

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

DIP. MARGARITA SALDAÑA HERNÁNDEZ
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO,
I LEGISLATURA.
PRESENTE

Honorable Congreso de la Ciudad de México:

El que suscribe **Diputado Nazario Norberto Sánchez**, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA del Congreso de la Ciudad de México, I Legislatura, con fundamento en los artículos 122 apartado A, fracciones I y II párrafo 5 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 Apartado D, inciso a), y 30 numeral 1, inciso b), de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II, y 13 fracción LXIV de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracciones I y II, 82, 95 fracción II, 96 Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración de este Pleno la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA LA FRACCIÓN XXIII DEL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL**, al tenor de las consideraciones siguientes:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Planteamiento del problema que la Iniciativa pretende resolver.

Los anuncios publicitarios dan a conocer un mensaje, promocionar un producto, servicio o evento determinado, se caracteriza por ser atractivo y convincente, apareciendo en diferentes formatos, autoportado, anuncio denominativo, anuncio de patrocinio,

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

anuncio de propaganda, anuncio de proyección óptica, anuncio en saliente, anuncio en azotea, anuncio inflable, anuncio mixto, anuncio integrado, anuncio en tapiales etc.

Así mismo estos anuncios incumplen las medidas de seguridad ya que algunos representan un riesgo en materia de protección civil, como las estructuras que se encuentran en las azoteas o anuncios en las fachadas de los inmuebles sobre ventanas y salidas de emergencia lo cual impide la evacuación o en vallas y tapiales donde se encuentran dos a seis vallas en una misma unidad sin respetar la distancia que debe existir entre cada anuncio.

Otro punto grave es que algunas personas no cuentan con licencia lo que ocasiona que las empresas tengan libertad de seguir colocando anuncios sin respetar los límites de distancia.

La seguridad de las ciudadanas y ciudadanos se encuentra en peligro constante al encontrarse con anuncios que se encuentran en estado de deterioro y los que no cumplen con las medidas de seguridad, un factor de riesgo son las condiciones climáticas y como referencia se encuentra la noticia del día 17 de julio de 2018 por “El UNIVERSAL” informando que 15 anuncios publicitarios fueron derribados a causa de las lluvias, el cual se encontraban colocados en azoteas y vallas, donde los cambios climáticos por ráfagas de viento pueden provocar su caída, a continuación se cita la noticia:

“A causa de las fuertes lluvias, al año se caen en la Ciudad de México más de 15 anuncios colocados en azoteas o vallas, alertó la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRPU).

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

La organización advirtió que esto es a consecuencia del desorden que aún existe por parte de las autoridades encargadas de ver por el bienestar del mobiliario y la integridad de las personas y que ahora será responsabilidad del partido Morena poner orden.

Tan sólo en tres años, el Instituto de Verificación Administrativa (Invea) de la Ciudad de México ha retirado de manera voluntaria 7 mil 461 anuncios en más de 3 mil puntos de la capital del país, según constató la fundación.

Puso como ejemplo que hace un mes, cuando apenas iniciaban las lluvias, cayó una valla publicitaria encima de un vehículo en la esquina de las calles Atenas y Versalles, en la colonia Juárez.

Además de que, a tiempo, fue retirada una lona de anuncio espectacular en la colonia Centro.

Detalló que de azoteas se quitaron 504 lonas, mil 81 en adosados, 2 mil 391 en vallas y 61 gallardetes, todos de manera voluntaria.

Desde el año pasado, la Asamblea Legislativa local anunció que, sin excepción, serían retirados todos los anuncios espectaculares en los edificios de la Ciudad de México, pese a que por ley se prohíbe colocar estas estructuras en azoteas y edificios.

Según el informe del Consejo de Publicidad Exterior de la Ciudad de México de 2015, en la capital debería de haber mínimo 625 licencias para la colocación de vallas publicitarias de manera regular, pero sólo se presentaron 233 solicitudes, de las cuales únicamente 3.36% obtuvo el permiso.

La Fundación por el Rescate y Recuperación estima que por cada espacio público en vías primarias se pueden colocar hasta ocho anuncios de este tipo.

Por esta situación, en reiteradas ocasiones, el órgano legislativo local pidió a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) que llevara a cabo revisiones y diagnóstico de los anuncios espectaculares para determinar si las estructuras que los soportan son las adecuadas y si representan un riesgo para la seguridad de los habitantes de la Ciudad de México.

