haya dictado la prórroga y no dé respuesta, y la positiva ficta genere afectaciones, este asumirá la responsabilidad de las mismas, además de incurrir en abuso de funciones por omisión arbitraria en perjuicio del servicio público de conformidad con la Ley General de Responsabilidades Administrativas y demás disposiciones aplicables en materia de fiscalización.

La positiva ficta que haya surtido efectos será combatible mediante el juicio de lesividad previsto en la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo.

Transitorio

Único. - El presente decreto entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputada Yolanda Guerrero Barrera

morena

DE LA DIPUTADA YOLANDA GUERRERO BARRERA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DEL ESPACIO PÚBLICO, PAISAJE, IMAGEN Y PUBLICIDAD EXTERIOR

La suscrita, Yolanda Guerrero Barrera, diputada federal de la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, por el distrito 5 del estado de Michoacán e integrante del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en lo establecido en los artículos 6, numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta honorable Cámara de Diputados, la iniciativa con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General del Espacio Público, Paisaje, Imagen y Publicidad exterior, al tenor de la siguiente:

Exposición de Motivos

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos determina del Estado Mexicano la protección de los bienes nacionales y la imposición del régimen general y de excepción de la explotación de aquellos que son considerados por su esencia como estratégicos para el país, como las aguas y tierras dentro del límite del territorio mexicano, el reconocimiento de la propiedad privada y sus modalidades.

La Constitución establece, de forma excepcional y sin mucho margen de error, la regulación entre los bienes de dominio público y privado, también es cierto que la interacción con el resto del mundo, con la academia y con el quehacer diario, nos ha dejado una gran cantidad de dudas a todos los habitantes de esta nación sobre un concepto que es utilizado por las personas en lo particular, tanto en foros públicos y privados: el espacio público.

El concepto de espacio público ha surgido de forma correlacionada en los foros de estudio del derecho, de la política, del urbanismo y de la arquitectura en conjunto con otros conceptos relacionados y que constantemente se encuentran

sujetos al escrutinio público, lo que motiva la presente ley: ¿qué es el espacio público?

El espacio público es, por definición, un bien del dominio y propiedad pública irreductible a la apropiación de forma exclusiva en favor de ningún particular, ya que, de considerar cualquiera de las anteriores como equivocada nos encontraríamos en el punto de considerar ese espacio como privado, lo cual eliminaría cualquier derecho que pueda ejercer el pueblo de México de forma común.

Este bien de dominio público es por su simple concepción un elemento en la vida pública, complejo, ya que son bienes de todos los mexicanos, pero al mismo tiempo son propiedad pública, por lo que la relación jurídica generada a partir de su uso va más allá de la explicación civilista que pueda dársele al mismo tipo de dominio que ejerce un dueño sobre un bien privado que pueda usar, gozar o disponer.

En ese sentido, la presente ley establece de forma clara las bases para determinar qué es el espacio público, sus elementos, su régimen de uso y aprovechamiento, las limitantes en el ejercicio de derechos públicos y privados sobre el mismo, y un régimen de sanciones y acción en protección del mismo.

El territorio mexicano tiene una extensión territorial aproximada de 1,973,000 kilómetros cuadrados, lo cual coloca a México como el décimo tercer país con la mayor extensión territorial en el mundo, también es cierto que cientos de miles de esos kilómetros cuadrados corresponden a tierras afectadas por regímenes jurídicos que los encausan a usos y aprovechamientos públicos y privados que obedecen a necesidades sociales de muchísimas naturalezas como la propiedad ejidal, zonas ambientales protegidas, asentamientos humanos por pueblos originarios y asentamientos indígenas, zonas de conservación urbana, antropológica y rural, zonas de transferencia de potencialidades, áreas de propiedad federal y un largo etcétera.

Por lo anterior, resulta fundamental indicar que el espacio público es un recurso escaso en este país, ya que, en los asentamientos humanos como las ciudades la expresión de libertades de parte de los ciudadanos en bienes de dominio público es limitada.

Como ejemplo podemos encontrar ciudades densamente pobladas como la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara o Cancún, en la que existen una cantidad limitada de espacios propicios para que la gente pueda realizar actividades esparcimiento, lúdicas o deportivas de forma libre y gratuita, esto en comparación con la gran cantidad de kilómetros y kilómetros cuadrados que asfalto que cubren las calles de estas ciudades.

¿No resulta absurdo que los ciudadanos no tengamos espacios adecuados para disfrutar de la convivencia social, pero sí que haya cientos de calles con espacio suficiente para que transiten tráiler, automóviles y camiones? ¿Por qué se inauguran año tras año obras magnas para que los autos puedan circular a 80 kilómetros por hora, pero solamente una o dos obras para que nuestros hijos puedan jugar cerca de un árbol? El espacio público es un elemento fundamental en la convivencia y en el tejido social, para la generación de un sentido de pertenencia a una comunidad y para el desenvolvimiento de las personas en el ejercicio pleno de sus libertades.

Ahora bien, la existencia del espacio público es algo innegable, y su valor y calidad es fundamental como elemento de expresión social, pero también es un elemento fundamental en la movilidad de las personas, ya que no solo representan espacios abiertos de convivencia, sino elementos fundamentales para una libertad que, en la mayoría de las ocasiones se encuentra pensada en favor de los automovilistas, la libertad de tránsito.

La libertad de tránsito se encuentra fundamentalmente pensada en lo establecido en el artículo 117 constitucional, el cual, en su fracción IV determina que los estados no pueden gravar el tránsito de personas o cosas que atraviesen su

territorio y esto es lógico ya que, en 1917, el parque vehicular en México era risible en comparación con el actual.

Por ello, es necesario hacer una deconstrucción de este derecho que le pertenece a todos los mexicanos y no solo a quienes conducen vehículos automotor, este derecho corresponde fundamentalmente, en la actualidad, a todas las personas, pero esencialmente al ciudadano de a pie, a aquel que tiene que sortear automóviles para poder cruzar en una esquina para llegar a su trabajo, a aquella persona que tiene que desplazarse en silla de ruedas y no puede pasar por una banqueta llena de cabinas telefónicas o para aquella persona de la tercera edad que tiene miedo de ser atropellado por que no cabe en su andadera sobre una banqueta reducida.

Por ello, esta ley prevé los fundamentos para el mejoramiento del espacio público como herramienta necesaria para que las personas puedan desplazarse sin problemas por las calles, que la gente pueda disfrutar de una caminata sin sentirse amenazado y que las personas tengan garantizado que los recursos públicos del país se inviertan apropiadamente para crear espacios nuevos que usar y disfrutar, y la rehabilitación de aquellos que ya forman parte de sus comunidades.

La otra circunstancia que se abordada por esta ley es un tema íntimamente vinculado con la apreciación sensorial de las personas en el espacio público, y es la imagen que perciben cuando están las calles y la apreciación del paisaje.

Estos elementos repercuten directamente en la forma en que las personas perciben su entorno público. El poder apreciar calles y parque pulcros es fundamental para cualquier persona, pero también mantenerse libres de estímulos publicitarios excesivos es fundamental.

Las actividades comerciales son fundamentales para la existencia de un país pleno y, como parte de ello, la publicidad forma parte clave del movimiento comercial diario en todo el mundo. Sin embargo, el aumento de los medios de comercialización de productos también ha

generado que los elementos publicitarios nos invadan por todos lados, en los medios de comunicación masivo como la televisión y radio, en internet a través de las redes sociales, en centros de comercio de todos los impactos y en el espacio público, es prácticamente imposible abstraerse de los anuncios en el mundo moderno.

Por ello es importante crear espacios seguros en el exterior para la gente, lugares y zonas de confort libres de los constantes impactos mentales que genera la sobreexposición al ofrecimiento de productos y servicios, a las ofertas, descuentos, y baratas, a los mensajes comerciales supra y subliminales y el constante ruido visual y auditivo que representa la publicidad.

No obstante, también es fundamental proteger la imagen y el paisaje de nuestro país. Es de conocimiento general que México tiene un bagaje cultural y natural riquísimo, contamos con una gran cantidad de ecosistemas, monumentos, obras artísticas de primer nivel, edificios con un valor arquitectónico e histórico envidiable, zonas arqueológicas, edificios precolombinos y construcciones que representan esa herencia histórica de los pueblos indígenas y la influencia europea que hace a México y su pueblo una nación única en el mundo.

En ese sentido, es fundamental que la protección de todos estos bienes y valores no solo provengan de las normas que impiden su modificación o demolición, sino que también es vital que la gente pueda disfrutarlos sin elementos externos a ellos, y para muestra un ejemplo: ¿No es esencial que los mexicanos y los turistas extranjeros puedan apreciar el esplendor del Palacio Bellas Artes y del Hemiciclo a Juárez sin tener que ver un mueble que estropea la vista del patrimonio nacional? ¿No es necesario que las personas podamos ver los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl desde el Estado de México, Puebla o la Ciudad de México sin tener que ver anuncios espectaculares en primer plano? ¿No es fundamental que podamos desplazarnos en carretera y ver los paisajes que nos ofrece este país sin la necesidad de ver cerros y montañas pintados con cal y grafologías de colores?

La protección de estas visuales es indispensable en este país, y garantizar su protección es tarea de todas las autoridades de los tres órdenes de gobierno, y es nuestro deber como legisladores sentar las bases y el andamiaje jurídico a fin de que se legisle en favor de las ciudadanas y los ciudadanos, para que estar en el espacio público no sea sinónimo de cansancio, temor y repudio, sino que sea un elemento de pleno disfrute y uso de las personas, que puedan tener espacios seguros para desenvolverse públicamente, que puedan apreciar el valor de los bienes nacionales y puedan generar comunidad, sentido de pertenencia y un desarrollo social propio de la vida pública que una sociedad democrática necesita para avanzar en el desarrollo nacional.

Por lo expuesto, y fundado en lo dispuesto en el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en lo establecido en los artículos 6, numeral 1 fracción I, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta soberanía, la presente iniciativa con proyecto de decreto por el que se expide la **Ley General del Espacio Público, Paisaje, Imagen y Publicidad Exterior**, de conformidad con el siguiente proyecto de:

DECRETO

Único.- Se expide la Ley General del Espacio Público, Paisaje, Imagen y Publicidad Exterior, para quedar como sigue:

Ley General del Espacio Público, Paisaje, Imagen y Publicidad Exterior

TÍTULO PRIMERO Del Espacio Público

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general y tiene por objeto garantizar el derecho de los habitantes y visitantes del Estado Mexicano al espacio público estableciendo las bases y elementos fundamentales para su correcto

uso como parte de la fundamental de la construcción de un tejido social óptimo como generador de una convivencia sana entre las personas y las autoridades de este país.

Al mismo tiempo tiene por objeto el mantener a las personas libres de excesivos estímulos publicitarios en el espacio público, limpiar la imagen y paisaje nacional y la regulación de la publicidad exterior como un elemento básico del comercio como generador de impacto visual que genera la presencia de elementos en la imagen pública y ambiente del territorio nacional.

El Espacio Público, su imagen y el Paisaje Nacional son un elemento finito y un recurso escaso al que todos los habitantes del país tienen derecho, debiendo garantizarse y promoverse mediante un órgano especializado que atienda su diaria regulación, protección y unificación de criterios en su gestión, administración, uso, aprovechamiento, explotación, mejoramiento y salvaguarda en relación con los pueblos indígenas y barrios originarios, zonas afectas a los distintos tipos de protección ambiental, rural, turístico y urbano; zonas destinadas al esparcimiento, manifestación y expresión cultural y deportivas, zonas de explotación comercial y a la ejecución de obras públicas y privadas para el mejoramiento y rehabilitación del espacio público.

Artículo 2. Son de aplicación general y observancia obligatoria para todos los ciudadanos, personas en tránsito y autoridades, debiendo su comportamiento diario garantizar la salvaguarda, contribución, promoción, consecución y protección de los siguientes bienes jurídicos superiores:

1. La vida
2. La integración social, cultural y artística.
3. La seguridad
4. El establecimiento de instalaciones deportivas y culturales apropiados en espacios públicos.
5. Uso y aprovechamiento eficiente y eficaz del Espacio Público, para la inclusión de todo tipo de personas y la convivencia de las personas a través del espacio público

6. El uso de nuevas tecnologías para la optimización y mejoramiento del espacio público
7. Accesibilidad universal y conectividad
8. Identidad y uniformidad de la Imagen Urbana.
9. Eliminación de contaminación visual invasiva.

Artículo 3. El Gobierno garantizará que el aprovechamiento, disfrute y uso del espacio público tenga como base la convivencia pacífica y el ejercicio de las libertades.

Artículo 4. El Gobierno Federal, las entidades y las distintas autoridades establecerán en los sistemas de planeación y en los diversos programas de desarrollo capítulos especiales en materia de espacio público.

Artículo 5. La Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, a través de la Agencia del Espacio Público elaborará el indicador de déficit territorial, la investigación y planeación del Espacio Público con el fin de atender la carencia a través del diseño de proyectos y la estrategia de financiamiento.

Artículo 6. El Gobierno garantizará el destino de uso común y la prevalencia del interés general en el aprovechamiento, disfrute y uso del espacio público.

Artículo 7. La aplicación de esta Ley será sin perjuicio de lo dispuesto en los tratados.

La presente ley es de orden General, por lo que los Estados, en todo lo no previsto de forma expresa en la presente ley, deberán de emitir leyes que regulen la materia en el marco de la presente y de las normas técnicas emitidas en observancia de la presente.

Artículo 8. En ausencia de disposición expresa en esta Ley, en materia de espacio público, se aplicarán de manera supletoria, según corresponda:

- I. Ley General de Asentamientos Humanos, Ordenamientos Territorial y Desarrollo Urbano,
- III. Ley Federal de Responsabilidad Ambiental
- IV. Ley Federal de Procedimiento Administrativo,
- V. Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas,
- VI. Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente y
- VII. Código de Civil Federal.
- VIII. Ley General de Bienes Nacionales.

Capítulo II Del Derecho al Espacio Público

Artículo 9. Se garantiza el derecho al libre acceso al espacio público que consiste en el uso 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.

El Espacio Público es un bien jurídico de valor superior que debe ser mejorado, recuperado y rehabilitado, y debe ser considerado el máximo factor estructurante de los asentamientos humanos del territorio nacional.

Todos los habitantes del Estado Mexicano tienen derecho a acceder al Espacio Público, el cual debe ser mejorado, recuperado y rehabilitado con el fin de mejorar la accesibilidad, aportar a la calidad de vida de sus habitantes, ser sostenible y de calidad óptima permanente, buscando en todo momento la accesibilidad, la seguridad y la inclusión social y los demás bienes jurídicos superiores establecidos en la presente Ley en el marco de un pleno ejercicio de las garantías consagradas por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de las Constituciones de cada una de las entidades federativas.

Artículo 10. El derecho al acceso al espacio público es un derecho público subjetivo que garantiza el ejercicio pleno de los seres humanos, la función social de los asentamientos humanos, su gestión democrática y asegura la justicia

territorial, la inclusión social y la distribución equitativa de bienes públicos.

Artículo 11. Todos los mexicanos tienen derecho al espacio público para el desarrollo de sus capacidades educativas, culturales, deportivas, lúdicas, políticas, sociales y recreativas.

Cualquier modificación realizada a un bien de dominio público que impacte en el espacio público y que beneficie de alguna forma el desplazamiento y movilidad de las personas físicas como peatones será considerado una conquista, por lo que no podrá ser modificado en cualquier sentido que implique su disminución o menoscabo material o funcional.

Capítulo III

De la creación, rehabilitación, mejoramiento y uso del Espacio Público

Artículo 12. El espacio público comprende, los siguientes aspectos:

- I. Los bienes de uso público y/o uso común;
- II. Los elementos arquitectónicos, espaciales y naturales de los inmuebles de propiedad privada que por su naturaleza, uso o afectación satisfacen necesidades de uso público; y
- III. Las áreas requeridas para la conformación del espacio público en los términos establecidos en esta Ley.

Artículo 13. El espacio público se clasifica por su uso, contemplándose únicamente los siguientes:

- a) Público,
- b) Privado,
- c) Especial.

Artículo 14. En cada obra pública proyectada en espacio público o cualquier obra privada que requiera medidas de integración urbana, mitigación urbana o análoga por su impacto en el espacio público, deberá contemplar, al menos los siguientes rubros:

- I.- Mejoramiento de Infraestructura Peatonal,

II.- Infraestructura peatonal y mobiliario de estancia,

III.- Elementos de esparcimiento Infantil y lúdico,

IV.- Saneamiento mediante vegetación endémica,

V.- Espacios Deportivos con y sin áreas verdes,

VI.- Elementos para la expresión artística, cultural y recreativa,

VI.- Elementos tecnológicos blandos y duros que permitan la conectividad a internet público y acceso a la información, y

VII.- Bebederos de agua potable gratuitos.

VIII.- Infraestructura para bicicletas.

Estos elementos deberán encontrarse previstos por las entidades desde la planeación del proyecto, mismo que no podrá ser modificado durante la ejecución de la obra con el fin de evadir alguno de los rubros del presente capítulo.

La falta de previsión de los mismos implica, además de las sanciones que otros ordenamientos determinen, faltas o deficiencias en la planeación y programación del proyecto, mismas que son verificables, auditables y sancionables por el Órgano Interno de Control, la Secretaría de la Función Pública y la Auditoría Superior de la Nación.

En el caso de que los recursos con los que se haya planeado, programado o ejecutado una obra pública y obra privada con impacto en el espacio público, será verificable, auditable y sancionable.

Artículo 15. En toda obra pública y privada que impacte el espacio público deberá de contemplar el mejoramiento de todos los elementos de infraestructura peatonal con el fin de generar las condiciones propicias para la construcción de senderos peatonales.

Así mismo, en cada obra privada, su colindancia con el espacio público deberá respetar al menos las condiciones existentes al inicio de la obra, y garantizar las condiciones de accesibilidad del área peatonal, así como la delimitación del sendero peatonal. El nivel y características de la calle se

imponen sobre el nivel y características de la obra privada.

En caso de no acatarse lo establecido en el presente artículo, la obra pública o privada, según corresponda, será suspendida hasta en tanto no se cumpla con las condiciones establecidas en el presente artículo.

Artículo 16. Cuando se construya una obra en predio privado, serán solidariamente responsables del daño que se realice al espacio público adyacente el dueño del predio en el cual se esté ejecutando la obra, la persona que materialmente se encuentre ejecutando la obra o el titular de los permisos, licencias o autorizaciones de construcción que corresponda.

