

Iniciativa con proyecto de Decreto, mediante la cual se reforman o adicionan diversos artículos a la Ley de Transporte Público del Estado de Michoacán de Ocampo; además, se reforman o adicionan diversos artículos al Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, en materia de Publicidad Comercial y Propaganda Electoral

**DIP. ANTONIO DE JESÚS MADÍZ ESTRADA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO
PRESENTE.**

Quien ésta suscribe, Salvador Arvizu Cisneros integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en la Septuagésima Cuarta Legislatura del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 36 fracción II de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo; además, con el derecho que me confiere el artículo 8 fracción II y cumpliendo con el artículo 235 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, presento, **Iniciativa con proyecto de Decreto, mediante la cual se reforman o adicionan diversos artículos a la Ley de Transporte Público del Estado de Michoacán de Ocampo; además, se reforman o adicionan diversos artículos al Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo en materia de Publicidad Comercial y Propaganda Electoral**, de conformidad con la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS:

Los gobiernos de los estados y los municipios, tienen la obligación constitucional, derivada de los artículos 115, 116 y 124 de la Carta Magna, de proporcionar determinados **servicios públicos**, entre otros: **agua potable, drenaje y alcantarillado, alumbrado público, mercados, panteones, el rastro, las calles,**

la seguridad pública y transporte público; de los servicios públicos mencionados anteriormente, algunos como la Seguridad, definitivamente deberá ser prestada, por el Gobierno, de manera directa; en cambio otros, como **el servicio público de transporte, sin renunciar a su obligación constitucional**, puede prestarlo a través de personas físicas o morales, con **vehículos autorizados, para trasladar a personas, equipaje y carga, por calles y caminos de jurisdicción estatal**, en las condiciones que señalan los artículos 7 y 10 de la **vigente** Ley de Comunicaciones y Transporte y su Reglamento; las condiciones a las que se refieren los artículos citados anteriormente, están incluidas en las figuras jurídicas, **Concesión y Permiso**, según las definiciones establecidas en los artículos 8 y 9 de la Ley antes mencionada.

Es importante recalcar y entender claramente, dos realidades de la Concesión y el Permiso: **1)** Estas figuras jurídicas, son de Derecho Público, o sea, ninguna empresa privada o persona particular, podrán demandar o tener derechos de propiedad, sobre estas figuras; **y, 2)** Tanto la Concesión como el Permiso, siempre serán **autorizados** por el Gobernador, como actos **unilaterales** de Derecho Público, conforme lo señala el artículo 8 de la Ley de Comunicaciones y Transportes del Estado, a fin de satisfacer una necesidad de interés social **y una obligación del Ejecutivo Estatal**

Sin embargo, para que la Concesión y el Permiso de Servicio Público de Transporte cumplan con el objetivo social de satisfacer una necesidad o interés público, el Gobernador tendrá la facultad de ***“cancelar o modificar dichas concesiones y permisos a las personas físicas o morales para la prestación de dicho servicio, sin más limitaciones que las que imponga el interés público”***, conforme lo prescribe el artículo 16 de la ley antes mencionada.

Respetables diputadas y diputados; desde mi punto de vista, hay una confusión general, incluso en muchos concesionarios o permisionarios del Servicio de Transporte Público, sobre dichas autorizaciones; por eso, voy a permitirme

exponerles, brevemente, el origen y verdadero significado, de las palabras Concesión y Permiso.