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

Estableció que los anuncios debían ser verificados para constatar el cumplimiento de la normatividad y, sobre todo, para prevenir colapsos ante las lluvias y las ráfagas del viento que podrían ocasionar su caída.”¹

En ese contexto la Jefa de Gobierno Claudia Sheinbaum Pardo retiró espectaculares con estructuras en la glorieta insurgentes y se encuentra analizando los anuncios en azoteas, incluyendo los que cuelgan de edificios que representan un riesgo, lo que la Jefa de Gobierno manifiesta es que no debe existir contaminación visual y mucho menos que las ciudadanas y ciudadanos corran riesgo por ellos. La noticia del día 25 de octubre de 2020 dice lo siguiente:

*“Después de que se retiraron **estructuras publicitarias** de la Glorieta de Insurgentes, la jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum, indicó que van a retomar el **retiro de espectaculares** y recordó que en el Congreso local está en discusión una nueva **Ley de Publicidad Exterior**, que es mucho más restrictiva.*

“Se está revisando, como dije, los nodos publicitarios, los espectaculares en azoteas; y al mismo tiempo, estos anuncios que son lonas que se cuelgan de los edificios”, indicó.

Tras la inauguración del colector Tahel - Oceanía, la mandataria capitalina aseguró que hay potencial para aquellos que se dedican a la publicidad, pero lo que no se quiere es que haya contaminación visual a costa de la protección civil de los habitantes.

“Se retiró este nodo publicitario y estamos ya, en un proceso de retiro de publicidad, particularmente la que queda encima de azoteas, que es la más riesgosa, en términos de protección civil y vamos a revisar todos estos adicionales. Hay también en el Congreso de la Ciudad de México a discusión una nueva Ley de Publicidad Exterior, que es mucho más restrictiva”.²

¹ EL UNIVERSAL. (17 de julio de 2018). <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/fuertes-lluvias-derriban-al-ano-15-anuncios-publicitarios>

² EL UNIVERSAL. (25 de octubre de 2020). <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx-retomara-retiro-de-espectaculares-sheinbaum>

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

En consecuencia de lo anterior llevaría a implementar revisiones de verificación cada tres meses a todos los anuncios que se encuentran en la Ciudad de México, para comprobar que cuenten con licencias o permisos y que cumplan con las medidas de seguridad que contiene la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, con el fin de evitar accidentes a las personas cuando uno de ellos pueda caerse, de igual manera evitar riesgos al transporte y automóviles que transitan diariamente por avenidas y calles, en casos de sismos evitar que las personas queden atrapadas en los edificios donde los anuncios obstruyen las ventanas y salidas de emergencia, en caso de lluvias o vientos que puedan tirarlos, que las estructuras de los anuncios sean vencidas y se desplomen en las casas o en avenidas, así mismo anuncios que no cumplan con los requisitos tendrán que ser retirados en el lapso de una semana y se les sumara las infracciones correspondientes de dicha ley.

Por lo tanto es necesaria la verificación de estos anuncios para evitar irregularidades que existen en licencias, permisos y los que no cuentan con las medidas de seguridad necesarias previstas en la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, donde las autoridades documenten las que no cumplen con estos requisitos y sean retirados por seguridad de todas las personas y por la contaminación visual que existe y es excesiva en la Ciudad.

Adicionalmente con las verificaciones y retiros de anuncios que incumplan los requisitos y medidas necesarias ayudaría a la protección del medio ambiente, ya que se retirarían anuncios en parques, arboles, puentes peatonales, anuncios que sobrepasan las dimensiones permitidas y que representan un riesgo grande de protección civil.

II. Argumentos que la sustentan.

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

La Constitución Política de la Ciudad de México protege la seguridad de las personas para vivir en una ciudad sin fallas estructurales, le corresponde a las autoridades garantizar el derecho que tienen todas las ciudadanas y ciudadanos a la seguridad urbana, evitando accidentes o situaciones que los y las puedan poner en peligro, el artículo 14 hace referencia al derecho de tener una ciudad segura y a la protección civil, la letra dice:

“Artículo 14
Ciudad segura

A. Derecho a la seguridad urbana y a la protección civil

Toda persona tiene derecho a vivir en un entorno seguro, a la protección civil, a la atención en caso de que ocurran fenómenos de carácter natural o antropogénico, así como en caso de accidentes por fallas en la infraestructura de la ciudad. Las autoridades adoptarán las medidas necesarias para proteger a las personas y comunidades frente a riesgos y amenazas derivados de esos fenómenos.