Se considerará espacio adyacente aquel medido en un poligonal equivalente a cincuenta metros de radio contado a partir de los linderos del predio privado en el que se ejecuta la obra.

Cuando los daños causados al espacio público causen alguna lesión o daño a algún peatón, los responsables solidarios responderán de la reparación del daño a favor de la persona que lo haya sufrido.

Artículo 17. La infraestructura de espacio público estará diseñada y hecha principalmente para las personas físicas, a escala de las personas y prefiriendo siempre el uso de velocidades de locomoción humana.

Las personas serán el eje del diseño de los espacios y por lo tanto sus necesidades serán el criterio primordial al momento de diseñar, planear, ejecutar y evaluar las políticas de espacio público.

En caso de no respetarse esto, las autoridades o personas físicas y morales se harán acreedores a las sanciones establecidas en esta Ley General o las normas locales.

Artículo 18. En ningún caso podrán interrumpirse o desviarse las trayectorias peatonales de un sendero por ninguna obra pública, obra privada o

por ninguna especie de mobiliario fijo o semifijo, público o privado.

En el caso de que alguna obra pública o privada lo hagan, se revocarán de pleno derecho las concesiones, autorizaciones, permisos o licencias otorgada en favor de los predios privados colindantes que hayan ejecutado la obra privada con impacto en el espacio público.

Si la obra es pública, se deberán realizar las adecuaciones a fin de regresar el sendero o trayectoria peatonal al estado en el que se encontraban a costa de los servidores públicos que hayan autorizado, planeado y programado la obra, al residente de obra pública y a la supervisión externa que haya sido contratada, lo anterior sin menoscabo de las sanciones que conforme a la ley en materia de responsabilidades de servidores públicos corresponda.

Cualquier concesión, permiso o licencia deberá revisar senderos y trayectorias peatonales adyacentes para su no afectación negativa y establecer medidas para la mejora de infraestructura peatonal.

Artículo 19. La Infraestructura peatonal será aquella que determine la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano a través de la Agencia de Espacio Público, la cual será como mínimo:

1. Las banquetas
2. Camellones
3. Parques Públicos
4. Los espacios residuales que se generen entre las trayectorias viales y las banquetas
5. Mobiliario Urbano
6. Todo aquel elemento del suelo o espacio aéreo público en el que las personas se encuentren o interactúen de manera presencial.

Artículo 20. Los peatones sólo tendrán, en su condición de personas usuarias del espacio público y la infraestructura peatonal, la obligación de convivir con respeto con las demás personas y de abstenerse de realizar cualquier daño o

menoscabo a la infraestructura del espacio público.

La condición de peatón no genera nuevas obligaciones salvo las expresamente establecidas en esta ley y las normas que de ella emanen. Bajo esta base de respeto se procurará una convivencia tanto entre los peatones como con aquellas personas que participen en las calles con una condición distinta a la de peatón.

Artículo 21. Las banquetas de cualquier lugar del territorio nacional tienen derecho de vía en la superficie de forma exclusiva en favor de los peatones, por lo que no puede modificarse ninguna banqueta a fin de otorgarle un derecho distinto a otro tipo de personas en ninguna otra calidad.

Las banquetas deberán contar con al menos dos metros de ancho de espacio libre de cualquier cosa con una línea recta de esquina a esquina para el tránsito peatonal, este espacio es considerado como un sendero peatonal.

Cuando el ancho de la banqueta no permita los dos metros para el tránsito peatonal, no se permitirá la colocación de mobiliario urbano distinto a los postes para iluminación y cableado debiendo mantenerse el máximo sendero posible sin que este pueda reducirse a menos de 1.50 metros de ancho.

En banquetas con anchos menores a 1.20 metros o con irregularidades en sus niveles, el peatón podrá utilizar el área de circulación vehicular para sus trayectorias, de manera compartida con los vehículos; la velocidad de éstos no deberá superar los 10 kilómetros por hora, ni los conductores de dichos vehículos podrán presionar a los peatones para permitirles el paso.

Se considera un espacio libre en línea recta aquel en el que el peatón puede ver y caminar sin que existe ningún obstáculo que le obligue a modificar su trayectoria de una esquina a otra.

No podrá modificarse una banqueta para la creación de bahías vehiculares de ascenso y descenso de personas ni de mercancías. En caso de

que alguna obra privada prevea la creación de una bahía o las normas locales lo determinen por su impacto en el espacio público, estas bahías deberán ser construidas al interior del predio en el que se esté realizando la obra.

Artículo 22. Todas las banquetas deben contar con rampas para el libre ascenso y descenso peatonal hacia cualquiera de las banquetas contiguas inmediatas, con las especificaciones técnicas que establezca la Agencia.

Artículo 23. Todo espacio público deberá de contar con los servicios peatonales que sean necesarios a fin de que el peatón pueda movilizarse libremente.

Los servicios peatonales serán, como mínimo, los siguientes:

- a) Iluminación,
- b) Semaforización,
- c) Cruce seguro,
- d) Información táctil y visual,
- e) Mobiliario de estancia y, en su caso, mobiliario recreativo, y
- f) Información sobre rutas de transporte público.

TÍTULO SEGUNDO

Del Ámbito de Aplicación de la Ley y de la Competencia de las Autoridades

Capítulo I

Del Ámbito de Aplicación de la Ley

Artículo 24. La presente Ley es de aplicación general en todo el territorio del país, ante la cual en ningún momento podrá ser alegado costumbre o práctica en contrario.

Ninguna costumbre o práctica constituirá derechos de uso, goce, aprovechamiento o propiedad sobre el espacio público, por lo que no operará bajo ninguna circunstancia la prescripción positiva en bienes de dominio público.

Artículo 25. Cuando exista algún conflicto de la presente Ley con cualquier otra en el tiempo o en

el espacio, la presente Ley se aplicará de manera prioritaria y siempre tendiendo a la aplicación plena de esta Ley.

Artículo 26. La presente Ley se aplicará en las poligonales correspondientes a los Pueblos y Barrios Originarios, pero los proyectos de obra pública que al efecto se ejecuten, deberán respetar la identidad del Pueblo o Barrio Originario correspondiente sin que ello implique ningún menoscabo a los principios o rubros que esta Ley establezca como mínimamente obligatorios.

En materia de obra pública o privada con impacto en el espacio público en zonas o polígonos protegidos por las leyes ambientales, ecológicas, arquitectónicas, antropológicas y arquitectónicas deben sujetarse a las limitantes y autorizaciones establecidas por la ley y las autoridades federales competentes en la materia.

Capítulo II

De la Competencia de las Autoridades

Artículo 27. La competencia para construir, rehabilitar, mantener, recuperar y mejorar espacio público será coincidente entre la Federación, Estados de la República, Municipios y Alcaldías.

Ninguna autoridad tendrá la facultad para emitir normas, leyes, reglamentos o manuales para modificar el sentido o interpretar en un sentido contrario a la presente ley.

Artículo 28. Será competencia de la Agencia para el Espacio Público las siguientes:

I. Expedir disposiciones administrativas de carácter general, planes técnicos fundamentales, lineamientos, modelos de costos, procedimientos de evaluación de conformidad, procedimientos de homologación y certificación y ordenamientos técnicos en materia de obras relacionadas con el paisaje, imagen de asentamientos urbanos, espacio público y publicidad exterior; así como las demás disposiciones para el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley,

- II. Formular y publicar sus programas de trabajo,
- III. Elaborar y difundir el indicador de déficit territorial de espacio público,
- IV. Elaborar, publicar y mantener actualizado el Atlas de Espacio Público Nacional,
- V. Elaborar, publicar y mantener actualizado el Programa Maestro de Espacio Público, Paisaje e Imagen Urbana, mediante una construcción participativa del mismo y una visión de largo plazo que se articule con las instituciones de planeación de cada Estado de la República,
- VI. Elaborar, publicar y mantener actualizada la Guía del Espacio Público de cada Estado de la República, mediante una construcción participativa del mismo y la evaluación de las experiencias en materia de espacio público que se recopilen en los tres niveles de gobierno y las intervenciones a cargo de particulares,
- VII. Promover la implementación de nuevas tecnologías y medios digitales para la comunicación pública y privada en el espacio público,
- VIII. Dirigir el desarrollo, rehabilitación, recuperación y mejoramiento del espacio público,
- IX. Supervisar el desarrollo, rehabilitación, recuperación y mejoramiento del espacio público,
- X. Emitir opinión sobre los proyectos de espacio público a cargo de las Alcaldías, Estados, Municipios, los proyectos de mejoramiento barrial con cargo a recursos públicos,
- XI. Emitir opinión acerca del mantenimiento y operación de las obras públicas que se ejecuten en el espacio público,
- XII. Regular, vigilar, investigar, verificar y sancionar los anuncios de publicidad exterior colocados en el territorio mexicano,

- XIII. Emitir las licencias, autorizaciones o concesiones en materia de uso y/o aprovechamiento de espacio público y publicidad exterior en territorio del orden federal,
- XIV. Determinar la necesidad y causa de emplazamiento de la tipología de muebles urbanos,
- XV. Dirigir, administrar, gestionar y regular la imagen urbana de territorios federales,
- XVI. Determinar el destino, vocación, uso y goce del espacio público de territorios federales,
- XVII. Celebrar los actos jurídicos necesarios para el ejercicio de sus competencias,
- XVIII. Coadyuvar en el desarrollo de los proyectos urbanos de ingeniería y arquitectura, así como desarrollar proyectos arquitectónicos en materia de espacio público,
- XIX. Participar en las acciones de restauración de los bosques urbanos, desde la perspectiva integral del espacio público,
- XX. Coadyuvar en el diseño y planeación de obras y servicios en materia de espacio público,
- XXI. Planear, diseñar, ejecutar y supervisar las obras públicas que correspondan al desarrollo y equipamiento urbano del espacio público, que conforme al programa anual queden a su cargo,
- XXII. Elaborar proyectos de infraestructura, equipamiento y mobiliario urbano,
- XXIII. Establecer las condiciones que deberán observar los proyectos urbanos en el espacio público para su integración al contexto,
- XXIV. Participar en la planeación de las obras de transporte y vialidad, en la formulación de los proyectos y en la programación correspondiente, en materia de espacio público,
- XXV. Emitir opinión respecto a la determinación de acciones encaminadas a mejorar la vialidad en lo referente a la materia de ingeniería de tránsito con impacto en espacio público,
- XXVI. Participar con la Secretaría de Turismo en el diseño y programación de las acciones para la restauración de parques y zonas turísticas, desde la perspectiva del espacio público, así como participar en los programas de uso y aprovechamiento del mismo.
- XXVII. Coadyuvar en la proyección, promoción y apoyo al desarrollo de la infraestructura turística de la ciudad y estimular la participación de los sectores social y privado,
- XXVIII. Promover la conservación de los bienes históricos, arqueológicos y artísticos ubicados en el espacio público,
- XXIX. Determinar, supervisar y sancionar las medidas de Integración y Mitigación Urbana cuando se encuentren relacionadas con el Espacio Público, el Paisaje o la Imagen Urbana,
- XXX. Emitir y reformar su Estatuto Orgánico,
- XXXI. Las demás inherentes al cumplimiento de los principios y competencias determinadas en esta Ley o cualquier otro ordenamiento jurídico aplicable.
- Artículo 29.** Será competencia de los Estados, de conformidad con lo establecido en la presente Ley:
- I. La construcción, rehabilitación, mantenimiento, recuperación y mejoramiento del espacio público.
- II. Garantizar el acceso de la población a los espacios públicos y a la infraestructura social, deportiva, recreativa y cultural dentro de su territorio, los cuales no podrán enajenarse de forma alguna;

- III. Promover la creación, ampliación, cuidado, mejoramiento, uso, goce, recuperación, mantenimiento y defensa del espacio público;
- IV. Diseñar e instrumentar acciones, programas y obras que garanticen la accesibilidad y el diseño universal;
- V. Garantizar que la utilización de la vía pública y espacios públicos por eventos y acciones gubernamentales que afecten su destino y naturaleza, sea mínima;
- VI. Otorgar y revocar autorizaciones para la instalación de anuncios de publicidad exterior en predios privados de conformidad con la presente ley y las leyes locales emitidas en la materia.
- VII. Construir, rehabilitar y mantener las vialidades, así como las guarniciones y banquetas requeridas en su demarcación, con base en los principios de diseño universal y accesibilidad; y las guías técnicas, lineamientos, manuales o normas que para tal efecto elaborare la Agencia, todo en materia de espacio público.
- VIII. Para el rescate del espacio público se podrán ejecutar programas a través de mecanismos de autogestión y participación ciudadana, sujetándose a lo dispuesto en la presente Ley y las normas que de ella emanen;
- IX. Ordenar y ejecutar las medidas administrativas encaminadas a mantener o recuperar la posesión de bienes del dominio público que detenten particulares, pudiendo ordenar el retiro de obstáculos que impidan su adecuado uso; y
- X. Proponer a la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, a través de la Agencia para el Espacio Público, la aplicación de las medidas para mejorar la vialidad, circulación y seguridad de vehículos y peatones, todo en materia de espacio público.

XI. Ejecutar y vigilar el cumplimiento de la presente Ley y los ordenamientos que de ella emanen.

TÍTULO TERCERO De la Agencia

Capítulo I De la Agencia para el Espacio Público

Artículo 30. La Agencia para el Espacio Público es un Órgano Descentralizado sectorizado a la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano la cual tendrá a su cargo la ejecución de la presente Ley y los ordenamientos jurídicos que de ella emanen.

La Agencia es responsable de generar ideas, proyectos e investigaciones para la rehabilitación, recuperación y mejoramiento del espacio público y de la planeación y lineamientos de diseño para el ordenamiento de la imagen urbana, espacio público y paisaje.

Artículo 31. El patrimonio de la Agencia del Espacio Público estará compuesto por:

- a) Las partidas que se le asignen en el Presupuesto de Egresos, y
- b) Los bienes muebles e inmuebles que adquiera o se le asignen o transfieran.

Los derechos por el uso, goce, aprovechamiento o explotación del espacio público o la imagen urbana que se establezcan en esta ley no forman parte del patrimonio de la Agencia.

Artículo 32. La titularidad de la Agencia para el Espacio Público recae en un Agente Especial, la cual detentará originariamente todas las funciones y atribuciones del Órgano Público Descentralizado.

Para ser Agente Especial, además de cumplir con los requisitos establecidos en cualquier otra norma aplicable, deberá cumplir con lo siguiente:

- a) Deberá contar con experiencia comprobable y conocimientos en materia de espacio público por al menos cinco años.
- b) Mexicano por nacimiento
- c) Tener 35 años cumplidos al momento de su designación.
- d) Título Universitario y Cédula Profesional expedida por la Dirección General de Profesiones en la Licenciatura de Derecho, Arquitecto, Ingeniero Civil o Actuaría.

El Agente Especial será propuesto por el Presidente de la República y ratificado por la Cámara de Diputados por votación mayoritaria en el primer periodo ordinario de sesiones del mismo año del término del cargo del último Agente Especial. En caso de que sea rechazado por la Cámara, el Presidente presentará nuevos candidatos hasta que uno de ellos sea ratificado.

El Agente Especial ejercerá y permanecerá en el cargo por cuatro años, pudiendo ser elegido por la Cámara de Senadores por un periodo igual.

Capítulo II

De las Atribuciones de la Agencia para el Espacio Público

Artículo 33. El Agente Especial tendrá, dentro de sus atribuciones, las siguientes:

- a) Resolver los medios de impugnación,
- b) Emitir el manual de organización,
- c) Designar al personal a su cargo,
- d) Vigilar que los funcionarios actúen con apego a la ley,
- e) Aprobar y publicar el programa anual de trabajo y programa anual de obras,
- f) Definir su programa anual de adquisiciones,
- g) Aprobar los informes semestrales que las áreas deberán enviarle de conformidad con lo establecido en el manual de organización,
- h) Requerir información a las unidades que conforman al manual de organización,
- i) Emitir y mantener actualizados los lineamientos, políticas y criterios generales de observancia obligatoria en materia de Obras Públicas, construcción, infraestructura y

servicios relacionados exclusivamente con el Espacio Público, Paisaje y la Imagen Urbana,

j) Emitir y mantener actualizado el Programa Maestro de Espacio Público e Imagen Urbana, al cual deberán sujetarse tanto las obras en la materia realizadas por las autoridades federales, estatales, municipales y las Alcaldías como por las medidas de integración, mitigación urbana o análogas realizadas por particulares, así como la valoración de los proyectos de mejoramiento barrial, y su alineamiento a una perspectiva de ciudad,

k) Emitir la Guía de Espacio Público, en la que se recopile la experiencia de espacio público de las ciudades, mediante la evaluación de obras y acciones realizadas por las autoridades y entes privados, considerando planeación, diseño, participación ciudadana, materiales, vegetación, estudios complementarios, accesibilidad, seguridad, inclusión social, iluminación, equipamiento instalaciones relacionadas, y demás elementos de las intervenciones en la materia, así como la imagen urbana,

l) Determinar las prioridades en materia de Obra Pública relacionadas con el Espacio Público, Paisaje y la Imagen Urbana,

m) Emitir opiniones de carácter vinculante y obligatorio relacionadas con Obras Públicas que impacten al espacio público,

n) Conducir a través de las unidades administrativas los procedimientos de Contratación Pública y la Ejecución de Obras a su cargo,

o) Determinar la forma en que se invertirán los recursos autogenerados relacionados por el pago de derechos y aprovechamientos generados por actos administrativos que autoricen Publicidad Exterior,

p) Promover, a través de los incentivos fiscales que defina en coordinación con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el mejoramiento del Espacio Público, Paisaje y la Imagen Urbana a través de expresiones artísticas y/o artesanales,

q) Definir el mobiliario urbano conforme a sus necesidades y adecuaciones a la imagen urbana,

- r) Salvo en materia ambiental, antropológica y arqueológica, fungir como árbitro en la resolución de controversias entre autoridades para el otorgamiento de licencias, permisos y autorizaciones para la ejecución de obras públicas en espacio público.
- s) Publicar el Estatuto Orgánico de la Agencia,
- t) Publicar y mantener actualizado el Atlas de Espacio Público
- u) Firmar los contratos y convenios necesarios a fin de lograr los objetivos y cumplir con lo establecido en la presente ley.
- v) Todos los demás que se señalen de conformidad con lo que establezca la presente Ley u otros ordenamientos aplicables.