La etimología del sustantivo español, **concesión**, proviene de la palabra latina, *concessio-onis* (con pronunciación conchesio - conchesionis); y tanto la palabra latina, como la correspondiente en español, son compuestas por el **importantísimo** prefijo **“Con”** (que significa Junto o en Unión), que **establecerá la condición de “acompañamiento o coparticipación”, en la palabra**; además, la raíz **“Cessum”**, participio del verbo **“cedere”** (chedére) o **“Ceder”** en nos da la palabra Conceder o Permitir; y finalmente el sufijo **“sión”** que significa *“la acción o el efecto de”*¹; **en resumen**; debemos entender correctamente, la palabra Concesión, que proviene del verbo Conceder o sea, es **ceder algo, PERO, “con o junto con alguien”**; en el caso del Transporte Público, el Gobierno **CEDE** su obligación a los particulares, para que **junto a él, por el derecho de control que tiene sobre la Concesión, presten dicho servicio**; por tanto, **no hay una Cesión total o entrega** en propiedad, **porque es un servicio que prestan los particulares, compartido con el Estado y dada su utilidad pública, es del ámbito del Derecho Público.**

En este mismo sentido, el maestro Jorge Fernández Ruiz refiere que la **concesión** es: *“El mecanismo mediante el cual, **quien tiene la titularidad** de determinadas atribuciones y facultades, o de ciertos bienes y derechos, delega su ejercicio o aprovechamiento en favor de un tercero”*²

En la definición anterior, se observa que ha sido incluida la palabra **“delega”** o **delegación**, utilizada por el maestro Fernández Ruiz para explicar que dicha expresión deriva del verbo delegar que ha sido utilizada desde el siglo XIII en el sentido de transmitir una orden o un mandato³

¹ La palabra **Concesión** fue analizada en el *Diccionario Nuevo Valbuena o Diccionario Latino Español*, corregido y aumentado por Don Vicente Salvá, Quinta Edición, Librería De Mallen y Sobrinos, Valencia, España, 1843; Además, los prefijos y sufijos fueron tomados de Etimologías de Chile. Net.

² Fernández Ruiz, Jorge, Derecho administrativo. Contratos, México, Porrúa, UNAM, 3a. ed., 2009, p. 394

³ Corripio, Fernando, op. cit., p. 136.

Si bien la doctrina es ampliamente uniforme en entender **que** la concesión, **en sí misma, no es un derecho de particulares; más bien, es** un instrumento para la transmisión de ciertos derechos, **a quien se le ha concedido**; no lo es en cuanto a su naturaleza jurídica, pues habría que señalar que ésta tendrá que otorgarse de forma unilateral, por el Ejecutivo del Estado, dentro del ámbito del derecho administrativo público.

La concesión es un mecanismo que involucra la potestad del Estado para autorizar a un particular (persona física o moral), el manejo y explotación de un servicio público o la explotación y aprovechamiento de bienes del dominio del Estado, modificando con ello, la propia función de ser prestador originario o directo a ser supervisor de la prestación de un servicio público o en su caso de la explotación, de un bien de propiedad estatal, teniendo presente siempre la clase de bienes y/o servicios públicos que pueden ser objeto de concesión; sin embargo, siempre se tomará en consideración, que las facultades del Estado para otorgar concesiones no son irrestrictas, pues se encuentran restringidas en algunas áreas y bienes del dominio público.⁴

Hasta ahora, hemos analizado las obligaciones, facultades y derechos del Estado; ahora surge una pregunta **¿Entonces, qué derechos adquiere el concesionario o permisionario?** Los derechos que el Estado transmite al particular mediante *La Concesión* son:

- 1. Derechos para el uso o aprovechamiento de inmuebles nacionales.*
- 2. Derechos para la prestación de un servicio público.*
- 3. Derechos mixtos, que es la prestación de un servicio público utilizando para el propósito bienes nacionales, en su caso, estatales o municipales.⁵*

⁴ <http://cesmdfa.tfja.gob.mx/investigaciones/historico/pdf/laconsecionadministrativa>

⁵ Jorge Vargas Morgado. MARCO CONSTITUCIONAL DE LAS CONCESIONES ADMINISTRATIVAS (ARTÍCULO 28)

