

VOTO24 Usan partidos laxitud del Código

Aprovechan retraso de ley

Colocan propaganda en espacios que son prohibidos, gracias a lagunas legales

ALEJANDRO LEÓN

Los partidos políticos de la CDMX aprovechan la laxitud del Código Electoral local para colocar propaganda en lugares donde lo prohíbe la Ley de Publicidad Exterior.

Dicha Ley no permite colocar anuncios en lugares como postes de señalización vial, de electricidad, telefonía o, incluso, bardas, lonas o amarrada en mallas.

Si bien señala que la propaganda política se regirá por las leyes electorales, el Código Electoral de la CDMX tiene un abanico extenso para que sea instalada en la vía pública.

Pues indica que “no tendrá más límite” su instalación que el respeto a la ciudadanía, las instituciones, al medio ambiente y al paisaje urbano.

“Podrá colgarse en elementos del equipamiento urbano, bastidores y mamparas, siempre que no se dañe el equipamiento, se impida la visibilidad de conductores de vehículos, se impida la circulación de peatones, o ponga en riesgo la integridad física de las personas”, señala el Artículo 403 del Código.

Mauricio Huesca, consejero del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), señaló que el Código data desde 1996 y presenta un rezago frente a la Ley de Publicidad Exterior.

Apuntó que existe una confusión en la normatividad que es aprovechada por los partidos políticos para promocionar a sus candidatos.

“En la Ciudad de Méxi-

co tenemos una problemática de la norma, en el sentido de que la Ley de Publicidad Exterior riñe con la Ley Electoral, porque la Ley de Publicidad Exterior prohíbe la colocación de propaganda en mobiliario urbano”, declaró Huesca a REFORMA.

“Mientras que la Ley Electoral dice que es permitida la propaganda en elementos de equipamiento urbano”.

El consejero consideró necesario reformar el Código para que no haya ambigüedades al aplicar sanciones.

Además de que dicho cambio debe ir acompañado en generar una obligatoriedad a los partidos para que no hagan culto a sus candidatos en la propaganda que prolifera en las calles.

Mas bien, agregó, deberían priorizar el anunciar propuestas o cómo resolverían problemáticas como la inseguridad o atención al medio ambiente.

“La norma tiene que transitar hacia regular el tipo de campaña de publicidad exterior y el contenido, aunque queda a cargo de los propios partidos políticos”, subrayó Huesca.

Mauricio Huesca, consejero del IECM

La norma tiene que transitar hacia regular el tipo de campaña de publicidad exterior y el contenido, aunque queda a cargo de los propios partidos políticos”.





Diego Gállegos

■ Según el Código Electoral, está prohibido colocar anuncios en lugares como postes de señalización vial y de electricidad.