TÍTULO CUARTO

Del Espacio Público y sus Usuarios

Capítulo I

Derechos de los usuarios del Espacio Público

Artículo 34. Son derechos de los usuarios del espacio público:

- I. Vivir y convivir en un ambiente sano y a disfrutar libremente del espacio público en condiciones de seguridad adecuadas para su salud física, emocional y mental,
- II. A que la ciudad le considere el uso y disfrute de amplias zonas urbanas, con paso accesible, continuo y seguro, que no sean espacios peatonales aislados, sino que se relacionen coherentemente en la organización general de la ciudad,
- III. A transitar con libertad, seguridad y sin obstáculos, físicos o visuales, sin distinción género, preferencias sexuales, edad, creencias religiosas, ideología, situación socioeconómica, étnica, vestimenta o cualquier otra condición de diferenciación entre las personas,

- IV. A la iluminación del espacio público orientada hacia las personas,
- V. A que haya mobiliario orientado al disfrute del espacio público,
- VI. A que el mobiliario urbano no entorpezca su andar o su disfrute del espacio
- VII. A un espacio público accesible, incluyente y libre de obstáculos o rejas,
- VIII. A participar en el diseño y decisión del espacio público y su señalización,
- IX. A que las apropiaciones privadas del espacio público se sancionen,
- X. A un marco institucional y políticas públicas para el espacio público,
- XI. A que el disfrute del espacio público no esté condicionado a una situación de movilidad
- XII. A la prohibición de mensajes publicitarios que puedan ser causa de accidentes y a la reducción de la contaminación visual de índole comercial que no contribuya al paisaje urbano, en los términos de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.
- XIII. A la eliminación de la contaminación visual por infraestructura y enseres, como cables, postes anchos, rejas, que puedan ser enterrados, eliminados o sustituidos, y
- XIV. A medidas específicas que permitan detenerse, acceder y recorrer calles y aceras con seguridad y comodidad, inclusión y con base en las mejores prácticas mundiales.

Capítulo II

Del Uso del Espacio Público

Artículo 35. Para la organización de eventos masivos en el espacio público se ajustarán a los términos de concentración se masas de las normas de cada estado. Cuando los eventos requieran templetas, equipos de sonido u otros elementos

materiales, los organizadores deberán prever tanto la preservación del espacio, su limpieza posterior y los elementos de cumplimiento de las normas de protección civil, debiendo garantizar mediante fianza y los seguros necesarios para que esto se cumpla. Los eventos masivos siempre serán temporales.

Las autoridades estatales, municipales, federales o las Alcaldías, conforme a los lineamientos que ésta establezca, en caso de que el evento haya ocasionado daños al espacio público, servicios o infraestructura podrá hacer efectivas las garantías y seguros necesarios a fin de resarcir los daños ocasionados.

En caso de que los montos de las garantías, fianzas y seguros no sean suficientes, el remanente será trasladado como crédito fiscal y se les harán efectivos conforme a la legislación fiscal vigente y competente.

Se considerará un evento masivo, aquel que reúna más de 50 personas en un lugar y momento determinado.

Cuando el evento sea de naturaleza electoral, se sujetará en su totalidad a las normas vigentes en la materia.

Artículo 36. Las medidas de Integración Urbana y las Medidas de Mitigación son obligatorias para quien se le ordena ejecutarlas y son condicionantes para la apertura o utilización del inmueble que las genere. Las autoridades locales o federales darán seguimiento a estas y notificarán de ellas a la Agencia en lo relativo a la intervención de espacio público. La Agencia podrá intervenir en el proceso de ejecución en el momento que así lo requiera. Ninguna medida de integración o de mitigación será liberada sin la previa autorización de la Agencia.

La Agencia opinará en materia de espacio público y buscará la integración urbana de los nuevos desarrollos a su entorno, así como la atención a los elementos materiales más desfavorables.

Existirá un Registro de Medidas de Integración Urbana en materia de Espacio Público el cual está a cargo de la autoridad que designen los Estados de la República e informará de cada una de ellas a la Agencia, en él se dará cuenta de los desarrollos que quedan sujetos a estas medidas, la forma y fechas en que éstas sean atendidas, las garantías presentadas por el responsable para su cumplimiento y, en su caso, la constancia de que las medidas hayan sido ejecutadas.

Las medidas de integración o mitigación deberán ser garantizadas a través de los medios que el Código Fiscal vigente determine. En caso de algún incumplimiento, se le hará efectiva la garantía y se aplicarán las multas correspondientes además de la sanción determinada en el presente artículo.

Capítulo III

De la Administración del Espacio Público

Artículo 37. La Agencia para el Espacio Público contará con un Atlas de Espacio Público, en el cual se determine la vocación de los espacios, las necesidades que el espacio requiere y las medidas en que estas están siendo cubiertas, así como un registro de las acciones y actos que suceden en dichos espacios. El Atlas de Espacio Público será la base para la formulación del Programa Maestro de Espacio Público e Imagen Urbana y la Guía de Espacio Público.

Artículo 38. Todo Espacio Público tiene una vocación determinada por sus características y su ubicación, corresponde a la Agencia para el Espacio Público definirla conforme a los criterios que ella misma establezca. La vocación del espacio público puede hacerse por zona o por ubicación específica, quedando a criterio de la Agencia el establecimiento de estas calidades.

La determinación de la vocación debe ser registrada en el Atlas de Espacio Público.

Para la conformación del Atlas de Espacio Público, los Estados de la República, los Estados y los Municipios deberán proveer de información a la Agencia conforme a las reglas de operación se determinen.

Artículo 39. El Espacio Público puede ser usado y/o aprovechado por cualquier persona pública o privada.

Para ser usado de forma privativa, la persona o autoridad interesada deberá promover ante la autoridad de las Alcaldías, Municipal, Estatal o Federal la solicitud de concesión para el uso y/o aprovechamiento del mismo, manifestando el fin para el cual desea el uso y/o aprovechamiento.

El procedimiento de concesión, cumplimiento de obligaciones, extinción, rescisión, proceso de prórroga o rescisión se sujetará a lo establecido en las leyes vigentes en razón de territorio.

Artículo 40. El uso y/o aprovechamiento del Espacio Público para fines particulares de las personas solo podrá ser realizado mediante concesión las cuales solo podrán ser las siguiente:

- I. Privada: para uso y/o aprovechamiento privativo no lucrativo
- II. Social: para uso y/o aprovechamiento de asociaciones de asistencia pública o privada con el fin de promover la unificación social, asistencia social, establecer puntos de encuentro comunitario o promover el arte o las prácticas artesanales. Todas deberán ser con fines no comerciales:
- III. Comercial: para uso y/o aprovechamiento lucrativo o especulativo en términos mercantiles
- IV. Público: para uso y/o aprovechamiento de instituciones públicas de forma no privativa, lucrativa o especulativa.

Artículo 41. Con independencia del procedimiento de concesión que corresponda, este siempre deberá ser público por lo que podrán participar las personas físicas o morales interesadas, con la solvencia económica y técnica que establezca la autoridad convocante. Como excepción, se podrán otorgar concesiones a dependencias u organismos públicos descentralizados del Gobierno Federal, Estatal, Municipal o las Alcaldías, sin mediar un proceso público, cuando cuenten con las atribuciones para ello y se determine su conveniencia.

Todos los títulos de concesión deberán publicarse en versión abreviada en el Diario Oficial de la Federación y de forma total en las páginas de internet de la autoridad convocante y del concesionario.

Bajo ninguna circunstancia, las concesiones, autorizaciones, permisos o licencias en materia de espacio público afectarán el libre tránsito de las personas ni la infraestructura del espacio público.

La obtención de concesiones no excluye a sus titulares de la responsabilidad que implica la obtención de otros permisos o licencias que las leyes requieran para el ejercicio de las actividades autorizadas en el título de concesión.

Artículo 42. Cualquier beneficio privado que se obtenga por la explotación del espacio público o la imagen urbana, deberá repercutir en una contraprestación pecuniaria en favor de la sociedad. Quedan exceptuados únicamente las marquesinas de locales individuales, pero no así los encerres.

La determinación de las contraprestaciones se realizará mediante avalúo y lo realizará la entidad que conforme a las leyes locales o federales le corresponda establecer.

Las autoridades que tengan a su cargo la realización del avalúo contarán con un plazo de 30 días naturales para la elaboración y notificación del avalúo. En caso contrario, la autoridad que tenga a su cargo la gestión del espacio público en la entidad municipal, Alcaldía, Estatal o Federal determinará el monto mediante avalúo privado a costa del solicitante. El avalúo y metodología de elaboración forman parte de la versión abreviada.

Artículo 43. Solo serán prorrogadas las concesiones en las que el titular no haya sido sancionado pecuniariamente durante su periodo de vigencia.

Las prórrogas se ajustarán a las leyes que conforme a la vigencia territorial corresponda.

La contraprestación deberá ajustarse conforme a los precios de mercado, mercado cambiario, índice inflacionario y factor de competencia económica horizontal o vertical, así como ajustar las obligaciones que conforme al transcurso del tiempo deban ser modificadas para aumentar su eficiencia, eficacia y economía en beneficio del Estado Mexicano.

Las concesiones, permisos, licencias, autorizaciones o uso del espacio público no constituirán bajo ninguna circunstancia prelación para prescribir positivamente el uso, goce, aprovechamiento o propiedad del espacio público sobre el cual se desempeña el objeto del permiso, concesiones, licencia o autorización. Las autoridades podrán reservarse la posibilidad de negar la renovación de las concesiones, permisos, licencias o autorizaciones de forma discrecional.

Capítulo IV De la Imagen Urbana y el Paisaje

Artículo 44. La Imagen Urbana y el Paisaje es un bien jurídico superior del cual los particulares no pueden disponer. Dentro de los fines de cada autoridad deberá preverse como un objetivo prioritario la protección de la identidad de la Imagen Urbana y la protección del Paisaje.

La imagen urbana y el Paisaje se perciben mediante la impresión sensorial que producen las características físicas, arquitectónicas urbanísticas, del medio natural y de los habitantes de un asentamiento humano o una parte de él.

Artículo 45. El mobiliario urbano es el conjunto de bienes muebles que se emplazan en el espacio público con fines comerciales o publicitarios, de prestación de servicios, de ornato, de recreación, de seguridad o de higiene.

Artículo 46. El mobiliario urbano se clasifica en:

- a) De servicio en sentido amplio: Aquel que funja como auxiliar a los servicios públicos a cargo del estado.
- b) De servicio civil: Aquellos que tengan como finalidad el auxilio a servicios públicos de

emergencia médica, sanitaria, catástrofes naturales recolección de basura, bomberos y protección civil.

c) Publicitario: Será considerado todo aquel que cuya superficie exterior se encuentre destinada a la exhibición de propaganda comercial, institucional o electoral en un 25% o mayor.

d) Para Comunicación: Aquel cuya finalidad sea fungir como elemento de soporte físico para teléfonos públicos, internet público o buzones, mismos en los que será preferible en todo momento el soterramiento de cableado e infraestructura de telecomunicaciones, radio, televisión y elementos de aprovechamiento del espectro radio eléctrico.

e) De Estancia: bancas, asoleaderos, bancos, mesas y sombrillas

Artículo 47. La Agencia deberá aprobar los emplazamientos de mobiliario urbano o elementos urbanos permanentes o itinerantes cuando se ubiquen en el espacio público del territorio federal, siendo esta la única facultada para tal efecto.

Las entidades federativas, Municipios y Alcaldías deberán tener un área encargada para aprobar los emplazamientos de mobiliario urbano y elementos urbano permanente o itinerantes.

Las autoridades llevarán un registro público al respecto e informarán a la Agencia anualmente de cualquier modificación a dicho registro.

Artículo 48. Serán criterios mínimos de estudio para el emplazamiento del mobiliario urbano, los siguientes:

- a) Todo tipo de mueble deberá respetar las medidas antropométricas para su diseño,
- b) Por ningún motivo podrá emplazarse o existir emplazado un mueble que interrumpa un sendero peatonal, y
- c) No deberán obstruirse accesos vehiculares.
- d) No podrán colocarse postes, semáforos, bolardos o elementos de infraestructura vial o peatonal que limiten el acceso de personas con capacidades diferentes a las rampas de las

banquetas o de los inmuebles públicos o privados.

e) Solo podrá colocarse mobiliario urbano en el espacio adyacente frontal de un inmueble para uso casa habitación cuando se obtenga el consentimiento expreso y por escrito del propietario del inmueble.

Artículo 49. En caso de que un mueble permanezca más de 120 días será considerado permanente.

La aprobación del emplazamiento de mobiliario urbano se registrará conforme a las leyes de esta ley y de cada Entidad Federativa o de la Federación cuando territorialmente corresponda, pero, cuando se trate de mobiliario urbano que sea propiedad y sea administrado por un deberá ser objeto de licenciamiento por tiempo determinado el cual no podrá ser superior a cinco años.

Después de transcurrido el término de vigencia de la licencia que permita el emplazamiento de muebles en el espacio público, este podrá permanecer sólo cuando su presencia sea de utilidad pública, por lo que su propiedad se trasladará directamente al gobierno que haya emitido la licencia, de lo contrario, deberá ser retirado sin dañar la infraestructura sobre la que se localiza, con cargo al licenciatario respectivo.

Artículo 50. El mobiliario o elemento urbano será calificado conforme a su utilidad a juicio de la Agencia.

El mobiliario urbano será definido por la Agencia y podrá, en todo caso, adquirir el que sea requerido con el fin de satisfacer necesidades del espacio público en territorio federal.

Artículo 51. La Agencia llevará el registro de todas las concesiones, autorizaciones, permisos y licencias de uso en el espacio público y hará pública la información respecto a su titular, ubicación, objeto, vigencia y contraprestación, mediante un padrón que mantendrá actualizado.

Artículo 52. No podrán obtener concesiones, autorizaciones, permisos o licencias personas con

conflicto de interés con quienes intervengan en el proceso de asignación de las mismas. En el caso de medios de comunicación, sus sociedades controladoras o subsidiarias, o sus accionistas mayoritarios o con participación en los consejos de administración de las sociedades mencionadas, sólo podrán ser concesionarios, permisionarios o licenciatarios cuando medie un proceso público de asignación.

Artículo 53. La Agencia deberá establecer los criterios para el cuidado de la Imagen Urbana y el Paisaje de todo el territorio mexicano para todos los órdenes de gobierno, el cual será de observancia obligatoria.

Artículo 54. La regulación a la publicidad exterior forma parte de la política de Imagen Urbana y Paisaje. Las autorizaciones que se otorguen en la materia o el reconocimiento de las posiciones existentes se dará basado en el valor superior de la imagen urbana y la preservación del paisaje. A mayor impacto, mayor resarcimiento del espacio público.

Artículo 55. Los anuncios de propaganda comercial sólo estarán permitidos en las zonas publicitarias autorizadas, para lo cual, la Agencia considerará los impactos en la imagen urbana de cada ciudad y en el paisaje.

Artículo 56. Los monumentos artísticos, de salvaguarda patrimonial, antropológica o arqueológica gozaran de Servidumbres visuales.

Artículos 57. No se permitirá la transferencia de potencialidad en los términos de las Leyes en materia de Desarrollo Urbano cuando se trate de predios en el entorno de paisajes patrimoniales, naturales, arqueológicos o antropológicos de cada Ciudad con declaratoria local, nacional o de organismos internacionales.

Artículo 58. No podrá ser colocado o emplazado en espacio público, ningún elemento que contamine la visual frontal de los inmuebles que tengan valor arquitectónico, artístico, Patrimonio Cultural o registro por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia

y la Cultura, o de las autoridades Estatales y Federales en la Materia.

Quedan exceptuados de lo anterior todos aquellos elementos relacionados con servicios públicos en estricto sentido o servicio civil.

Así mismo, se encuentra expresamente prohibido la colocación de anuncios o elementos de infraestructura distintos a los energéticos y telecomunicaciones en zonas que cuenten con protección en materia ambiental, arquitectónica, antropológica o arqueológica.

TÍTULO QUINTO

De la Publicidad Exterior

Capítulo I

Disposiciones Generales

Sección I

Disposiciones Generales

Artículo 59. La publicidad exterior es la actividad comercial en la que, a través del uso de medios visuales, auditivos, sensitivos o audiovisuales se divulga o comunica un mensaje para influir en la toma de decisiones de los usuarios finales para la contratación o celebración de actos jurídicos sobre bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones, que puede verse desde el espacio público.

No se considera publicidad exterior visual para efectos de la presente ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural.

Artículo 60. La Agencia para el Espacio Público emitirá los lineamientos, criterios y demás ordenamientos técnicos para la regulación del emplazamiento, instalación, mantenimiento, retiro y explotación de los anuncios ubicados en espacio público o privado, siendo estos de carácter obligatorio en todo el territorio nacional para todos los particulares, instituciones públicas o privadas sin excepción alguna.

Los Institutos Electorales competentes no permitirán ni tolerarán la colocación de publicidad

exterior político electoral o exhibición de la misma que se encuentre prohibida por esta Ley o que no se ajuste a las tipologías determinadas por la presente.

Artículo 61. En el ámbito federal, ninguna autoridad, dependencia o ente público distinto a la Agencia estará facultado para la emisión de Concesiones, Licencias, Autorizaciones o Permisos para el emplazamiento, instalación, mantenimiento o explotación de anuncios.

Cualquier documento firmado por un ente distinto a las unidades facultadas de la Agencia será nulo de pleno derecho.

Las leyes de los estados determinaran la distribución de competencias para la emisión y revocación de Concesiones, Licencias, Autorizaciones o Permisos de anuncios de publicidad exterior.

Artículo 62. Se considerará anuncio cualquier estructura física, medio tecnológico auditivo, visual o de frecuencia a través del cual se propague un mensaje perceptible a través de los sentidos desde el espacio público.

Artículo 63. Cuando la publicidad se encuentre dirigida visualmente hacia el espacio público será considerada publicidad exterior, aunque ésta se encuentre emplazada en las instalaciones de sistemas de transporte público, al interior de plazas comerciales o análogos por lo que éstas se sujetarán a la presente Ley.

Artículo 64. Las vías primarias y secundarias son susceptibles de recibir publicidad exterior en los términos establecidos en la presente Ley y los ordenamientos que de ella emanen.