Para reafirmar lo anteriormente expuesto, sobre la materia que nos ocupa y motivo principal de la presente Iniciativa, debemos a mencionar el criterio doctrinal que para el caso de la Concesión Pública, Celso Antonio Bandeira de Mello, señala: *“La institución a través de la cual el Estado atribuye el ejercicio de un servicio público a alguien que acepta prestarlo en nombre propio, por su cuenta y riesgo, en las condiciones fijadas y alterables unilateralmente por el poder público, pero bajo la garantía contractual de un equilibrio económico-financiero, siendo remunerado por la propia explotación del servicio, en general y básicamente, mediante tarifas cobradas directamente a los usuarios del servicio público.”*⁶

➤ **Definición Jurisprudencial**

Por otra parte, no debemos olvidar el criterio del Tribunal Federal de Justicia Administrativa, plasmado en la tesis XV. 4º. 8ª, en materia administrativa, derivada del Amparo directo 341/2044. Transportes Imperiales, S. de R.L. de C. V. , que emite la Suprema Corte de Justicia de la Nación y publicada por el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta⁷; en la misma, que son señalados esencialmente los puntos torales **de la definición de servicio público**, así como sus notas características; dicha tesis, no forma jurisprudencia (seguramente por no existir mayores discrepancias en cuanto a su contenido); **sin embargo**, nos parece bastante completa como marco referencial de lo que debe entenderse por servicio público, por lo que la reproducimos en esta Exposición.

⁶ Bandeira de Mello, Celso Antonio, Curso de derecho administrativo, México, Porrúa, UNAM, 1a. ed. En español, 2006, p. 625.

⁷ Tesis: XV.4o.8 A. Página: 1538, No. Registro: 177,794, Tesis aislada, Materia (s): Administrativa Novena Época, Instancia: Tribunales, Colegiados de Circuito, Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XXII, Julio de 2005, CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO DEL DÉCIMO QUINTO CIRCUITO, Amparo directo 341/2004. Transportes Imperiales, S. de R.L. de C.V. 21 de abril de 2005. Mayoría de votos; unanimidad en relación con el tema contenido en esta tesis.

“EL SERVICIO PÚBLICO. SUS NOTAS CARACTERÍSTICAS”

“Aunque la doctrina no ha logrado un consenso respecto del concepto de servicio público, es factible construir definiciones aceptables, desde las siguientes notas características:

1. El servicio público debe consistir en una actividad prestacional, es decir, una actividad que tiende a otorgar a otros, un bien, un beneficio, etcétera, de cualquier naturaleza y, por lo tanto, beneficia a quien la recibe.

*2. Esta actividad **debe ser** asumida por la administración pública de manera expresa y concreta, lo que significa que es reservada en exclusiva en cuanto a la dirección y organización, a un órgano estatal y el ejercicio de esa actividad, por particulares, requiere de autorización previa del Estado expresada con un acto de autoridad. En este sentido, las actividades en las que se permite la concurrencia de particulares, sin requerir autorización, no son servicios públicos.*

3. La administración pública realiza la actividad de servicio público en forma directa o indirecta, valiéndose de la concesión, aunque la legislación mexicana no es consistente en la denominación que otorga a esta figura jurídica, puesto que en algunas leyes administrativas se emplea el término autorización, cuando se refiere a la prestación de un servicio público.

4. El servicio público siempre debe tender a la satisfacción del interés general.

*5. El servicio público se presta conforme a un régimen de derecho público, especial y propio que lo particulariza, específica e identifica frente a otras actividades administrativas y cuyas características son su generalidad, uniformidad, continuidad, regularidad, obligatoriedad y **subordinación a la administración pública**. Por lo tanto, no puede estar sujeto a un régimen de derecho privado en cuanto a su prestación”.⁸*

⁸ *Ibíd*em (7)

Como conclusión de la tesis en cita, podemos visualizar que el servicio público, en cuanto a su prestación, no puede sujetarse a un régimen de derecho privado, pues aun y cuando se haya concesionado el otorgamiento de dicho servicio a un particular, **el Estado es el titular originario de esta facultad**; por tanto, se entiende que el servicio público se presta por el Estado en forma indirecta.