B.”³

Aunado a lo anterior resulta trascendental la presente propuesta de Iniciativa, ya que si bien es cierto que existe la obligación para regular los anuncios también es cierto que la mayoría no cumple con los requisitos y medidas de seguridad, por lo tanto le corresponde al gobierno cuidar y proteger los espacios públicos, fachadas y áreas naturales tomando medidas para conservar el paisaje urbano, por ello el artículo 68 del capítulo octavo “Del Ordenamiento del Paisaje Urbano” de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal menciona lo siguiente:

“Capítulo Octavo
Del Ordenamiento del Paisaje Urbano

³ Gaceta Oficial de la Ciudad de México, (2020). *Constitución Política de la Ciudad de México*. México

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

Artículo 68. Las disposiciones en materia de paisaje urbano regularán la integración de los inmuebles y sus fachadas al contexto; espacios públicos; áreas naturales; anuncios que estén en la vía pública o que sean visibles desde ella; mobiliario urbano; patrimonio cultural urbano; y las responsabilidades de quienes infrinjan valores de los elementos del paisaje urbano.”⁴

De lo que se concluye que la presente Iniciativa tiene como finalidad que se realicen verificaciones cada tres meses a los anuncios para constatar que efectivamente cuenten con los permisos, autorizaciones y cumplan con las medidas de seguridad, de no ser así tendrán que ser retirados en el plazo de una semana, sumando las infracciones correspondientes que establece la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, esto es para evitar accidentes, contaminación visual e invasión a las áreas verdes, garantizando la seguridad de las personas en materia de protección civil y que todos los anuncios acaten las medidas de seguridad.

Con lo anterior se vislumbra beneficios en el medio ambiente y recuperación del paisaje urbano, así mismo se garantizara el derecho a una ciudad segura.

El interés económico de las empresas que colocan anuncios no debe estar por encima de la seguridad de todas las personas.

A razón de lo anteriormente expuesto, se propone la presente Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforma la Fracción XXIII del Artículo 6 de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, lo anterior para quedar de la siguiente manera:

⁴ Gaceta Oficial del Distrito Federal, (2018). *Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal*. México

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

DICE	DEBE DECIR
<p>LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL</p>	<p>LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL</p>
<p>Artículo 6.- Son facultades de la Secretaría:</p> <p>I. a la XXII. ...</p> <p>XXIII. Solicitar al Instituto la práctica de visitas de verificación administrativa, así como la imposición de las medidas de seguridad, y en su caso, de las sanciones por infracciones a las disposiciones de esta Ley;</p> <p>XXIV a la XXV.</p>	<p>Artículo 6.- Son facultades de la Secretaría:</p> <p>I. a la XXII. ...</p> <p>XXIII. Solicitar cada tres meses al Instituto la práctica de visitas de verificación administrativa, para que todos los anuncios cuenten con permisos, licencias, medidas de seguridad necesarias y demás imposiciones de esta ley, si no fuese así tendrán que ser retirados en el plazo de una semana, así mismo con las infracciones correspondientes.</p> <p>XXIV a la XXV.</p>

III. Fundamento legal de la Iniciativa (y en su caso sobre su constitucionalidad y convencionalidad.

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

Esta Iniciativa se presenta en ejercicio de las facultades que el suscrito en su calidad de Diputado de la I Legislatura del Congreso de la Ciudad de México, le confieren los artículos 71 fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; los artículos 30, numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 12 fracción II de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 5 fracción I, 95 fracción II, 96 y 326 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México.

IV. Denominación del proyecto de ley o decreto.

PROPUESTA DE INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA LA FRACCIÓN XXIII DEL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL

V. Ordenamientos a modificar

Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal

VI. Texto normativo propuesto

Con base en los razonamientos antes precisados, el suscrito Diputado propone al Pleno este Congreso de la Ciudad de México, I Legislatura, la presente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA LA FRACCIÓN XXIII DEL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL**, para quedar como sigue:

PROYECTO DE DECRETO

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA LA FRACCIÓN XXIII DEL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

ÚNICO. – Se reforma la fracción XXIII del Artículo 6 de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, para quedar como sigue:

CAPÍTULO SEGUNDO
DE LA COMPETENCIA

Artículo 6. Son facultades de la Secretaría:

I. a la XXII. ...

XXIII. Solicitar cada tres meses al Instituto la práctica de visitas de verificación administrativa, para que todos los anuncios cuenten con permisos, licencias, medidas de seguridad necesarias y demás imposiciones de esta ley, si no fuese así tendrán que ser retirados en el plazo de una semana, así mismo con las infracciones correspondientes.

XXIV a la XXV.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

SEGUNDO. Publíquese en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, y en el Diario Oficial de la Federación para su mayor difusión.

TERCERO. - Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan al presente decreto.

DIP. NAZARIO NORBERTO SÁNCHEZ
INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA



I LEGISLATURA

Dado en el Recinto del Congreso de la Ciudad de México, a los 26 días del mes de noviembre de dos mil veinte.

ATENTAMENTE

DocuSigned by:

Nazario Norberto Sánchez

7C3319EEF84F...

DIP. NAZARIO NORBERTO SANCHEZ