Artículo 65. Los anuncios que para su instalación requieran el concurso de diversos elementos, tales como estructuras, soportes, cartelera, pantalla u otros, serán considerados una unidad integral. La instalación, modificación o retiro de esta clase de anuncios comprenderá el de todos sus elementos.

Artículo 66. Para efectos de esta ley y los ordenamientos que de ella emanen, se considera ilícita la publicidad que:

a) Atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución y todos sus ordenamientos.

Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refieran las Leyes Federales o locales que protejan o aseguren a las mujeres una vida libre de violencia.

b) La publicidad dirigida a menores que les incite a la compra de un bien o de un servicio, explotando su inexperiencia, o en la que aparezcan persuadiendo de la compra a padres o tutores. No se podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas. No se deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros.

c) La publicidad subliminal.

d) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

e) La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados por la Ley de competencia económica correspondiente.

f) La publicidad racista, entendiéndose por racista aquella que busque crear una relación consciente o inconsciente de superioridad o

supremacía, o la vejación, disminución de capacidades o inferioridad de una o más personas sobre u otras en razón de su sexo, raza, credo, religión, y/o capacidades económicas o físicas.

A los efectos de esta ley, será publicidad subliminal la que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

La exhibición de publicidad ilícita será sancionada con la nulidad de pleno derecho de la licencia, autorización o concesión del anuncio que permite su exhibición, así como la prohibición al titular de la licencia, autorización o concesión para solicitar nuevos durante 5 años, además de la imposición de una multa de 5000 a 10000 Unidades de Medida y Actualización.

Sección II

De la función comercial, social y cultural de la publicidad exterior

Artículo 67. La publicidad exterior será clasificada en cuanto a su función y el tipo de emplazamiento de soporte.

En los contratos relacionados con la publicidad deberá asentarse expresamente una cláusula que determine el carácter de la publicidad que se está contratando para los efectos que determine la presente ley. En caso de no ser insertada, el contrato será nulo de pleno derecho.

La aplicación de conceptos de esta ley, en materia de publicidad exterior será de forma estricta y cualquier actividad civil o mercantil relacionada con la exhibición de publicidad exterior se regulará expresamente por esta ley o las leyes que de ella emanen, sin embargo, tratándose de los contratos establecidos en esta ley, los particulares que no tengan actividades tratándose de publicidad exterior, podrán adoptarlos de forma análoga a sus necesidades.

Artículo 68. Por su función la publicidad será clasificada de la siguiente manera:

- I. Comercial
- II. Social
- III. Cultural
- IV. Pública
- V. Político Electoral

Artículo 69. La publicidad social será aquella tendiente a la manifestación de ideas promovidas para la concientización sobre problemáticas públicas o educativas que se encuentre auspiciada exclusivamente por alguna Asociación sin ningún fin de lucro.

Artículo 70. La publicidad cultural será aquella tendiente a la difusión de contenido preferentemente artístico, deportivo no patrocinado o la expresión de ideas, así como la divulgación de eventos en museos, foros de expresión y debate públicos o privados que no impliquen un costo para su acceso.

Artículo 71. La publicidad pública será aquella en la que se divulguen mensajes provenientes o pagados con cargo al erario o en los que aparezcan logotipos oficiales de cualquier nivel de gobierno de la República Mexicana.

Artículo 72. La publicidad político electoral será regulada por las leyes en la materia, encontrándose totalmente excluidas en cuanto a su contenido y tiempos de exhibición supeditada a los ordenamientos jurídicos vigentes.

Artículo 73. La publicidad comercial es cualquier otro tipo de publicidad que no pueda ser encuadrado en las fracciones II, III, IV, V y VI del artículo 68 de esta ley.

Sección III

De la competencia en materia de Publicidad Exterior

Artículo 74. La Agencia para el Espacio Público es la única autoridad facultada para emitir y revocar Concesiones, Licencias y Autorizaciones para el emplazamiento, instalación,

mantenimiento y explotación de publicidad exterior en predios privados que se encuentren dentro de áreas de jurisdicción exclusiva federal.

Los Estados, Municipios y Alcaldías podrán emitir Concesiones, Licencias, Permisos y Autorizaciones en el ámbito de competencia territorial sujetándose a las leyes que al efecto emitan los Congresos de los Estados.

Artículo 75. Los contratos publicitarios se regirán por las normas contenidas en el presente Título, y en su defecto por las reglas del Derecho Civil Federal y local.

Artículo 76. Los medios de difusión exterior deslindarán expresamente las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa, publica, social, pública o cultura de las que hagan como simples vehículos de publicidad comercial. Los anunciantes deberán así mismo desvelar inequívocamente el carácter publicitario de sus anuncios.

Artículo 77. El anunciante tiene derecho a controlar la ejecución de la campaña de publicidad.

Artículo 78. En los contratos publicitarios no podrán incluirse cláusulas de exoneración, imputación o limitación de la responsabilidad frente a terceros en que puedan incurrir las partes como consecuencia de la publicidad.

Artículo 79. Contrato de publicidad es aquél por el que un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación, la ejecución de publicidad y la creación, preparación o programación de la misma.

El anunciante deberá abstenerse de utilizar para fines distintos de los pactados cualquier idea, información o material publicitario suministrado por la agencia de publicidad. La misma obligación tendrá la agencia respecto de la información o material publicitario que el anunciante le haya facilitado a efectos del contrato.

Si la publicidad no se ajustase en sus elementos esenciales a los términos del contrato o a las instrucciones expresas del anunciante, éste podrá exigir una rebaja de la contraprestación o la repetición total o parcial de la publicidad en los términos pactados, y la indemnización, en uno y otro caso, de los perjuicios que se le hubieren irrogado.

Si la agencia de publicidad injustificadamente no realiza la prestación comprometida o lo hace fuera del término establecido, el anunciante podrá resolver el contrato y exigir la devolución de lo pagado, así como la indemnización de daños y perjuicios.

Así mismo, si el anunciante resolviere o incumpliere injustificada y unilateralmente el contrato con la agencia sin que concurran causas de fuerza mayor o lo cumpliera sólo de forma parcial o defectuosa, la agencia de publicidad podrá exigir la indemnización por daños y perjuicios a que hubiere lugar.

La extinción del contrato no afectará a los derechos de la agencia de publicidad por la publicidad realizada antes del cumplimiento.

Artículo 80. Contrato de difusión publicitaria, es aquél por el que, a cambio de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, un publicista se obliga en favor de un anunciante o agencia, a permitir la utilización publicitaria de unidades de espacio o de tiempo disponibles y a desarrollar la actividad técnica necesaria para lograr el resultado publicitario.

Si el publicista, por causas imputables al mismo, cumpliera una orden con alteración, defecto o menoscabo de algunos de sus elementos esenciales, vendrá obligado a ejecutar de nuevo la publicidad en los términos pactados. Si la repetición no fuere posible, el anunciante o la agencia de publicidad podrán exigir la reducción del precio y la indemnización de los perjuicios causados.

Salvo caso de fuerza mayor, cuando el publicista no difunda la publicidad, el anunciante o a la agencia podrán optar entre exigir una difusión

posterior en las mismas condiciones pactadas o denunciar el contrato con devolución de lo pagado por la publicidad no difundida. En ambos casos, el medio deberá indemnizar los daños y perjuicios ocasionados.

Si la falta de difusión fuera imputable al anunciante o a la agencia de publicidad, el responsable vendrá obligado a indemnizar al publicista y a satisfacerle íntegramente el precio.

Artículo 81. Contrato de creación publicitaria es aquél por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o moral denominado creador, se obliga en favor de un anunciante o agencia de publicidad a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario novedoso.

Las creaciones publicitarias podrán gozar de los derechos de propiedad industrial o intelectual cuando reúnan los requisitos exigidos por las disposiciones vigentes.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, los derechos de explotación de las creaciones publicitarias se presumirán, salvo pacto en contrario, cedidos en exclusiva al anunciante o agencia, en virtud del contrato de creación publicitaria y para los fines previstos en el mismo.

Cuando el creador publicitario se encuentre sujeto a sueldo, se aplicarán las normas correspondientes en materia laboral.

Artículo 82. El contrato de patrocinio publicitario es aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El patrocinador podrá ser un anunciante o una agencia de publicidad.

El contrato de patrocinio publicitario se regirá por las normas del contrato de difusión publicitaria en cuanto le sean aplicables.

Artículo 83. Contrato de arrendamiento publicitario es aquel en el que el propietario o albacea de un predio particular, otorga un espacio perfectamente delimitado del inmueble para la exhibición de publicidad.

Para la celebración del presente contrato se requerirá como elemento solemne de existencia, que el arrendador publicitario tenga el título de propietario o albacea plasmado en un documento público.

El anunciante, arrendatario, agencia de medios y publicista serán solidarios responsables de la publicidad ilícita en cuanto a su contenido, tipología, emplazamiento, instalación, mantenimiento y explotación.

Todos los contratos regulados por esta ley deberán ser registrados ante la Agencia para el Espacio Público junto con sus tarifas y Código de prácticas comerciales.

Capítulo II

De la Instalación de los Anuncios

Sección I

Disposiciones Generales

Artículo 84. Para clasificación por tipo de soporte, los anuncios se clasifican de la siguiente manera:

I. Anuncios autosoportados: Son los anuncios de propaganda comercial que se encuentran anclados o cimentados directamente al suelo.

II. Anuncios de referencia arquitectónica. Son anuncios que se encuentran colocados en inmuebles con valor arquitectónico en los cuales pueda ser reconocido un valor referente en función de una marca determinada, y podrán tener una forma específica a partir de la marca y el lugar en el que se coloque.

III. Anuncio de referencia: son aquellos anuncios cuya tipología, siendo distinta a los autosoportados, vallas, adosados, muros ciegos, marquesinas y fachadas, sean un punto de referencia en el asentamiento humano en la que se encuentra, a juicio de la Agencia para el Espacio Público.

IV. Anuncio Artístico: son aquellos anuncios elaborados mediante procesos artísticos o artesanales. Nunca serán considerados anuncios artísticos las vallas, autosoportados, azoteas, pintados sobre las bardas de la planta baja de inmuebles privados o públicos ni los desplegados en medios impresos.

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

VI. Vallas. Anuncio comercial conformado por carteleras situadas en estacionamientos públicos, con fines publicitarios, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley.

VII. Muros ciegos. Anuncios comerciales sin estructuras colocados en las áreas de los muros de colindancia que carezcan de vanos.

VIII. Marquesinas y fachadas. Son los anuncios de locales comerciales para presentar la marca, servicio o servicios allí ofrecidos. Se colocarán en la entrada o las entradas a la tienda, así como en los aparadores adyacentes, en la parte superior o, en su caso, en puertas y cortinas, sin que estos limiten la luz solar hacia el interior del predio. En algunas zonas y calles la Agencia podrá determinar uniformidad o restricciones, en función del valor arquitectónico.

IX. Pendones: Los anuncios temporales colocados en las fachadas de predios de propiedad pública o privada en el que se lleve a cabo un evento cultural, social o deportivo. No podrán ser considerados como eventos, las ofertas limitadas de tiendas o establecimientos comerciales, baratas o promociones especiales por el hecho de estar limitados a un lugar o tiempo determinados.

X. Especiales. Cuando sus características no coincidan con las del resto de las tipologías, para lo cual requerirán la valoración respectiva por parte de la Agencia para el Espacio Público en función de su impacto en imagen urbana y los lineamientos y normas que para tal efecto se expidan.

La Agencia para el Espacio Público determinará los lineamientos a los cuales se apejarán estas

formas de publicidad. Sólo se autorizarán anuncios que se apeguen a tales lineamientos.

Artículo 85. En el territorio nacional quedan prohibidos los anuncios:

- a) Instalados en los bienes del dominio público con excepción de los ubicados en el mobiliario urbano, en los términos que disponga la presente Ley y las leyes de los Estados;
- b) Instalados en las azoteas de las edificaciones, sean éstas públicas o privadas;
- c) Con estructuras instaladas en vehículos de propiedad pública o privada y cuyo único fin sea la difusión de anuncios;
- d) Integrados en lonas, mantas, telones, lienzos, y en general, en cualquier otro material similar, sujetos, adheridos o colgados en los inmuebles públicos o privados, sea en sus fachadas, colindancias, azoteas o en cualquier otro remate o parte de la edificación sin que cuenta con licencia para ello;
- e) Instalados en saliente, cualquiera que sea su dimensión;
- f) Adosados y autoportados que comprendan cuerpos en movimiento o realizados de la superficie;
- g) Proyectados sobre las edificaciones públicas o privadas, desde un vehículo;
- h) Instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos, o en cualquier otra formación natural;
- i) Instalados, colgados, adheridos o pintados en presas, canales, puentes vehiculares y peatonales, pasos a desnivel, bajo-puentes, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, postes, semáforos, y en general, en elementos de la infraestructura urbana, salvo los que determine expresamente la presente Ley o los ordenamientos que de ella emanen;
- j) Instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones destinados a permitir el paso de las personas, de la iluminación y de la ventilación natural al interior;
- k) Cuando se trate de anuncios inflables, cualquiera que sea el lugar de su instalación o estén suspendidos en el aire;

l) En parques, jardines, áreas verdes, zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, bosques y zonas arboladas en los términos de los dictámenes o manifestaciones ambientales que al efecto apliquen;

m) Los anuncios en gallardetes soportados en postes o semáforos;

n) Los exhibidos en el espacio público a través de video y

o) Los demás que se ubiquen en lugares no permitidos expresamente en esta Ley.

Artículo 86. Para la instalación y retiro de anuncios publicitarios se deberá tener en cuenta:

a) Los impactos viales y el plan de desvíos respectivo, así como el apego a la normatividad que para tales efectos exista,

b) Las características estructurales, para lo cual se deberá contar con responsiva de un Director Responsable de Obra o con funciones similares de acuerdo a lo establecido en las normas de los Estados, en el caso de los anuncios autoportados o cualquier otro que pueda representar un riesgo.

c) Programa de instalación o retiro con:

d) Conceptos de los elementos que componen el anuncio

e) Tiempos traducidos en horas y minutos del proceso de instalación

f) La cantidad de persona que operaran la instalación

g) Proyecto de Dispositivo vial:

h) Firmado por un Ingeniero Civil, Ingeniero en Tránsito o Arquitecto.

i) Deberá contener de forma gráfica los elementos y señalización utilizada para el cierre vial indicando las personas que participaran en su implementación

j) Póliza de Responsabilidad Civil contra terceros del Publicista o del operador del dispositivo vial o maniobristas.

k) Copia para cotejo de la Licencia vigente del operador de grúa o de tráiler con plataforma de traslado.

l) Copia de Cédula profesional del responsable de la maniobra debiendo ser un Ingeniero Civil,

Arquitecto, Director Responsable de Obra y/o Corresponsable en Seguridad Estructural

m) En caso de requerir obra civil en vía pública, copia para cotejo de los permisos, licencias o autorizaciones de los Estados, Alcaldías o Municipios.

n) Documento idóneo que compruebe que los operadores cuentan con Seguridad Social.

o) Responsiva firmada por Director Responsable de Obra o Corresponsable en Seguridad Estructural que no será afectado ningún elemento arbóreo.

p) Características técnicas de las grúas y camiones con plataforma de traslado autorizadas por la Secretaría de Movilidad.

q) Los cuerpos policiales no estarán facultados para expedir ninguna especie de permiso, licencia, autorización o visto bueno a los particulares para cerrar vialidades con el fin de ejecutar maniobras de instalación, mantenimiento, retiro o explotación de anuncios.

Artículo 87. La Agencia para el Espacio Público expedirá las normas para luminosidad, mantenimiento preventivo y correctivo, revisión estructural, revisión posterior a sismos mayores, actualización del cartel publicitario, seguridad de los operadores, seguridad hacia las construcciones colindantes y sus ocupantes, seguridad de peatones y usuarios de vehículos en el área colindante.

Artículo 88. Los anuncios podrán tener carteleras electrónicas o ser desplegados en materiales impresos.

Artículo 89. Cuando se efectúe un retiro a cargo de la autoridad, por incumplimiento de normatividad o autorizaciones, extinción, caducidad, riesgo o cualquier otra causa, los propietarios tendrán un plazo de 60 días para recoger sus bienes. Transcurrido este plazo, la autoridad podrá disponer de ellos conforme mejor convenga.

Artículo 90. Procederán modificaciones a los anuncios o reubicaciones, cuando así lo determine la Agencia del Espacio Público con base en las

normas técnicas, a partir de la nueva ubicación, dimensiones o características.

Artículo 91. Para el cambio de cartel publicitario no será necesario la obtención de permiso de ninguna naturaleza, sin embargo, el titular de la Concesión, Autorización o Licencia, con al menos veinticuatro horas de anticipación, deberá informar a la Agencia para el Espacio Público, del cambio de cartel, señalando en su escrito:

a) Número de Concesión, Autorización o Licencia

b) Impresión del Cartel Publicitario

c) En su caso, copia para cotejo de las autorizaciones federales en materia publicitaria.

Artículo 92. La vigilancia y verificación del cumplimiento de las obligaciones a cargo de los titulares de concesiones, licencias, y autorizaciones correrá a cargo, en territorios federales, de la Agencia para el Espacio Público.

En caso de licencias emitidas por los Estados, Municipios o Alcaldías estas facultades se encuentran delegadas en ellos a través de las autoridades que conforme a las leyes se determinen, y los procedimientos de vigilancia y verificación se sujetaran a las normas vigentes de conformidad con la distribución de competencias que se realice conforme a las leyes locales.

Artículo 93. Para la autorización de mobiliario urbano con publicidad, la Agencia emitirá las normas técnicas respectivas. En todo caso, la Agencia deberá tener en cuenta:

a) El mobiliario urbano deberá tener una imagen convergente en toda la ciudad, considerando materiales, proporciones, perfiles y demás elementos que puedan contribuir a una imagen urbana única.

b) Declaratoria de necesidad del mobiliario, en función del servicio que dará el mueble urbano.

c) En el caso de los emplazamientos se tendrá en cuenta el sendero peatonal y quedará prohibido que la publicidad obligue al peatón a desvíos, reduzca su espacio de circulación,

genere puntos ciegos o dificulte el paso de personas con discapacidad.

Artículo 94. La Agencia para el Espacio Público determinará, mediante normas de zonificación las áreas en las que se podrá instalar cada tipo de anuncio.