A. EL CONCEPTO DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

Ahora analizaremos los conceptos específicos de la presente Iniciativa. Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se entiende por publicidad al *“conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. Y también, se entiende por la “Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios”, etc.*⁹

La definición de la real academia es tan genérica que poco aporta al concepto de publicidad, aunque etimológicamente significa **“la cualidad de ser pública”**, cualquier cosa; sin embargo, en la mercadotecnia moderna dicha palabra se usa para dar a conocer masivamente, cualquier producto, noticia, o hecho.

Habiendo realizado una investigación respecto a la “Publicidad”, nos encontramos que, el Estatuto de la Publicidad de 1964, aprobado y expedido por España, se aproxima más al concepto de publicidad, y es aún más puntual cuando la señala: *“como toda información comercial pagada por un individuo o una sociedad, cuya finalidad reside en atraer la atención del público hacia una determinada persona, producto o servicio, con el fin de promover de modo inmediato su contratación”*. Esta definición introduce una característica decisiva, a lo que se refiere como información pagada.

⁹ <https://dle.rae.es/publicidad>

Para una definición concisa, podríamos precisar que la publicidad es una forma de comunicación, que se realiza a través de diversos medios, y que va dirigida a un público al que se trata de persuadir o incitar al consumo de productos o servicios.

Ahora bien, de lo anteriormente señalado y aplicándolo a términos electorales, se habla de **propaganda electoral o publicidad proselitista**, pues tanto la palabra **propaganda** que significa “*propagar o difundir*”, como la palabra **publicidad** con el significado de “*hacer público*” van dirigidas a un grupo de ciudadanos, posibles votantes, para persuadirles o convencerlos, sea de una oferta política, candidato, partido o coalición, **como lo establece el artículo 199 numeral 3 del Acuerdo del Consejo Electoral del Instituto Nacional Electoral, publicado el 9 nueve de febrero del 2018 y que a letra dice:** “*Se entiende por propaganda electoral al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes con el propósito de presentar ante la ciudadanía, los candidatos registrados*”¹⁰; por tanto, esta actividad se enmarca dentro del proceso y campaña electoral de forma persuasiva para obtener el voto del ciudadano.

En abundamiento de lo anterior, **la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, define como propaganda:**

Artículo 211. 1. *Para los efectos de este Capítulo, se entenderá por propaganda de precampaña al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo de precampaña difunden los precandidatos con el propósito de dar a conocer sus propuestas y obtener la candidatura a un cargo de elección popular”*

¹⁰ Diario Oficial de la Federación, *Acuerdo General INE/CG04/2018 del Consejo Electoral del INE*, http://dof.gob.mx/nota_detalle_codigo5512750_fecha_09/02/18, México 2018.

Por su parte, el **Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo**, define a la **propaganda** en su artículo 169 quinto párrafo: “*Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía su oferta política*”.

Como hemos visto, tanto la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, como el Acuerdo del Consejo General del INE, mencionado anteriormente, definen lo que debemos entender como **propaganda**, en una campaña electoral.

Los medios que se emplean para la realización de la propaganda electoral pueden ser muy diversos y por distintos medios; sin embargo, se encuentran regulados con claridad y precisión en los dispositivos legales, antes mencionados, desde objetos promocionales (propaganda utilitaria) medios impresos, radiofónicos, televisivos y espectaculares en vía pública, hasta la publicidad digital y en medios electrónicos.

Es precisamente mediante dichos medios, por los que se accede a miles o millones de potenciales electores; sin embargo, tal pareciera que la argucia le gana a la norma y ante el vacío legal, los partidos políticos y candidatos, han venido aprovechándose de los vacíos legales y **usan** al transporte público como medio de propaganda electoral.

En todos los procesos electorales, anteriores, hemos visto cómo la propaganda electoral se llega a realizar mediante las unidades de transporte público, aprovechando un bien del Estado, **la Concesión**, para incidir y persuadir al electorado; un bien que, no se refiere a los vehículos transportadores, **sino a dicha figura de Derecho Público, otorgada para dar el Servicio de Transporte**.