Las normas de zonificación de publicidad exterior serán determinadas de forma conjunta entre la Agencia, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Sección II De los Anuncios en Muebles

Artículo 95. El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse de conformidad con las disposiciones de la presente Ley.

No se considerará mobiliario urbano los enseres utilizados para el servicio de acomodadores de vehículos, mismos que requerirán de licencia para su emplazamiento.

Artículo 96. En ningún caso la Agencia podrá autorizar mobiliario urbano destinado exclusivamente a exhibir publicidad ni considerar la instalación de anuncios en el mueble urbano como causa determinante para autorizarlo. El motivo para autorizar la instalación de mobiliario urbano será exclusivamente la necesidad social del mueble y no podrá instalarse en zonas de protección patrimonial arquitectónica, arqueológica, antropológica, áreas verdes, jardines, parques, zonas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, zonas arboladas, de conformidad con las normas de zonificación de publicidad exterior.

Artículo 97. El emplazamiento de mobiliario urbano deberá seguirse mediante un proceso público sujeto a las normas procesales que determinen las leyes de cada estado, pero que invariablemente iniciará con una declaratoria de necesidad pública. El proceso completo será instruido en su totalidad por la autoridad en la Alcaldía, Municipio o Estado que emita la declaratoria de necesidad.

Previo a la emisión de la declaratoria de necesidad se deberá de contar con el visto bueno vinculante de las autoridades competentes en materia de desarrollo urbano y movilidad del Estado y de los Municipios o de las Alcaldías, el dictamen que determine los emplazamientos en cuanto a su geolocalización y dimensiones que ocupará en el espacio público, la contraprestación y su factibilidad normativa en cumplimiento de las normas de zonificación y la utilidad social que cubrirán.

Una vez emitida la declaratoria de necesidad para muebles urbanos, la autoridad convocante establecerá un plazo para recibir propuestas de diseño de muebles, los cuales serán sometidos a valoración de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano, la cual estará a cargo de la Agencia y se encontrará conformada por representantes de las Secretarías de Comunicaciones y Transporte, Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, Secretaría de Cultura, Secretaría de Turismo, Secretaría de Economía y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y Secretaría de Gobierno, así como tres representantes académicos de universidades públicas nacionales.

La Comisión Mixta valorará la convergencia de cada uno de los muebles con la imagen del asentamiento humano en el que se va a emplazar y, en su caso, aprobará los que cumplan con los criterios que haya emitido la Agencia y que cumplan con las normas vigentes y aplicables.

En caso de que haya sido autorizado el mueble urbano, la Comisión Mixta emitirá el dictamen técnico que determinará el mueble urbano que puede ser emplazado y se le notificará a la convocante de dicho dictamen.

Una vez notificado el dictamen, la autoridad convocante continuará con el proceso público para la adjudicación de los emplazamientos.

Sección III De los Anuncios en Inmuebles

Artículo 98. Todas las tipologías de anuncios podrán ser instalados en bienes de dominio privado salvo por las prohibiciones establecidas en la presente Ley o los ordenamientos que de ella emanen, pero solo podrán tener un anuncio instalado a la vez.

Artículo 99. Queda prohibida la instalación de todo tipo de anuncios en camellones, plazas y demás espacios públicos destinados al tránsito vehicular o a la recreación, salvo los que determine expresamente la presente Ley.

Artículo 100. La instalación de anuncios en tapiales y vallas se permitirá exclusivamente bajo las siguientes condiciones:

- a) Los tapiales sólo podrán ubicarse en obras públicas o privadas en proceso de construcción o de remodelación.
- b) Las vallas solo podrán ubicarse en estacionamientos públicos;
- c) Tratándose de obras en proceso de construcción o de remodelación, los tapiales tendrán una altura máxima de tres metros y una longitud máxima de cinco metros, salvo en casos en los que las necesidades de la obra requieran otras dimensiones;
- d) Tratándose de estacionamientos públicos, las vallas tendrán la altura y longitud máximas a que se refiere la fracción anterior, pero en todo caso los anuncios deberán instalarse con un intervalo de por lo menos dos metros de separación entre cada uno.
- e) La instalación de los tapiales y vallas deberá realizarse en las partes del perímetro del predio que colinden con la vía pública;
- f) Los tapiales deberán instalarse sobre la vía pública a una distancia mínima de 10 centímetros respecto del alineamiento y una máxima de 30 centímetros respecto del límite del predio, debiendo mantener 2 metros libres para la circulación de peatones, en caso de no presentarse estas condiciones, no podrá emitirse la autorización para la exhibición de publicidad en tapiales; y
- g) En ningún caso los tapiales y vallas podrán fijarse a la fachada o paramento de la

construcción, ni instalarse en dos líneas paralelas.

Artículo 101. No se permitirán anuncios en formato de Vallas y Muros Ciego en los siguientes casos.

- a) En zonas jurídicamente afectadas por programas de desarrollo urbano, territorial, agrario o con la calidad de barrio o población originaria que puedan distorsionar los valores del suelo o desincentivar el éxito de los instrumentos generados de forma especial o excepcional.
- b) Cuando su colocación implique una reducción del sendero peatonal
- c) En el caso de adosados, cuando implique una alteración de fachadas en inmuebles con valor arquitectónico, arqueológico o patrimonial.
- d) En predios en los que exista un anuncio de referencia arquitectónica
- e) En zonas de protección arquitectónica, patrimonial o arqueológica de conformidad con el Dictamen del Corresponsable en Diseño Urbano y Arquitectónico.
- f) En predios baldíos.

Artículo 102. La publicidad cultural y social podrá instalarse en pendones colocados en el inmueble a que se refiera el evento publicitado. Las dimensiones de los pendones o gallardetes serán determinados en el reglamento.

Artículo 103. Los anuncios denominativos sólo podrán instalarse en las edificaciones o locales comerciales donde se desarrolle la actividad de la persona física o moral que corresponda al anuncio. Sólo se podrá instalar un anuncio denominativo por edificación o local comercial, salvo en los inmuebles ubicados en esquina o con accesos por diversas calles o vialidades, en estos supuestos podrá instalarse un anuncio por cada fachada con acceso al público, los cuales deberán tener dimensiones uniformes entre sí.

Artículo 104. Las dimensiones y demás características de los anuncios denominativos serán determinadas por los ordenamientos

jurídicos que de esta ley emanen o en las leyes locales.

Artículo 105. Quedan prohibidos los anuncios denominativos que sobresalgan total o parcialmente del contorno de la fachada.

Artículo 106. Los anuncios denominativos sólo podrán ser adosados, integrados o pintados, y con iluminación interna o externa. Quedan prohibidos los anuncios denominativos en azotea, así como los pintados y los adosados que cubran ventanas, aunque sean translúcidos. Los anuncios denominativos autosoportados sólo se podrán instalar en los inmuebles determinados por la presente Ley. Sus dimensiones y demás características serán determinadas en las normas técnicas que emita la Agencia.

Artículo 107. En los inmuebles ocupados por instituciones de crédito y establecimientos mercantiles, así como en las gasolineras, podrá instalarse un solo anuncio auto soportado de contenido denominativo además del denominativo adosado.

El anuncio auto soportado colocado por las gasolineras, a parte del anuncio denominativo, solo podrá exhibir los precios de las gasolinas o hidrocarburos que vendan, pero nunca podrán tener publicidad comercial de cualquier otra naturaleza.

Artículo 108. Los centros comerciales podrán instalar anuncios denominativos de la siguiente forma.

El centro comercial podrá exhibir el nombre del centro en la fachada y en un anuncio auto soportado en dos anclas.

Los locales comerciales que lo integran podrán contenerse en esa misma estela y podrá instalarse un anuncio denominativo adosado a la fachada del centro comercial por cada local que exista. Cuando en un centro comercial funcionen una o varias salas cinematográficas, se podrá instalar una segunda estela que se destinará exclusivamente para anunciar las funciones de cine.

En ningún supuesto, los anuncios denominativos podrán tapar ventanales, ventanas o vanos para respiración o luz.

En las áreas de estacionamiento, las plazas comerciales podrán colocar muebles con publicidad integrada, pero no podrán obstruir rampas de acceso, escaleras, elevadores o cualquier elemento que implique la limitación del libre desplazamiento de peatones al interior del centro comercial.

Los locales comerciales no pueden exhibir publicidad comercial con vista a impactar al exterior del local con vista desde el espacio público.

Artículo 109. En los teatros e inmuebles utilizados de forma exclusiva como cines podrá instalarse, adosada a la fachada sin tapar ventanales, ventanas o vanos para respiración o luz, una cartelera con altura máxima de dos metros y la longitud que le permita la respectiva del inmueble. En la cartelera se podrá difundir el nombre del espectáculo, la programación de funciones y el nombre de los actores. En auditorios y en inmuebles donde se lleven a cabo exposiciones o espectáculos públicos, podrá optarse por una de las siguientes alternativas según las características arquitectónicas de que se trate:

- a) Observar lo dispuesto en el primer párrafo de este artículo;
- b) Instalar una cartelera adosada al muro de la planta baja del edificio, siempre que su altura no rebase la correspondiente del acceso principal;
- c) Instalar una cartelera en estela, siempre que se ubique en una explanada que forme parte del inmueble de que se trate; y
- d) Instalar una cartelera en cualquiera de las fachadas del inmueble, cuyas dimensiones en ningún caso podrán exceder el contorno de la fachada en la que se instalen. En cualquier caso, la cartelera podrá contener imágenes de conformidad con lo que disponga el reglamento de la presente Ley.

Artículo 110. En los escaparates o ventanales de los establecimientos mercantiles no se permitirán anuncios adheridos al vidrio. En ningún caso se podrán instalar anuncios en gabinete dentro de un escaparate.

Artículo 111. La Servidumbre visual es un gravamen real impuesto sobre un inmueble en beneficio de otro perteneciente a distinto dueño, el cual tendrá como finalidad que el predio dominante pueda disfrutar de la luz solar sin que en ningún momento un anuncio instalado en un predio sirviente le limite total o parcialmente la recepción de luz solar o la vista hacia la calle.

Las Servidumbres visuales deberán ser registradas en Registro Público de la propiedad competente a petición de parte del dueño del predio dominante.

En caso de constituirse la Servidumbre visual, el publicista deberá de emplazar el anuncio en otro sitio del predio sirviente para que no afecte al predio dominante o redimensionarlo, en caso de no ser posible, el anuncio deberá ser reubicado.

La reubicación y el redimensionamiento son a costa del publicista.

La constitución de la servidumbre visual se registrará mediante los procedimientos jurisdiccionales en vía ordinaria o especial que determinen los Códigos procesales de cada Estado de la república o del Código Federal de Procedimientos Civiles.

Artículo 112. Los concesionarios, permisionarios, licenciarios, autorizados y los que deban ejecutar medidas de integración o mitigación en espacio público deberán ejecutar el mantenimiento los bienes objeto del acto jurídico que les facultó o condiciono para el ejercicio de su actividad en los términos y periodos que los lineamientos que emita la Agencia determinen.

El mantenimiento deberá ser periódico, cíclico y sostenible, por lo que es responsabilidad de quien lo ejecuta mantener los bienes en el estado que los lineamientos establezcan.

El no otorgar el mantenimiento respectivo en los términos determinados provocará el estado de suspensión de actividades y en su caso el retiro de los bienes y la nulidad de las concesiones, licencias o autorizaciones.

Capítulo III

De las Concesiones, Licencias y Autorizaciones Temporales

Sección I

Disposiciones Generales

Artículo 113. La Agencia, en todo momento, podrá hacer las verificaciones e investigaciones necesarias para determinar la legalidad del emplazamiento y/o instalación de cualquier anuncio o mueble urbano.

La Agencia, emitirá, además de las Licencias, Concesiones y Autorizaciones, un código QR que deberá estar pegado o pintado la fachada del inmueble en el que se instalen y/o emplacen anuncios, o en la estructura del mueble urbano, en ambos casos, a una distancia de un metro con cincuenta centímetros del nivel de banqueteta.

El Código QR, al momento de ser escaneado, deberá contener los datos que fueron necesarios para la emisión de las Licencias, Concesiones y Autorizaciones que amparan su legal instalación, así como desplegar una imagen digital del estado actual de la publicidad que se encuentra exhibida.

Artículo 114. A todos los anuncios y muebles instalados o emplazados en territorio mexicano se les deberá de dar mantenimiento con la finalidad de que no representen ningún riesgo civil por su emplazamiento e instalación.

Las características del mantenimiento y la periodicidad del mismo serán determinadas por la Agencia en los lineamientos que al efecto emita.

El mantenimiento mayor de los anuncios debe ser realizado por lo menos una vez al año.

Cuando el mantenimiento sea ejecutado, el titular de la Licencia, Autorización y Concesión deberá informar dentro de los cinco días siguientes a la Agencia, debiendo permitirle el acceso a la agencia a los bienes privados para constatar que el mantenimiento haya sido ejecutado.

Artículo 115. Previo a la emisión de cualquier Licencia, Autorización o Concesión, la Agencia deberá constatar ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que el solicitante y al arrendador no tenga ninguna multa o adeudo fiscal pendiente por concepto de multas.

Sección III De las licencias

Artículo 116. Todos los anuncios, deberán obtener una licencia para su instalación, emplazamiento, exhibición o explotación comercial.

Artículo 117. Para la obtención de una Licencia, el particular deberá integrar los siguientes documentos, independientemente de los otros que la presente ley solicite o los ordenamientos que de ella emanen:

- I. Escritura pública del inmueble privado
- II. Identificación oficial del propietario del inmueble privado.
- III. Contrato de Arrendamiento Publicitario.
- IV. Ficha técnica de los anuncios a emplazar, la cual deberá contener al menos lo siguiente:
 - a. Medidas
 - b. Volumen
 - c. Peso
 - d. Materiales de construcción
 - e. Colores
 - f. Proceso de construcción
 - g. Plano eléctrico y especificaciones de la pantalla digital en su caso

Artículo 118. Para anuncios de propaganda comercial autosoportados, siempre será necesario la presentación de un dictamen de un Director Responsable de Obra y de un Corresponsable estructural.

Los anuncios de propaganda comercial autosoportados podrán tener una o dos caras de exhibición, pero entre ambas caras tendrán como máximo un tamaño de ochenta y cuatro metros cuadrados de área de exhibición.

Los soportes no podrán tener publicidad de ninguna naturaleza.

En todo el territorio nacional, para salvaguardar la integridad de la imagen urbana, no podrán colocarse anuncios de propaganda comercial autosoportados a una distancia mínima de doscientos metros radiales de otro anuncio de la misma naturaleza, de áreas naturales protegidas, bienes públicos o privados protegidos por normas en materia de bienes nacionales, bienes con valor arquitectónico, arqueológico, antropológico o histórico debiendo presentar al efecto, un plano topográfico firmado por un Director Responsable de Obra en el que se señale la distancia que existe de los anuncios de propaganda comercial más cercanos en referencia con el inmueble en el que se pretende instalar.

Solo se podrán instalar anuncios autosoportados en bienes inmuebles del dominio privado.

Artículo 119. Los anuncios en muros ciegos deberán colocarse en el área ciega del muro en el que pretenda instalarse debiendo abarcar, como máximo, las dos terceras partes de la totalidad del muro.

Cuando se solicite una licencia para anuncio en muro ciego, se deberá de presentar una carta en la que un Director Responsable de Obra determine la longitud y altitud del muro ciego.

A los anuncios en muros ciegos se les aplicarán las mismas reglas de prohibición de instalación y emplazamiento que a los anuncios autosoportados.

Artículo 120. Para solicitud de anuncios de referencia y anuncio de referencia arquitectónica, el solicitante deberá presentar de forma física a la Agencia una maqueta o un modelo físico tridimensional y original del contrato de creación publicitaria, para su valoración y resguardo.

Para la solicitud de anuncios artísticos, el solicitante deberá presentar un modelo a escala del anuncio a exhibir junto con el original del contrato de creación publicitaria. El modelo podrá ser elaborado mediante cualquier técnica o en escultura.

En caso de que los anuncios sean autorizados, la maqueta, modelo a escala o modelo físico tridimensional formaran parte del archivo propiedad del Gobierno Federal, debiendo ser estos exhibidos en un museo o galerías sin que los mismos generen perjuicios en contra de la Estado.

Las impresiones en viniles, lonas o medios digitales exteriores o su contenido jamás será considerada como un anuncio de referencia, referencia arquitectónica o anuncio artístico.

La Agencia determinará, mediante el lineamiento correspondiente, los incentivos o beneficios fiscales de los que gozarán los solicitantes y creadores de los anuncios de los presentes artículos.

La temporalidad de anuncio será determinada por la Agencia, la cual no será menor a 5 años.

Sección III

De las autorizaciones temporales

Artículo 121. Para la colocación de anuncios en tapiales y mobiliario urbano itinerante será necesario obtener una Autorización Temporal.

Artículo 122. Para la obtención de una Autorización Temporal, el particular deberá integrar los siguientes documentos según corresponda:

1. Escritura pública del inmueble privado.
2. Identificación oficial del propietario del inmueble privado.
3. Contrato de Arrendamiento Publicitario.
4. Documento en el que conste la manifestación de voluntad del propietario del inmueble privado.
5. Ficha técnica de los anuncios a emplazar, la cual deberá contener al menos lo siguiente:

- a. Medidas
 - b. Volumen
 - c. Materiales de construcción
 - d. Colores
 - e. Proceso de construcción
 - f. Plano eléctrico y especificaciones de la pantalla digital en su caso
6. Dictamen de Director Responsable de Obra y Corresponsable en Seguridad Estructural cuando la estructura del anuncio tenga una altura mayor a dos metros.
 7. Para el caso de tapiales, la manifestación de construcción que corresponda.
 8. Plano con georreferenciación del emplazamiento del mobiliario urbano itinerante.
 9. Proyecto Conclusivo de Mejoramiento del Entorno Urbano.

Artículo 123. Los anuncios de información cívica y cultural consistirán en pendones de hasta tres metros de longitud y hasta dos terceras partes de la fachada del edificio sin que en ningún supuesto puedan colocarse de tal forma que tapen ventanas o vanos de la fachada de un predio privado.

Artículo 124. El mobiliario urbano itinerante no podrá generar puntos ciegos para el tránsito de personas, no podrá emplazarse a menos de tres metros de distancia radial de una salida de emergencia de un inmueble particular, invadir un área segura en caso de sismo, interferir en un sendero peatonal o cruce ni emplazarse de tal forma que dañe áreas verdes.

Las especificaciones técnicas del mobiliario urbano serán determinadas por los lineamientos que al efecto emita la Agencia.

Artículo 125. Las autorizaciones para anuncios en pendones y gallardetes durarán hasta el término del evento cultural o cívico que se encuentren publicitando.

Las autorizaciones para tapiales durarán el tiempo que dure la obra a desarrollar, de conformidad con la manifestación de construcción que al efecto haya sido expedida.

Capítulo IV De las Sanciones y los Medios de Impugnación

Sección I De Sanciones Contra la Protección, Conservación y Regulación de la Imagen y el Paisaje

Artículo 126. Las sanciones y medios de impugnación establecidos en la presente ley serán aplicados por las autoridades Estatales, Municipales, Alcaldías o por la Federación en contra del incumplimiento de la presente ley o de cualquier norma que de ella emane, sin embargo, las leyes locales podrán establecer sus propias sanciones, pero no podrán ser menores a las establecidas en la presente ley.

El incumplimiento de cualquier obligación establecida en la presente Ley, su Reglamento u ordenamiento normativo que de ella emane será sancionado con la revocación de la Licencia, Autorización o Concesión, por lo que en un plazo de 15 días naturales contados a partir de que haya causado efecto la nulidad y revocación, la persona que haya incumplido con sus obligaciones deberá de retirar los elementos publicitarios, mobiliario o cualquier otro objeto que sea un medio para el ejercicio de las facultades o derechos contenidos en la Licencia, Autorización o Concesión.

En caso de no serlo, estos pasarán a formar parte de la autoridad que haya emitido la licencia, concesión o autorización, lo anterior sin menoscabo del pago de las multas correspondientes, la imposición de las medidas de apremio o cautelares y la restitución de las cosas en el estado que se encontraban antes del otorgamiento de la Licencia, Permiso, Autorización o Concesión.

Previo a la notificación de la anulación y rescisión del acto jurídico que le permite el ejercicio de los derechos, se le apercibirá al titular para que el cumplimiento de sus obligaciones en un plazo de 5 días hábiles, en caso contrario se aplicarán las sanciones correspondientes y causara estado la anulación o rescisión correspondiente.

En caso de que el titular de una Licencia, Autorización o Concesión, no cumpla con una obligación en el término que debió hacerlo, pero cumple espontáneamente previamente a que le sea notificado el inicio de los procedimientos respectivos, la obligación se tendrá por cumplida.

Artículo 127. Se sancionará con multa de 5000 a 10000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, al titular de una Licencia, Concesión o Autorización Temporal que incumpla con colocar en el anuncio una placa de identificación y/o código QR con las características que señale la Ley o cualquier otro ordenamiento que emane de la presente Ley.

Son solidariamente responsables de la comisión de cualquiera de las presentes sanciones los anunciantes, arrendadores, publicistas, agencias de medios, patrocinados, promotores de espectáculos y titulares de patentes o marcas comerciales exhibidos en los anuncios.

Artículo 128. Se sancionará con multa de 10000 a 15000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inconvertible de 24 a 36 horas y retiro del anuncio a costa de la persona física o moral que intervenga en la comercialización de espacios publicitarios que no cuenten con Licencia, Autorización o Concesión.

Son solidariamente responsables de la comisión de cualquiera de las presentes sanciones los anunciantes, arrendadores, publicistas, agencias de medios, patrocinados y titulares de patentes o marcas comerciales exhibidos en los anuncios.

Artículo 129. Se sancionará con multa de 10000 a 15000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, inhabilitación para la obtención de autorizaciones, licencias o concesiones, el retiro del anuncio a su costa y a la reparación del daño cuando se trate de bienes del dominio público o espacio público, a la persona física o moral que sin contar con la Autorización, Licencia o Concesión instale, ejecute, emplace, coloque, ponga, pinte o ubique cualquier tipo de anuncio.

Son solidariamente responsables de la comisión de cualquiera de las presentes sanciones los anunciantes, arrendadores, publicistas, agencias de medios, patrocinados y titulares de patentes o marcas comerciales exhibidos en los anuncios.

Artículo 130. Se sancionará con multa de 3000 a 6000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas, el retiro del anuncio a su costa y la revocación de la Licencia, Autorización o Concesión de cualquier incumplimiento a la presente ley o normas que de ella emanen relacionadas con la publicidad exterior, imagen o el paisaje.

Son solidariamente responsables de la comisión de cualquiera de las presentes sanciones los anunciantes, arrendadores, publicistas, agencias de medios, patrocinados, promotores de espectáculos y titulares de patentes o marcas comerciales exhibidos en los anuncios.

Artículo 131. Se sancionará con multa de 1000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del anuncio, al titular de la licencia que instale un anuncio denominativo en un inmueble distinto de aquel en donde se desarrolle la actividad de la denominación o razón social respectiva

Artículo 132. Se sancionará con multa de 1000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del anuncio, al titular de la licencia que instale un anuncio denominativo de tal forma que sobresalga total o parcialmente del contorno de la fachada.

Artículo 133. Se sancionará con multa de 200 a 500 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y el retiro del anuncio a su costa, al titular de una autorización temporal que no retire los pendones en el plazo de cinco días hábiles previstos en esta Ley.

Artículo 134. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y remisión del vehículo al depósito vehicular competente, al conductor de un vehículo

desde el cual se proyecten anuncios sobre las edificaciones públicas o privadas, sea que el vehículo se encuentre en movimiento o estacionado.

La misma sanción se aplicará al conductor y propietario de un vehículo de propiedad privada que se encuentre en movimiento o estacionado con cualquier tipo de estructura instalada o elemento amplificación de audio que difunda anuncios de propaganda o genere ruido promocionando productos o servicios.

En todo caso, el propietario del vehículo será responsable solidario por las sanciones que se apliquen al conductor.

Los particulares o anunciantes que incumplan con las reglas de propaganda electoral que establezca la legislación electoral, estarán sujetos al régimen de sanciones que dispone este capítulo.

Sección II

De las Sanciones en Materia de Espacio Público

Artículo 135. Adicionalmente a las sanciones que establece la presente ley en contra de quien ejecute obras públicas o privadas que dañen la infraestructura peatonal o a bienes pertenecientes al espacio público, se sancionará con multa de 10000 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y la reparación del daño a la persona que dañe o menoscabe bienes que conforman el espacio público.

Quedan a salvo de la presente los hechos cometidos en contra de monumentos, memoriales, bienes con valor histórico, arquitectónico, antropológico y social.

Sección III

De las normas de vigilancia, verificación y auditoría.

Artículo 136. La vigilancia y verificación del aprovechamiento del espacio público y de los anuncios de publicidad exterior son competencia

directa del orden de gobierno que haya emitido los permisos, autorizaciones, licencias o concesiones.

Al efecto, cada orden de gobierno deberá emitir las normas necesarias a fin de que las labores públicas de vigilancia, verificación y protección del espacio público, imagen y paisaje se desempeñen conforme a derecho, previendo las medidas cautelares y medios de comprobación proporcionales de acuerdo a las sanciones previstas en esta ley.

Las leyes podrán prever de forma enunciativa más no limitativa las siguientes medidas cautelares:

- I. Clausura Temporal
- II. Arraigo Civil
- III. Aseguramiento de bienes
- IV. Apercibimiento
- V. Apercibimiento con multa
- VI. Arresto por hasta 36 horas

Artículo 137. Todos los publicistas en exterior deberán presentar un informe anual de auditoría legal ante la Agencia, el cual deberá contener una descripción sucinta de las licencias, autorizaciones, concesiones, permisos o cualquier otro documento de análoga naturaleza, la cantidad y tipo de obligaciones contraídas por dichos documentos públicos, de sus obligaciones corporativas y el cumplimiento de las obligaciones emanados de dichos actos.

Así mismo, deberán de aportar todos los medios de prueba necesarios a fin de determinar el cumplimiento puntual de las obligaciones emanadas de las licencias, autorizaciones, concesiones, permisos o documentos análogos, y el cumplimiento de cada uno de ellos.

Este informe deberá presentarse antes del 31 de diciembre de cada año, firmado y autorizado por el Administrador Único o Consejo de Administración o por la persona física con actividad en la materia y por un Abogado o Licenciado en Derecho que no se encuentre sujeto a sueldo o iguala y que cuente con estudios comprobables en materia de auditoría legal o corporativa.

El Abogado o Licenciado en Derecho será responsable hacía el Estado y hacía con el cliente en términos de las leyes reglamentarias en materia de ejercicio profesional.

La Agencia podrá ejercer en cualquier momento durante el año posterior a la presentación del informe anual de auditoría, las facultades de comprobación, vigilancia y verificación necesarias a fin de llegar verdad histórica y material del cumplimiento de obligaciones, sin perjuicio de los términos de caducidad y prescripción establecidos para el ejercicio de las acciones correspondientes por Juicio de Lesividad, procedimientos de revocación o anulación de actos jurídicos previstos en las leyes en la materia o de persecución de delitos.

Sección IV De los Medios de Impugnación

Artículo 138. Los particulares que se consideren afectados por los actos de las autoridades federales previstos en esta Ley podrán, a su elección, interponer ante el superior jerárquico de la autoridad emisora, el recurso de inconformidad previsto en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; o intentar el Juicio Contencioso Administrativo Federal ante el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa.

Artículo 139. Los particulares que se consideren afectados por los actos de autoridades estatales, municipales o las alcaldías previstos en esta Ley podrán a su elección, interponer los recursos administrativos previstos en sus leyes locales o intentar los juicios ante autoridad jurisdiccional del orden local del Poder Judicial de cada Estado de la República.

Transitorios

Primero.- La presente ley comenzará su vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- La Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano cuenta con 270 días naturales para realizar las modificaciones a su estructura

interna a fin de crear la Agencia de Espacio Público.

Tercero.- Por circunstancia excepcional el Agente Especial de la Agencia de Espacio Público será nombrado directamente por el Presidente de la República.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputada Yolanda Guerrero Barrera

morena

PROPOSICIONES

DE LAS DIPUTADAS LAURA IMELDA PÉREZ SEGURA E IRMA JUAN CARLOS CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA A LA SEGOB, A LA SEDATU Y AL INPI A CORROBORAR LAS REFERENCIAS HISTÓRICAS Y LEGALES DE LA EXISTENCIA Y DERECHOS DE LA COMUNIDAD INDÍGENA DE AYOTITLÁN, JALISCO

Las que suscriben, diputadas federales, Laura Imelda Pérez Segura e Irma Juan Carlos, integrantes de la LXIV Legislatura del Congreso de la Unión y del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en el artículo 6, numeral 1, fracción I y artículo 79, numeral 1, fracción II, y numeral 2, fracción III, del Reglamento de la Cámara de Diputados, nos permitimos presentar ante esta soberanía la proposición con punto de acuerdo, de urgente u obvia resolución, para exhortar respetuosamente a distintas autoridades municipales, estatales y federales a que realicen acciones dentro del ámbito de sus atribuciones para atender la problemática de la comunidad indígena de Ayotitlán ubicada en el municipio de Cuautitlán de García Barragán, Jalisco.

Consideraciones

1°. La definición de los límites es y ha sido un problema que ha enfrentado México desde su nacimiento como nación independiente, esto debido a sistemas obsoletos de cartografía, falta de interés para mejorarla, carencia de recursos para poder lograrlo y, sobre todo, a la invasión derivada de la codicia de la clase política.

2°. - Los problemas derivados de la falta de claridad en los límites territoriales generan que comunidades enteras queden aisladas, sin servicios básicos tales como la protección de la salud, la educación, el suministro de servicios básicos como el agua potable, la energía eléctrica o la seguridad que el Estado está obligado a proveer. La inexistencia de límites claros pone en entredicho la gobernabilidad en los territorios en disputa y convierte al territorio en tierra de nadie, que deja a sus habitantes a merced de grupos del

crimen organizado o de poderes fácticos, que tienen interés en las zonas mineras; tal es el caso de los territorios de los pueblos originarios nahuas y otomíes de Ayotitlán.

3°. - El estado de Jalisco cuenta con una longeva controversia constitucional sin solución, la Núm. 3/98, promovida durante la administración del entonces gobernador, Ing. Alberto Cárdenas Jiménez (1995-2001), que buscó definir los límites territoriales de Jalisco, sobre una superficie de 406.8 kilómetros cuadrados, con el estado de Colima; para así poner fin a los abusos que sufrían los pobladores de la cuenca norte del Río Marabasco, en manos de personas interesadas en despojarlos de sus tierras y recursos naturales para la explotación minera y maderable.

4°. - Las poblaciones de los municipios de Cihuatlán y Cuautitlán, Jalisco, llevan a cuestras el peso mayor de la indefinición territorial. Sin embargo, las malas e indiferentes gestiones llevadas a cabo por el mandatario Francisco Javier Ramírez Acuña (2001-2007) no permitieron darle continuidad a la controversia, debido a que no se asignaron recursos económicos para concluir la, lo anterior aunado a las gestiones del ex senador de Colima, Héctor Michel Camarena quien promovió una reforma a los artículos 46, 76 y 105° constitucionales, para quitarle facultades a la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) de dictaminar los casos referentes a límites territoriales, cediéndoselas al Senado de la República, que buscaría resolverlos mediante “arreglos políticos”.

5°. - Durante la estancia de la Controversia 3/98 en el Senado no hubo arreglo alguno que permitiera su resolución. Tampoco tuvo el gobierno jalisciense de Emilio González Márquez (2008-2013) el mínimo interés por sacar adelante el asunto iniciado con la matanza de Timbillo en la Semana Santa de 1920. No fue sino hasta el mes de octubre de 2012, a fines de la administración federal de Felipe Calderón Hinojosa, que mediante un dictamen de la Comisión de Puntos Constitucionales y Estudios Legislativos se le restituyeron las facultades para la resolución de diferendos territoriales a la SCJN y se le quitaron

al Senado de la República. Sin embargo, al devolverle las facultades a la SCJN no se le restituyeron los expedientes, provocando un limbo legal a los diferentes litigios limítrofes que tuvo el Senado bajo su responsabilidad.

6°. - Los diferentes conflictos y el desamparo de los pobladores, víctimas de la indefinición de límites y territorios se han acumulado desde hace 100 años en el caso de la Comunidad Indígena de Ayotitlán, Jalisco. El Consorcio Minero “Peña Colorada”, instalado en su territorio ancestral en la década de **1960** como empresa paraestatal, fue vendido en el decenio de los 90s a inversionistas extranjeros, generando utilidades netas de U\$1,500 millones de dólares anuales. Poco a poco ha ido ganando terrenos y acumulando el control del agua, que le ha quitado a la población indígena, por medio del despojo y el dispendio, en complicidad con el gobierno colimense y sus municipios, y con la omisión del gobierno de Jalisco, así como una indiferencia por parte de la Federación.

7°. - La empresa minera Peña Colorada y otras diez minas que operan ilegalmente en el territorio de Ayotitlán, ha contaminado manantiales y ojos de agua, desgajado los cerros, como hoy lo está haciendo en los poblados nahuas de La Astilla y Las Pesadas, degradando los ecosistemas y desapareciendo comunidades enteras que se han atravesado en su camino expansivo (Puertecito de Las Parotas, Potros y Mameycito). La lucha de los habitantes de Ayotitlán ha sido respaldada por la Diócesis de Autlán, por la Red Jalisciense de Derechos Humanos (ONG) y por la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), a través de la histórica Recomendación 122/95 publicada el 27 de septiembre de **1995**, sin que hasta esta fecha se le haya dado cabal cumplimiento. Es importante señalar que es a raíz de la Recomendación de la CNDH, que Jalisco y Colima se vieron obligados a llevar la controversia 3/98 ante el máximo Tribunal Nacional: la SCJN.

8°. - Otra arista de los problemas es el crimen organizado, que, ante la ausencia del Estado, que no se apersona ni para hacer los levantamientos de los cadáveres de los indígenas asesinados, tal

como lo señala la Recomendación 122/95, han impuesto su ley en la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán (RBSM), que sufrió en 2017 uno de los peores incendios del país, además de un largo proceso de tala clandestina en las zonas núcleo, sin que la ineficiente Dirección de la RBSM hubiese hecho algo para prevenirlo. Una prueba fehaciente de su abandono y mal manejo fue el secuestro y desaparición sin aclarar del activista nahua Celedonio Monroy Prudencio, a manos de un comando armado que lo extrajo de su vivienda hacia paradero desconocido en octubre de 2012.

Es por todo lo anterior, que resulta necesaria la intervención activa de las autoridades federales y estatales, para salvaguardar la vida y libertad personal y comunitaria de los integrantes de la comunidad indígena, así como para regresarles la tranquilidad perdida.

El Estado mexicano le ha fallado una y otra vez a la comunidad indígena de Ayotitlán, sin embargo, nunca es tarde para demostrar solidaridad y empatía ante el dolor del abandono y la exclusión. Es por ello que, independientemente del color partidario, invitamos a las y los legisladores de esta soberanía a sumarse y darles voz a los pueblos originarios de Ayotitlán, Jalisco, a través de este exhorto.

Por lo anteriormente expuesto, sometemos a la consideración de esta honorable asamblea, la siguiente proposición con:

Punto de Acuerdo

Primero. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Gobernación, a la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, y al Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, a que, dentro del ámbito de sus atribuciones, realicen en conjunto una revisión exhaustiva en el Archivo General de la Nación a la documentación de la época Colonial y del siglo XIX, así como en el Archivo General Agrario, a fin de corroborar las referencias históricas y legales de la existencia y derechos de la antigua

comunidad indígena de Ayotitlán y, en su caso, reconocer su actual existencia.

Segundo. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, al Senado de la República a abrir el procedimiento legislativo y administrativo necesario para realizar la entrega del expediente y anexos de la Controversia 3/98 que se encuentra resguardado en sus instalaciones, a la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), que es la encargada de solucionar las disputas de límites territoriales entre las entidades federativas.

Tercero. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, al Gobierno del Estado de Jalisco a reanudar los trámites correspondientes para retomar la controversia constitucional, o para iniciarla, a fin de determinar los límites territoriales en las tres zonas en disputa, de acuerdo con la Controversia Constitucional 3/98 entre Jalisco y Colima ante la SCJN.

Cuarto. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a los gobernadores de los estados de Jalisco y Colima, a realizar las acciones necesarias para salvaguardar la vida, la integridad y la libertad personal de los ciudadanos de la comunidad indígena de Ayotitlán, así como a coordinarse con las autoridades municipales correspondientes, para asegurar la prestación de los servicios públicos a la población indígena y mestiza afectada por el diferendo territorial.