Si bien, las leyes electorales, General, Estatal y el Acuerdo del Consejo General del INE **no prohíben, de manera clara y explícita, el uso de vehículos del**

transporte público, como medio de propaganda electoral, sin embargo, podemos descubrir, su prohibición, desde los dispositivos legales que regulan los medios de propaganda y concretamente, *“los conceptos integrantes del gasto para la obtención del apoyo ciudadano”*, que han sido determinados, especificados y delimitados, dentro de los topes del gasto de campaña, regulado por el artículo 198 del Acuerdo mencionado anteriormente; todos los conceptos que no están comprendidos en dicho artículo, tienen una prohibición implícita; por tanto, el uso de las unidades del Servicio de Transporte Público, en todas sus modalidades, no debería usarse para Propaganda Electoral.

Además, la indebida utilización del transporte público como medio de propaganda electoral, considero un acto de suyo agravante por ser un bien público, que, aún y cuando no puede considerarse como equipamiento urbano, sí es parte de los bienes del Estado, a través de la Concesión y el uso electoral, rompe la equidad en todo proceso electoral, puesto que realizar propaganda Electoral a favor de un Candidato, partido o coalición en el transporte público, debe ser considerado como una injerencia del Estado, **a través de la propaganda en el transporte público**, en favor de Candidato, partido o coalición.

Es indispensable reiterar, que el otorgamiento de una concesión de servicio público, para el transporte colectivo, como ya ha quedado claro, es un acto administrativo por el cual, el Ejecutivo del Estado, encarga o delega jurídicamente, a una persona física o moral, por un periodo de tiempo que previamente se debe ser bien establecido, la prestación y funcionamiento de un servicio público para la sociedad.

El Servicio Público que presta una persona física, en el caso del transporte, es denominada Concesionario y dicho servicio lo presta a cuenta propia y bajo su riesgo; a cambio de ello, percibe por la labor que desempeña la correspondiente remuneración, que en este caso consiste en el precio pagado por los usuarios desplazados; de tal manera, que la naturaleza de dicha concesión, es trasladar personas y/o mercancías, de un lugar a otro dentro de la geografía municipal, o

bien de municipio a otro, mediante el pago de una tarifa o cobro convenido **y no como** instrumento de publicidad electoral o comercial, **situación totalmente diferente, a la naturaleza jurídica de la Concesión.**

El transporte público a lo largo de los años se ha venido incrementando debido a su demanda; ha ido creciendo el parque vehicular en sus distintas modalidades, en virtud del aumento poblacional y el crecimiento de las ciudades; sin embargo, sus principales objetivos son brindar un sistema eficiente, seguro, de acceso a todas las personas, en un ambiente digno y amigable.

Estos objetivos se ven estropeados con la colocación excesiva de publicidad comercial y propaganda electoral en los transportes públicos; si bien es cierto que la propaganda electoral es una técnica de presión social destinada a lograr en los individuos determinadas formas de pensar o de actuar u obtener solidaridades con ciertos grupos y adhesiones fuertes, es más cierto, que causan graves problemas de seguridad, ante los elevados índices de violencia, y actos delictivos que vienen dándose a bordo de unidades de transporte colectivo, pues la propaganda electoral y la publicidad comercial, cubren los cristales y obstaculizan la visibilidad interior y hacia el exterior de los vehículos; además generan contaminación visual y son un distractor para otros conductores, que producen inseguridad para los pasajeros y conductores de otros vehículos.

Por lo tanto, toda aquella persona ya sea física o moral que sea Concesionaria o Permisinaria del servicio público de transporte colectivo, debe respetar y hacer respetar el bien público que se le encomienda, sin obtener otro beneficio que el otorgado por la explotación de la Concesión que, el Estado le concedió para realizar el traslado y desplazamiento de los ciudadanos y no la de promotores electorales.

Compañeros legisladores, considero necesario impulsar la reforma que hoy planteo con la finalidad de combatir **la contaminación visual** y proteger el bien social, pues con la aplicación de las medidas pertinentes, para no colocar propaganda electoral

y comercial en el transporte público y en los lugares de ascenso y descenso de pasajeros, se pretende disminuir el problema ambiental en cuanto a la basura que se genera; al mismo tiempo, para brindar certeza jurídica a los titulares de las concesiones que prestan el servicio público de pasajeros.

Ahora, respetables diputadas y diputados, se presenta una pregunta: **¿Los estados tienen facultades para el desarrollo normativo en materia electoral?** En este sentido, la Suprema Corte de Justicia de la Nación considera que es válido el desarrollo normativo, tanto de la Constitución Federal, como de las locales, en materia electoral, según jurisprudencia publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007; pero no sólo esto, en julio de 2009, **reiteró su postura anterior, al emitir jurisprudencia para que los estados puedan desarrollar “Principios sobre la Propaganda Electoral, armonizados a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”¹¹**, dirigidos a la racionalización de la propaganda electoral, para establecer un balance entre libertad de expresión, principios de equidad y certeza en dicha materia; de ahí que sea inexacto que toda nueva regulación y desarrollo de la propaganda electoral sea inconstitucional, por el mero hecho de ser diversa y/o novedosa con respecto al contenido de la Ley Suprema.

Una de las funciones principales de las Constituciones y leyes locales es: desarrollar y pormenorizar los contenidos ordenados sintéticamente en la Constitución de la República, para generar normas de mayor densidad regulativa, que lo previsto en el Texto Básico.

¹¹ SCJN, En materia de *“Propaganda Electoral. es válido que las constituciones y leyes locales desarrollen los principios previstos sobre dicha materia en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,* Jurisprudencia en materia Constitucional, Tesis: P./J. 61/2009, Página: 1451, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo XXX, Julio de 2009,

Si se tiene en cuenta que tanto las Constituciones locales como las leyes derivadas de aquellas, están constitucionalmente autorizadas para establecer requisitos más puntuales sobre la propaganda electoral, siempre y cuando, se tienda a regular de una manera más completa, cierta y clara las materias propuestas a través de la reforma constitucional indicada; **por tanto**, es indudable que no se transgrede lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cuando las normas locales regulan algunas materias no se encuentren reflejadas y contenidas en Aquella.

Por lo anteriormente expuesto, la presento a la consideración de esta Soberanía, la siguiente Iniciativa con el proyecto de:

DECRETO

LEY DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTE DEL ESTADO DE MICHOACÁN

ARTÍCULO PRIMERO. Se reforma el primer párrafo y se deroga el segundo párrafo del Artículo 22; se reforma la fracción XII del artículo 39; se reforma el artículo 43; se reforman el encabezado y la fracción II del artículo 44; todos, de la Ley de Comunicaciones y Transportes del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

LEY DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTE DEL ESTADO DE MICHOACÁN

TITULO SEGUNDO

SERVICIO PUBLICO DE AUTOTRANSPORTE

CAPITULO II

CONCESIONES Y PERMISOS

ARTÍCULO 22. Los vehículos concesionados para prestar el Servicio de Transporte Público, no podrán ser objeto de contrato civil o mercantil, para ser utilizados como medios de publicidad Comercial o Propaganda Electoral en el exterior e interior de las unidades. Cualquier violación al mandato anterior, hará nulos de pleno derecho a dichos contratos y la Concesión podrá ser sujeta de suspensión temporal o cancelación definitiva.

. SE DEROGA

CAPITULO V

OBLIGACIONES DEL CONCESIONARIO Y DEL PERMISIONARIO

ARTÍCULO 39. ...

I a XI. ...

XII. Utilizar en los vehículos bajo Concesión o Permiso, solamente aquellos colores, letreros e identificaciones determinadas por la Comisión Coordinadora del Transporte Público de Michoacán; por tanto, está prohibido colocar, agregar, fijar, cualquier distintivo, imagen, calcomanía, letrero, ya sea con publicidad comercial o propaganda gremial, partidista o electoral, en el exterior e interior del vehículo;

XIII a XVIII. ...