Quinto. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a la Comisión Nacional de Derechos Humanos a actuar como garante y vigilante en la franja territorial en disputa, para que ningún estado o municipio falte a sus deberes para con los integrantes de los ejidos y la comunidad indígena de Ayotitlán, dentro o fuera de la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán (RBSM), así como a hacer público un informe de los resultados obtenidos del seguimiento a la recomendación 122/95.

Sexto. - La Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión exhorta a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a salvaguardar la integridad de las Áreas Naturales Protegidas, específicamente de la reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán, que en Jalisco forma parte del territorio ancestral de los nahuas de Ayotitlán, así como a integrar a los representantes de la comunidad indígena de Ayotitlán y los otros núcleos agrarios de la Sierra de Manantlán, en un sistema de coadministración de esta área natural protegida, al haberse decretado la misma sobre sus bosques y selvas, con el fin de que se desarrollen condiciones reales de sustentabilidad, a partir del uso transparente y eficiente de recursos y se fortalezca el manejo comunitario de recursos naturales. Asimismo, se le solicita impedir, sancionar y resolver los fuertes procesos de contaminación del agua, el aire y los suelos que generan las actividades mineras, en perjuicio de la población indígena de Ayotitlán y de las poblaciones ribereñas de los estados de Jalisco y Colima en la cuenca del río Marabasco, así como la biodiversidad de la zona. Para ello, que se realicen los ajustes y actualizaciones necesarias al Plan de Manejo de la ANP Reserva de la Biosfera, a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputada Laura Imelda Pérez Segura
Diputada Irma Juan Carlos

morena

DEL DIPUTADO AGUSTÍN GARCÍA RUBIO CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTAR AL EJECUTIVO FEDERAL, A LA SCT Y AL GOBIERNO DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO A CONSIDERAR UN PUERTO SECO EN LA CIUDAD DE LÁZARO CÁRDENAS

El suscrito, Agustín García Rubio, diputado del Grupo Parlamentario de Morena en la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 6, fracción I, y artículo 79, numeral 2, fracción II, del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta asamblea la presente proposición con punto de acuerdo por el que se exhorta al Ejecutivo Federal, a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y al Gobierno de Michoacán de Ocampo, para que sea considerado un puerto seco en la ciudad de Lázaro Cárdenas, al tenor de las siguientes:

Consideraciones

El rezago de la operación ferroviaria en México ha sido objeto de discusión en materia económica y de desarrollo regional. La historia de los ferrocarriles en México data de finales del siglo XIX y su finalidad principal fue movilizar a la fuerza laboral y a la producción minera de la época.

Durante el siglo XX el desarrollo de la red ferroviaria nacional siguió esta misma dirección, a pesar de que, paulatinamente, se contrajo la demanda de transporte ferroviario con el desarrollo del sistema carretero nacional y con la penetración automotriz en la red logística nacional. Asimismo, por el lado de la oferta, el transporte ferroviario como provisión estatal no facilitó el desarrollo y mantenimiento de la red para ajustarse a las necesidades cambiantes de la población y la industria nacional y, particularmente de 1986 a 1991, se hace evidente una crisis operativa en el subsector, lo que hace necesaria la apertura de los ferrocarriles a la inversión privada.

El Instituto Mexicano del Transporte (IMT) divide el proceso de privatización de las actividades ferroviarias en México en tres etapas:

1. Una primera aproximación caracterizada por una mayor participación de equipo de arrastre privado necesario por la creciente demanda de transporte de carga originada por las actividades propias del comercio exterior (1988-1991).
2. La reestructuración del sistema ferroviario mexicano y la privatización de algunos de sus servicios auxiliares, acompañado de políticas enfocadas a la apertura comercial y al saneamiento de sus finanzas (1992-1994).
3. La concesión del servicio de transporte, reformas legislativas para adaptar la normatividad a la participación de capital privado en el servicio ferroviario de transporte (1995-1999).

Aún con la participación de la iniciativa privada, la realidad actual de la red ferroviaria en México dista mucho – en cuanto a desarrollo y eficiencia – de las redes ferroviarias en el mundo desarrollado. Como punto de referencia se puede considerar el transporte de carga por ferrocarril de Estados Unidos de América (EUA), nuestro principal socio comercial. Por ejemplo, en 2014, la red ferroviaria estadounidense transportaba 2.5 billones de toneladas-kilómetro, en contraste con los 78,770 millones de toneladas-kilómetro que se transportaron en nuestro país. Incluso al estandarizar con respecto a la actividad manufacturera, sabiendo que el valor agregado en la manufactura en México y EUA, fue de 209 y 2,085 billones de dólares, respectivamente, se obtienen 376.89 toneladas-kilómetro por cada mil millones de dólares para México y 1,199.04 para EUA. Adicionalmente, el transporte ferroviario posee una ventaja en costos con respecto al autotransporte de carga, su principal sustituto para la movilización de carga por tierra. De hecho, los beneficios potenciales de una red ferroviaria que responda a las necesidades de la economía nacional.

medios de transporte primordiales en estas instalaciones: “un puerto seco es una terminal intermodal de mercancías situada en el interior de un país, conectada directamente con los puertos, origen y destino de sus cargas, a través de la red ferroviaria”.

Sin embargo, a ambas definiciones les falta un detalle fundamental que distingue a los puertos secos del resto de plataformas logísticas: que en ellos se puede realizar el despacho de aduanas, agilizando así el tránsito de la mercancía hacia el interior del país.

En las sociedades modernas, la necesidad de transporte ha ido creciendo a medida que aumentaba su grado de desarrollo, siendo necesario un aumento del volumen de transporte de bienes para satisfacer la demanda de las personas y las empresas.

Por otra parte, la estructura económica mundial, con centros de producción y consumo descentralizados, trae consigo un aumento de los flujos de carga y de las distancias de transporte de las mercancías complicando enormemente el transporte. Además, las nuevas tendencias del sector del transporte para reducir los stocks, han llevado a envíos más pequeños, pero más frecuentes, complicando aún más las operaciones por la consecuente necesidad de sincronización y la presión más intensa sobre los sistemas de transporte.

En estas circunstancias, el transporte marítimo se ha convertido en el modo más indicado y más barato para atender las necesidades que se generan de movilidad de las mercancías a grandes distancias. De este modo, los puertos marítimos se configuran como nodos con una importancia capital dentro de las cadenas logísticas como punto de enlace entre dos sistemas de transporte, el marítimo y el terrestre.

Sin embargo, como consecuencia de la complejidad del sector del transporte y del aumento del volumen de mercancías transportado, se ha llegado a una situación de creciente congestión de las rutas, la escasez de espacios

libres en las instalaciones marítimas (estos dos problemas suponen, en definitiva, un aumento de los costes y un freno a la actividad económica regional) y un importante impacto medio ambiental de los puertos marítimos. Los puertos secos, al permitir el despacho de aduanas en el interior del territorio, dinamizan las actividades que se producen en el puerto marítimo, disminuyendo el número de operaciones, por lo que reducen las necesidades de espacio y la presión que las terminales portuarias ejercen sobre la costa.

Otra clave de los puertos secos es la conexión ferroviaria con los puertos marítimos, suponiendo así un catalizador del aumento de la participación del transporte ferroviario en el conjunto del transporte de mercancías, algo que, en España se persigue desde hace tiempo (con un resultado pésimo hasta el momento y con bastantes conflictos por el tema de la falta de liberalización real del sector y por la falta de adaptación de la red a trenes más largos que supondrían una ventaja económica importante) y que está dentro de las medidas prioritarias de la estrategia logística nacional.

Además, la mercancía que suele moverse en los puertos secos suele estar contenerizada (si bien cualquier mercancía es susceptible de ser transbordada en estas instalaciones), lo que supone también una ventaja para que el ferrocarril sea el medio de transporte preferente en estas instalaciones y no sólo en la conexión con los puertos marítimos.

Y, de paso, sirven también para ampliar el *hinterland* de los puertos marítimos (es la región del territorio en que un puerto tiene ventajas notables en el acceso terrestre, por lo que puede asimilarse a su zona de influencia en el territorio). Los puertos secos pueden ser considerados, por tanto, como una prolongación de los puertos marítimos, mejorando el acceso a los mismos y garantizando que tengan un mayor *hinterland* como consecuencia del aumento en la accesibilidad que producen, utilizando además el medio de transporte más sostenible y más adecuado en cada tramo. Además, la expansión del

hinterland provoca un gran desarrollo en las zonas contenidas en el área de influencia que se sitúan cerca centros de producción y consumo, convirtiendo la ubicación de los puertos secos en un tema clave cuando se considera la generación de una estrategia de colaboración-competencia para el sistema logístico de un país o región.

Los diputados de Morena estamos convencidos que debemos impulsar el crecimiento y el desarrollo de México, ya que el país lo necesita.

Se debe considerar que es un buen momento para que se tomen cartas en el asunto para garantizar el crecimiento económico de la región y del país.

Los puertos secos han entrado a formar un eslabón en la logística internacional y en la cadena de suministro, así se crea interdependencia entre el tráfico y la economía, mientras más fuerte sea la economía local y regional, el puerto seco tiene mayor importancia en la región, y entre más posicionado este el puerto seco la economía local y regional toma un mayor crecimiento.

Así, se exhorta al Ejecutivo federal, a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y al Gobierno Constitucional de Michoacán de Ocampo, para que sea considerado un puerto seco en la ciudad de Lázaro Cárdenas.

Por lo anterior, sirve de argumento para realizar inversiones en el estado de Michoacán de Ocampo, por lo cual presento ante esta honorable asamblea la siguiente proposición con:

Punto de Acuerdo

Único. La Honorable Cámara de Diputados exhorta al Ejecutivo Federal, a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y al Gobierno Constitucional de Michoacán de Ocampo, para que sea considerado un puerto seco en la ciudad de Lázaro Cárdenas.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputado Agustín García Rubio

DE LA DIPUTADA YOLANDA GUERRERO BARRERA CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL IMSS A AJUSTAR AQUELLAS RETENCIONES DE LA NÓMINA Y PENSIONES DEL PERSONAL DE CONFIANZA Y JUBILADOS PARA QUE NO EXCEDAN LO PERMITIDO POR LA LEY

La suscrita, diputada Yolanda Guerrero Barrera, coordinadora de los diputados de Michoacán del Grupo Parlamentario de Morena, 5° distrito, en la LXIV Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6, numeral 1, fracción I, artículo 79, numeral 1, fracción II, y numeral 2, fracciones I y II, del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración del pleno la proposición con punto de acuerdo, al tenor de los siguientes:

Antecedentes y Consideraciones

En el marco de los trastornos económicos resultado de la pandemia de coronavirus, debe atenderse urgentemente la violación a la Ley Federal del Trabajo, que en sus artículos 110 y 111 señala que el monto máximo de retención hecho a algún trabajador de su nómina o pensión en ningún caso podrá ser mayor al treinta por ciento del excedente del salario mínimo.

Esto, en el marco de un convenio de colaboración celebrado el 11 de mayo de 2015 por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) a través de la Coordinación de Gestión de Recursos Humanos y de algunas instituciones financieras: **Sociedades Financieras de Objeto Múltiple Empresas No Reguladas**, (Sofom E.N.R.) y **bancos comerciales**. Este convenio de colaboración **tiene como objeto ofrecer y otorgar créditos personales** a los trabajadores de confianza en nómina ordinaria y de mando, estatuto de trabajadores de confianza "A" (**Anexo Técnico A**) **jubilados y pensionados del "instituto" (Anexo Técnico B)**; y a los pensionados al amparo de la Ley del Seguro Social de 1973 con pago del préstamo con cargo a su nómina y/o pensión (**Anexo Técnico C**).

Dentro de este mecanismo participan como **proveedores financieros a nómina de trabajadores y con retención a través del IMSS, con convenio de colaboración, 42 entidades financieras: 38 son Sofom E.N.R.** (entidades que no pueden captar recursos del público en general) y **cuatro instituciones bancarias, reguladas** todas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Para control y administración del Convenio de Coordinación celebrado entre el IMSS y las instituciones de crédito, **el IMSS diseñó una plataforma digital, un portal con clave única de acceso a todas las instituciones con convenio: Sofom E.N.R. y bancos.** Con esto se debió haber garantizado la correcta y puntual aplicación del convenio.

Presumiblemente por corrupción existió una manipulación de esta plataforma de proveedores del servicio financiero, **que permitió ampliamente la instalación manual de créditos fuera de la plataforma, y en violación de la Ley Federal de trabajo, permitió montos superiores a los que señala dicha Ley, en sus artículos 110 y 111.**

Esto, en detrimento de los trabajadores, ya que **el IMSS ha permitido y operado la retención al trabajador en exceso del límite de Ley** y ha instalado más de dos créditos y en algunos casos hasta cuatro créditos por jubilado, lo que provoca un alto índice de endeudamiento y la consecuente carencia de liquidez y, en muchos casos, los trabajadores **sufren de retenciones de hasta el 70% o más**, del ingreso de nómina o de pensión; **Este hecho es absolutamente contrario a la ley** y se manifiesta de forma consistente en los segmentos de personal de confianza y jubilados IMSS.

En el marco de la aparición del COVID-19, enfermedad causada por un virus específico (SARS-CoV-2) y derivado a su profundo impacto en las relaciones sociales, laborales y en la economía nacional y mundial, y en congruencia con las políticas públicas del gobierno federal y del mismo IMSS, **el Banco de México publica su**

Circular 13/2020 en el Diario Oficial de la Federación del día viernes 17 de abril del 2020, mediante la cual se suspenden temporalmente los cobros de algunos créditos y en concordancia con dicha circular, el IMSS ha tomado el acuerdo para suspender las retenciones a cualquier nómina hasta el mes de agosto del 2020; **con el retorno a la nueva normalidad no se deben permitir las retenciones en exceso del 30% que permite la Ley.**

Señalo, de manera informativa, **la corresponsabilidad del IMSS** que, de acuerdo al propio convenio de coordinación, cláusula Décima, cobra un porcentaje por **“la gestión de administrar, operar, registrar y controlar los préstamos de los sujetos de la cláusula Segunda del presente convenio, el 0.5% (cero punto cinco por ciento) más IVA por cada retención”**, así como la obligación de las instituciones financieras de suscribir un “permiso de uso temporal revocable de acceso Itinerante” en cuya cláusula segunda se establece que el “Permisionario se obliga a **pagar al Instituto un cuota de recuperación, por el acceso de sus agentes promotores a los inmuebles institucionales, por el equivalente al 1% (uno por ciento) de los ingresos mensuales brutos que el instituto transfiera como parte de las retenciones que realice, para el caso de los trabajadores ... más los impuestos que en su caso le sean aplicables conforme a la ley de la materia.”** **De tal manera que el instituto conserva el 1.5% (uno punto cinco por ciento) más impuestos del total retenido.**

Las retenciones hechas en exceso a lo señalado por la Ley son en detrimento de la clase trabajadora y en contravención de la Ley Federal del Trabajo.

Solución integral a través del Banco del Bienestar:

Derivado de los ajustes que se deben originar, **se propone que el Banco del Bienestar participe decididamente**, en su carácter de banca social, ya que “promueve y facilita el ahorro entre los mexicanos, dentro y fuera del país, así como el **acceso al financiamiento de primer y segundo**

piso de forma equitativa para personas físicas y morales, impulsando así la inclusión financiera, misma que realiza con perspectiva de género y tomando en cuenta a comunidades indígenas”.

Asimismo, se señala que el mismo Banco del Bienestar prevé su propia participación, reconociendo sus alcances y proponiendo mejorar los casos en los que: “el acceso a los servicios bancarios se da en condiciones desfavorables”, toda vez que las tasas de interés, en este caso, son muy elevadas, se propone su participación para reducir las mismas.

En este caso, para generar las condiciones financieras de esta transición, **es pertinente que celebre un convenio de coordinación con el IMSS**, que permita el intercambio de información, que permita el tránsito de **créditos otorgados a nóminas de trabajadores por instituciones privadas que han violentado la Ley, y que sea el Banco del Bienestar** el que proponga la mejor solución atendiendo el principio enunciado “**de manera directa a través de una amplia red de sucursales, y de forma indirecta mediante convenios o alianzas institucionales y comerciales con corresponsales y empresas privadas, así como con cooperativas y cajas de ahorro**”. Todo ello con la finalidad de ser “el banco de los mexicanos”.

Por lo expuesto someto a consideración de esta soberanía el siguiente:

Punto de Acuerdo

Primero. - La Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) a ajustar, de aquellas retenciones de la nómina y pensiones, todas las que excedan lo permitido por la Ley, ciñéndolas, rigurosamente, a lo señalado como límite máximo, del personal de confianza y jubilados del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Segundo. - La Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, al Banco del Bienestar a participar de manera

activa en la solución integral y regularización del mercado de préstamos a nómina de trabajadores del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), toda vez que es la instancia pertinente y es la única que garantiza evitar conflicto de intereses. Se exhorta a que explore, al lado del instituto, la pertinencia de celebrar un convenio de coordinación y establecer los mecanismos que permitan a los usuarios de estos servicios financieros, a transitar a un esquema viable de solución definitiva.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 10 de diciembre de 2020

Diputada Yolanda Guerrero Barrera

morena

DEL DIPUTADO JOSÉ RICARDO DELSOL ESTRADA CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE SOLICITA UNA AUDITORÍA A LA SECRETARÍA DE SALUD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ REFERENTE A LOS AÑOS 2017, 2018, 2019 Y 2020

El que suscribe, José Ricardo Delsol Estrada, diputado de la LXIV Legislatura del Congreso de la Unión e integrante del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 6, fracción I y 79, numeral 2, fracción II, del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a la consideración de esta honorable asamblea, la presente propuesta con punto de acuerdo para que se solicite una auditoría a la Secretaría de Salud del Estado de San Luis Potosí y, a la vez, se haga un exhorto al gobernador de la misma entidad federativa, al tenor de la siguiente:

Exposición de Motivos

Derivado de las manifestaciones de los trabajadores del Hospital Central Dr. Ignacio Morones Prieto -ubicado en mi entidad de San Luis Potosí- el pasado 1º de diciembre del 2020,

cuando los médicos, especialistas, enfermeros (as), radiólogos, personal administrativo y otros más, salieron a protestar por la falta de pago de nómina -de lo ya laborado- así como para exigir diversas prestaciones de ley, omisiones que significan un verdadero atropello a sus derechos constitucionales y laborales con afectaciones a sus familias; ellos son quienes día a día atienden a los pacientes que padecen muchas enfermedades a las que ahora se suma la de COVID-19, pandemia que enfrentan arriesgando su vida. Este esfuerzo es ignorado por la Secretaría de Salud de San Luis Potosí y por el gobierno del estado, pues no velan por evitar estas situaciones tan penosas en contra de nuestro personal del sector salud en general, pese a que se trata de un presupuesto ya etiquetado y considerado para estas partidas, que son destinadas para el pago de salarios y de otros beneficios, que muy merecidos tienen por el hecho de dar toda su capacidad, entrega y profesionalismo día a día a favor de los tantos pacientes que llegan a dicho Hospital Central.