CAPITULO VI

SANCIONES

ARTÍCULO 43. La Concesión será sujeta a suspensión temporal cuando:

I. Hayan sido cometidas, tres infracciones de tránsito o violación de esta Ley y su Reglamento, en un término de seis meses; en dichos casos, la suspensión será por un mes;

II. Hayan sido cometidas, cinco infracciones de tránsito o violación de esta Ley y su Reglamento, en un término de doce meses; en dichos casos, la suspensión será por tres meses; y,

III. Haya sido colocada, fijada, pegada, o pintada, por primera vez, en las unidades del Servicio de Transporte Público, cualquier tipo de Publicidad Comercial o Propaganda Electoral; en estos casos, la suspensión será por dos meses.

ARTÍCULO 44. El Ejecutivo del Estado cancelará las concesiones o permisos otorgados por los siguientes motivos:

I. ...

II. La violación reiterada del artículo 22, o, de la fracción XII del artículo 39 de esta Ley;

III a XVIII. ...

ARTÍCULO SEGUNDO. Se adiciona una fracción XII y se recorre el orden subsecuente de las fracciones vigentes, XII a XIV del artículo 3; se reforma el segundo párrafo del artículo 125; y, se reforma la fracción IV del artículo 171; todos del Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

CÓDIGO ELECTORAL DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

LIBRO PRIMERO

PREELIMINARES (SIC)

TÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO PRIMERO

NATURALEZA Y COMPETENCIA

ARTÍCULO 3. ...

I a XI. ...

XII. Servicio de Transporte Público: Transporte concesionado, colectivo o individual de personas o carga, por medio de taxis, combis, microbús, autobús en sus distintas modalidades.

XIII a XV. ...

LIBRO TERCERO

DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

TÍTULO QUINTO

DEL RÉGIMEN FINANCIERO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

CAPÍTULO SEGUNDO

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS PARTIDOS EN CUANTO AL RÉGIMEN FINANCIERO

ARTÍCULO 125. ...

Se entiende por propaganda permitida en vía pública, aquella que se contrate o difunda en espectaculares, buzones, cajas de luz, carteleras, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, panorámicos, puentes, vallas, vehículos o cualquier otro medio similar, con excepción de las paradas de transporte público; así como tampoco en las unidades de servicio transporte público de concesión Estatal, en sus distintas modalidades.

• • • •

• • • •

• • • •

LIBRO CUARTO DE LOS PROCESOS

TÍTULO PRIMERO DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN

CAPÍTULO TERCERO PROPAGANDA ELECTORAL

ARTÍCULO 171. ...

I a III. ...

IV. No podrá colocarse, fijarse, instalarse, ni pintarse propaganda alguna, en el centro histórico, en el equipamiento urbano, carretero, ni en el ferroviario; en los monumentos, en edificios públicos, en pavimentos, guarniciones, banquetas; en los señalamientos de tránsito, la nomenclatura urbana, ni en las paradas de transporte público; así como tampoco en las unidades del servicio de transporte público de concesión Estatal en sus distintas modalidades. Tampoco está permitida la distribución de propaganda en los edificios públicos;

V a XI. ...

TRANSITORIOS

PRIMERO. La presente Ley entrará en vigor, al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del estado de Michoacán de Ocampo.

SEGUNDO. Se derogan todas las disposiciones legales de la materia, que se opongan a la presente Ley.

TERCERO. Remítase el presente Decreto, al Titular del Ejecutivo del Estado, para dar cumplimiento a los artículos 37 fracción IV y 60 fracción I de la Constitución del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo

CUARTO. El Ejecutivo del Estado en un término que no excederá de noventa días, hará las reformas correspondientes al Reglamento de la Ley de Comunicaciones y Transporte del estado de Michoacán.

DIP. SALVADOR ARVIZU CISNEROS

LXXIV LEGISLATURA

Palacio del Poder Legislativo, Morelia, Michoacán de Ocampo, el 6 de marzo del 2020.