La salud es un derecho consagrado en nuestra Carta Magna. Médicos, enfermeras (os) y demás personal han velado porque cada uno de los pacientes que se encuentran día a día en dicho hospital mejoren y salven sus vidas, por lo que es reprochable que jueguen con sus salarios y sus prestaciones, motivo por el cual se solicita de manera urgente al gobernador de San Luis Potosí y a la titular de la Secretaría de Salud de esa entidad federativa, que informen acerca de las causas, motivos y circunstancias de las graves faltas que se cometen contra este sector, ya que, insisto, ya existía un presupuesto otorgado para tal efecto. Por ello, el personal salió con justa razón a dicha manifestación que vino a afectar y paralizar calles y avenidas del estado de San Luis Potosí.

En agosto y septiembre del 2020, puntualizo, solicité auditar a la Secretaría de Salud de San Luis Potosí por los presuntos actos irregulares en la contratación de servicios de salud y desvío de recursos públicos.

Se remitieron elementos de prueba que obran en poder de la Auditoría Superior desde 2017 hasta 2020, para que esta instancia cuente con los

debidos datos para la solicitud en mención, estas pruebas se giraron para sustanciar la denuncia hecha por el suscrito con fecha 8 de septiembre del 2020 vía correo (links) a la Auditoría Superior de la Federación.

Lo anteriormente mencionado fue soportado de acuerdo con lo que señala el artículo 60 de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, que a la letra dice:

“Las denuncias que se presenten deben estar fundadas con documentos y evidencias mediante los cuales se presume el manejo, aplicación o custodia irregular de recursos públicos o de su desvío, en los supuestos establecidos en esta Ley.”

Por ello, haciendo uso de mis facultades como diputado federal del distrito IV de San Luis Potosí, y preocupado por estas graves faltas, solicito que de manera urgente se audite y se investigue a la Secretaría de Salud de San Luis Potosí y se exhorte al gobierno del estado a resolver estos casos evidentes y penosos, ya que se requieren de acciones certeras y efectivas para su pronta solución para beneficio del personal del sector salud y se den los resultados de la auditoría referente a los años 2017, 2018, 2019 y 2020, solicitados por los presuntos actos irregulares en la contratación de servicios de salud y desvío de recursos públicos arriba citados.

Por todo lo anteriormente expuesto, se somete a consideración de esta honorable soberanía el siguiente:

Punto de Acuerdo

Primero.- La Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión solicita urgentemente se investigue y se audite a la Secretaría de Salud de San Luis Potosí, y se den a conocer los resultados de la misma referente a los años 2017, 2018, 2019 y 2020, por los presuntos actos irregulares en la contratación de servicios de salud, desvío de recursos públicos, asimismo se audite y se den a conocer los resultados sobre la falta de pago de

nómina a las trabajadoras (es) del sector salud de la mencionada entidad federativa.

Segundo.- La Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión exhorta al Gobierno del Estado de San Luis Potosí, por los motivos dados el 1° de diciembre del 2020, sobre la falta de pago de nómina a las y los trabajadores del Hospital Central Dr. Ignacio Morones Prieto ubicado en San Luis Potosí, que ya estos trabajadores habían laborado, así como de diversas prestaciones a las que tienen el derecho de conformidad con los postulados constitucionales y de la ley laboral, y que el gobierno del estado se apegue al marco constitucional, laboral y a la observancia plena de la legalidad, transparencia y seguridad jurídica de los mismos, así como se repare el daño causado a médicos, enfermeras (os) y demás personal adscrito a dicho hospital.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputado José Ricardo Delsol Estrada

morena

DEL DIPUTADO DAVID BAUTISTA RIVERA CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA A LA SEP A INCLUIR EN SUS PLANES DE ESTUDIO EDUCACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

El suscrito, David Bautista Rivera, diputado federal del Grupo Parlamentario de Morena en la LXIV Legislatura del honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 6, numeral 1, fracción I y 79, numeral 1, fracción II, y numeral 2, del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta honorable asamblea el presente punto de acuerdo, con base en las siguientes:

Consideraciones

El objetivo de esta proposición es que se logre una educación integral de visión completa y exhaustiva en cada uno de los estudiantes, enfocada en la paridad de género y hacerles crecer con una perspectiva equitativa entre hombres y mujeres. Con esto se busca reducir tanto las tasas de violencia de género -problema en crecimiento en nuestro país- como sus repercusiones en el ámbito laboral, educativo, cultural y político.

Indiscutiblemente, una educación con perspectiva de género es fundamental para erradicar la violencia en contra de la mujer, la cual radica en la misoginia naturalizada y practicada en todos los sectores de la sociedad, tanto en casa como en el trabajo, la calle y hasta en las mismas escuelas.

Una causal empieza en la educación temprana y genera todo tipo de inequidades, que van desde los estereotipos de género, hasta llegar a su máxima expresión de odio como lo es un feminicidio. Reflejando datos alarmantes: 405 casos en el país tan solo entre el 16 de marzo y el 30 de abril de este año,¹ pasando por la brecha salarial que va en aumento y que ha sido registrada en el 2020 por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación

¹ Infobae “Feminicidios en México: el 63% de los asesinatos de mujeres fueron cometidos por el crimen organizado” [En Línea] [Fecha de Consulta 01 de diciembre de 2020] Disponible en:

<https://www.infobae.com/america/mexico/2020/07/09/feminicidios-en-mexico-el-63-de-los-asesinatos-de-mujeres-fueron-cometidos-por-el-crimen-organizado/>

(Conapred) asegurando de las mujeres reciben un salario 34.2% menor que el de los hombres.²

Cabe señalar que, de acuerdo con los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), una de cada dos mujeres ha sufrido violencia por parte de su pareja actual o más reciente; cuatro de cada diez mujeres han vivido, al menos una vez a lo largo de su relación, insultos, amenazas, humillaciones y otras ofensas de tipo psicológico o emocional. A éstas les siguen las de tipo económico, tales como el control o el chantaje, mientras que las agresiones corporales y sexuales se ubican por debajo de aquellas.³

Esta situación se ha convertido en un problema serio en el país, ya que la violencia contra las mujeres que viven en México ha aumentado de manera alarmante, pues según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), el 2019 fue el año más violento para las mujeres en al menos 30 años, llegando a 3,893 casos de asesinatos.⁴

La raíz de este problema se da en la existencia de barreras de género que dificultan el desarrollo personal de la mujer en el ámbito social y educativo. Dichas barreras están asociadas, entre otros factores, a los diferentes roles y estereotipos de género que se van adquiriendo a lo largo de la vida de mujeres por diferentes agentes de socialización, iniciando desde el hogar y posteriormente en la escuela.

Justamente, es en la escuela donde es posible observar y analizar la existencia de una evidente falta de información en educación básica que refiere a la equidad de género. Dicha ausencia de información, aparte de la opresión ejercida, crea muchos mitos o falsas creencias alrededor del tema, es decir, creencias como que la mujer solamente debe tener como objetivo el trabajo doméstico y la crianza de los menores, dejan en desventaja a las niñas y las hacen más propensas a la deserción escolar, siendo la principal razón por la cual las niñas dejan de ir a la escuela junto con el embarazo infantil y la menstruación.



Fuente: <https://www.infobae.com/america/mexico/2020/09/28/llamadas-a-911-por-violencia-contra-mujeres-alcanzaron-maximo-historico-en-2020/>

² Conavim “Brecha salarial, una de las grandes barreras para la igualdad de género” [En Línea] [Fecha de Consulta 01 de diciembre de 2020] Disponible en:

<https://www.gob.mx/conavim/articulos/brecha-salarial-una-de-las-grandes-barreras-para-la-igualdad-de-genero?idiom=es>

³ Inegi ““Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer” [En Línea] [Fecha de Consulta 01 de diciembre de 2020] Disponible en:

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/violencia2018_Nal.pdf

⁴ Infobae “Violencia contra las mujeres en México: 2019 rompió el récord de asesinatos con 3,893 crímenes” [En Línea] [Fecha de Consulta 01 de diciembre de 2020] Disponible en:

<https://www.infobae.com/america/mexico/2020/10/29/violencia-contra-las-mujeres-en-mexico-2019-rompio-el-record-de-asesinatos-con-3893-crmenes/>

Estas situaciones reflejan que el ausentismo escolar en México es una situación de cuidado, según datos del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE), el 16.2% de la población que se encontraba estudiando en escuelas privadas corría el riesgo de abandonar la escuela; este dato se torna relevante no sólo por el índice en sí mismo sino porque en la escuela pública el porcentaje de riesgo es del 14.7% lo cual indica la magnitud del problema en la actualidad.⁵

Por otro lado, es importante señalar que en las escuelas se impide a los alumnos, en muchos casos, contextualizar y observar el problema de fondo, el ambiente y las causas reales de una situación. Ello provoca, como se ha remarcado, que el porcentaje de mujeres que sufren violencia de manera cotidiana se eleve diariamente y genere en ellas un ambiente de inseguridad e inestabilidad.

Debido a la vigente situación de violencia hacia las mujeres que se vive en el país, es necesaria una propuesta de formación que pueda responder al contexto social dentro y fuera de las aulas, dotando de concientización ante las problemáticas de género actuales y la dinámica propositiva ante las complicaciones anteriormente mencionadas.

Además, es menester tener en cuenta que la educación tiene que obedecer a las necesidades que se experimentan en el país, capacitando y formando a sus docentes y estudiantes para poder lidiar con los retos que se enfrentan día a día en la interacción social.

Es evidente que se han dado varios intentos por mejorar en general la educación en el país. Ejemplo de ello son las múltiples reformas educativas que han acaecido en los últimos 20 años. Sin embargo, son compuestas por programas insuficientes, proyectos inservibles y alegorías al “yo”, que han causado más daños que beneficios.

Por ejemplo, en 1997 se reformó el programa educativo para darle prioridad a la enseñanza de español, matemáticas, sin dejar de lado los conocimientos sociales, del entorno natural, psicológicos e individuales. Esta reforma cambió en el 2000, se impulsó una nueva visión educativa que, aunque no reformó la ley, en la práctica trató de implementar novedades para crear la Nueva Escuela Mexicana. Para el siguiente sexenio, de nueva cuenta se registró un cambio en la política educativa, ahora con la llamada Reforma Integral de la Educación Básica (RIEB), la cual planteó como principal eje la homologación curricular entre todos los niveles para darle prioridad a las competencias con la prueba **Enlace** para los alumnos.

Sirvan de ejemplo los resultados de la evaluación PISA 2018, donde estadísticamente no hay cambios significativos del año 2000 al 2018. La causa principal, identificada por el secretario de Educación Pública, Esteban Moctezuma, por la cual no ha habido crecimiento en el sector educativo durante esos 18 años, además de las reformas educativas deficientes, antes mencionadas, es la corrupción.⁶

Así pues, urge no sólo modificar el estandarte político, los discursos públicos o los espacios legales, sino también la estructura educativa que ha replicado incesantemente dichos modelos. Es necesario mejorar la forma de incorporación, desde el papel que ocupa la mujer en su estrato socioeconómico, hasta la relación con el lugar cultural que se les asigna por el hecho de ser mujeres. La perspectiva de género nos permite un replanteamiento de la visión androcéntrica en cada estructura de la sociedad, otorgando el lugar equitativo de cada individuo independientemente de lo que los estereotipos de su género le dicten.

Con una educación con perspectiva de género se podrá dar una trayectoria de empoderamiento de la

⁵ “El fenómeno de la deserción escolar: un análisis sobre su panorama actual en México” [En Línea] [Fecha de Consulta 01 de diciembre de 2020] Disponible en: <https://www.fuimospeces.mx/single-post/2019/08/10/desercionescolar>

⁶ “De Fox a EPN, la educación en México se quedó estancada” [En Línea] [Fecha de Consulta 02 de diciembre de 2020] Disponible en: <https://poderciudadanoradio.com/de-fox-a-epn-la-educacion-en-mexico-se-queda-estancada/>

mujer y niña mexicana, y para alcanzar este objetivo, se deben tomar en cuenta diversos temas puntuales:

- Educación emocional, ligada al consentimiento.
 - Comunicación y expresión corporal
 - Autocuidado y autoconocimiento
- Conciencia sobre los roles de género, sexualidad e identidad.
 - Conocimiento del cuerpo
 - Estereotipos y roles de género
 - Reconocimiento de las problemáticas sociales en relación con el sexo/género.
 - Violencia hacia las mujeres
 - ¿Qué es abuso sexual?
- Capacitación a las personas docentes
 - Concientizar al cuerpo docente sobre la situación de violencia vivida en el país; organizar prácticas que puedan ayudar al autoconocimiento de los estudiantes, a mejorar sus relaciones intra e interpersonales; reconocer y actuar sobre el entorno y proponer soluciones ante problemáticas cotidianas, que, si son expuestas y reflexionadas desde la educación temprana, pueden marcar un cambio significativo en la ciudadanía.
 - Reconocimiento de la individualidad y relación de la comunidad estudiantil con su entorno.
 - Mejoramiento del ambiente académico en el aula.
 - Incorporación de la comunicación asertiva entre alumnos y profesores al tratar situaciones que requieran una resolución con perspectiva de género.
 - Generación, análisis y aplicación de medidas de prevención para evitar o reducir

índices de violencia sexista o sexual en el aula.

Como resultado se busca que el desarrollo emocional del estudiante se vea favorecido, asimismo, que haya una escucha y acompañamiento por parte del docente, de compañeros y de la misma familia del alumno al darle las herramientas necesarias para poder expresar lo que siente, piensa, le emociona e incluso le duele. De esta manera, se logrará una formación de mexicanas y mexicanos más conscientes de sí mismos, que tengan presente siempre la importancia del bienestar anímico y de la salud mental.

En ese contexto, la tendencia internacional va dirigida a reconocer cada vez más la importancia de dotar a los jóvenes de los conocimientos y las habilidades que necesitan para tomar decisiones responsables con sus vidas. Por ejemplo, en España, a partir de los últimos 15 años, se ha tenido un considerable interés respecto a la educación emocional.

De ahí que en algunas ciudades españolas existen centros, grupos y hasta universidades que basan sus estudios en la inteligencia emocional llevada a la educación. En Andalucía está el grupo Málaga, el cual es de los más productivos en inteligencia emocional y en Asturias la Universidad de Oviedo. La Universidad de Cantabria se encargó de evaluar este programa de 2006 a 2011 y los resultados obtenidos fueron: mejora de asertividad y manejo de estrés, disminución de comportamientos y actitudes violentas, disminución de la ansiedad y mejor rendimiento académico. Y ejemplos como estos se encuentran a lo largo de todo el país.⁷

En sintonía con España, Uruguay también implementó la educación emocional con el programa “Educación Responsable” de la fundación Botín (España). Programa que, iniciado

⁷ “Situación de la educación emocional en España: aportaciones y niveles de análisis” [En Línea] [Fecha de Consulta 02 de diciembre de 2020] Disponible en:

http://www.ub.edu/grop/wp-content/uploads/2014/03/Rafel_Bisquerra.pdf

hace más de una década, ha brindado sus herramientas a más de 300 colegios en España.⁸

Precisamente, expertos de esta fundación se encargaron de formar alrededor de mil docentes uruguayos y en 2018 se trasladaron para empezar a capacitar en Chile. El programa de educación emocional alcanzó en el 2019 a unos 10.000 alumnos de Uruguay en 40 escuelas.⁹

En conclusión, la educación, al ser pilar y base principal del proceso de aprendizaje de una persona, debe de ser impartida con consciencia de las problemáticas sociales que nos aquejan a todos como mexicanos.

Nos vemos en la obligación, como sociedad responsable de su entorno, y con dirigentes conscientes de la situación, de desarrollar políticas públicas de prevención que ataquen el problema de raíz desde la educación.

Es por esto que la información proporcionada a los estudiantes en proceso de formación, debe cumplir con el debido estándar que propicie un desarrollo equitativo, para asegurar la mejora de la calidad vida de los mexicanos, con una vida libre de estereotipos y violencia a través de las herramientas que una educación con perspectiva de género nos ofrece.

Asimismo, la labor del docente en cualquier nivel educativo es de suma importancia para que los estudiantes interioricen y aprendan los temas que se proponen a lo largo de la etapa escolar; en este caso, una educación con perspectiva de género no es la excepción. Es por esto que formar y actualizar a los docentes en este tema es prioritario, ya que la capacitación continua está destinada a incrementar las habilidades, conocimientos y herramientas del docente para impartir y poder brindar acompañamiento en la educación con perspectiva de género.

Por lo anteriormente expuesto, someto a consideración de esta soberanía el siguiente:

Punto de Acuerdo

Único. La Cámara de Diputados exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Educación Pública a incluir en sus planes de estudio educación con perspectiva de género para atender la problemática presentada por la violencia de género.

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de diciembre de 2020

Diputado David Bautista Rivera

morena

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, LXIV Legislatura

Enlace Parlamentario, órgano informativo del Grupo Parlamentario de Morena

Director: Diputado Pablo Gómez, coordinador de Procesos Parlamentarios

Editor: Edgar García Santibáñez Covián
50360000 Ext. 61570

enlaceparlamentariomorena@gmail.com

Coordinador General del GP Morena:
Diputado Moisés Ignacio Mier Velazco

Vicecoordinadora General del GP Morena:
Diputada Tatiana Clouthier Carrillo

⁸ BBC “Cómo en Uruguay enseñan la inteligencia emocional a miles de niños "para los trabajos del futuro"” [En Línea] [Fecha de Consulta 02 de diciembre de 2020] Disponible en:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-47570355>

⁹ Ibídem.