PUBLICADO EN LA GACETA OFICIAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO
EL 06 DE JUNIO DE 2022

TEXTO VIGENTE

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO

(Al margen superior un escudo que dice: Ciudad de México. - Capital en Movimiento)

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO

DRA. CLAUDIA SHEINBAUM PARDO, Jefa de Gobierno de la Ciudad de México, a sus habitantes sabed.

Que el H. Congreso de la Ciudad de México II Legislatura, se ha servido dirigirme el siguiente:

D E C R E T O

EL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

II LEGISLATURA

EL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DECRETA:

SE ABROGA LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL Y SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO.

PRIMERO. - Se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.

SEGUNDO. - Se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, para quedar de la siguiente manera:

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO

TÍTULO PRIMERO
DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO PRIMERO
Objeto, Principios Y Fines

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general en la Ciudad de México y tiene por objeto regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de los medios publicitarios en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior.

Artículo 2. Los actos emitidos y ejecutados en términos de la presente Ley, se regirán bajo los principios de innovación, atención ciudadana, gobierno abierto y plena accesibilidad; con base en el diseño universal, simplificación, agilidad, economía, información, precisión, legalidad, transparencia, proporcionalidad, buena fe, integridad, imparcialidad, honradez, lealtad, eficiencia, profesionalización y eficacia; respetando los valores de dignidad, ética, justicia, libertad y seguridad, así como los principios establecidos en la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México.

Artículo 3. Son fines de la presente Ley:

I. Proteger, respetar, procurar, recuperar y regenerar el espacio público y el paisaje urbano de la Ciudad de México, promoviendo su creación, conservación, mantenimiento y defensa en condiciones de calidad, igualdad, inclusión, accesibilidad y diseño universal, con las medidas de seguridad, gestión integral de riesgos y protección civil, sanidad y funcionalidad para su pleno disfrute; asimismo, evitar la saturación publicitaria en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior en la vía pública;

II. Garantizar el derecho de las personas en la Ciudad de México a un entorno natural y urbano sostenible que propicie una mejor calidad de vida y libre desarrollo de la ciudadanía, garantizando su seguridad, la percepción armónica de la imagen urbana y el disfrute pleno del paisaje urbano, en su carácter colectivo, comunitario y participativo;

III. Preservar el paisaje urbano, las edificaciones y los elementos culturales y étnicos que hacen posible la vida en común de las personas y que conforman los rasgos característicos de la Ciudad de México;

IV. Evitar el abuso de elementos no arquitectónicos que alteran el espacio público o que generen sobreestimulación visual agresiva y/o invasiva;

V. Salvaguardar la integridad física y patrimonial de las personas, así como la infraestructura vial y de servicios de aquellos riesgos que pueden representar los medios publicitarios en exteriores, de conformidad con las normas en materia de gestión integral de riesgos y protección civil;

VI. Garantizar la perspectiva de género, así como contribuir a la erradicación de la discriminación y toda forma de violencia contra las mujeres, y

VII. Garantizar que la comunicación visual publicitaria esté libre de mensajes de discriminación motivada por origen étnico o nacional, de género, edad, discapacidad, condición social y de salud, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana.

Artículo 4. Para los efectos de esta Ley se entiende por:

I. Anunciante: persona física o moral, marca u organización, que difunda o publicite productos, bienes, servicios o actividades;

II. Anuncio: medio publicitario a través del cual se difunden mensajes de información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre y cuando no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación;

III. Áreas de Conservación Patrimonial: las que por sus características forman parte del patrimonio cultural urbano según las leyes de la Ciudad, así como las que cuenten con declaratoria federal de Zona de Monumentos Arqueológicos, Históricos o Artísticos, y aquellas que tengan características que requieren atención especial para mantener y potenciar sus valores patrimoniales y que serán definidas en los instrumentos del ordenamiento territorial;

IV. Áreas Naturales Protegidas: espacios físicos naturales en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por actividades antropogénicas, o que requieren ser preservados y restaurados, por su estructura y función para la recarga del acuífero y la preservación de la biodiversidad. Son áreas que por sus características ecogeográficas, contenido de especies, bienes y servicios ambientales y culturales que proporcionan a la población, hacen imprescindible su preservación;

V. Áreas de Valor Ambiental: áreas verdes en donde los ambientes naturales originales han sido modificados por las actividades antropogénicas y que requieren ser restauradas y/o

preservadas, en función de que siguen manteniendo ciertas características biofísicas y escénicas, las cuales les permiten contribuir a mantener la calidad ambiental de la Ciudad de México;

VI. Autorización: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos competencia de la presente Ley y su Reglamento;

VII. Autosoportado: el sostenido por una o mas columnas apoyadas a su vez en una cimentación o en una estela desplantada desde el suelo;

VIII. Beneficio de espacios públicos: acciones que satisfacen necesidades de la población en el espacio público, buscan mejorar la imagen urbana, el equilibrio ambiental y la movilidad de la ciudadanía;

IX. Bienes de uso común: aquellos que en la Ciudad de México pueden ser aprovechados por todas las personas, con las restricciones y limitaciones establecidas en la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público y demás normativa que resulte aplicable;

X. Consejo: Consejo Consultivo para Medios Publicitarios;

XI. Corredor Publicitario: vía primaria determinada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley, en la que pueden instalarse medios publicitarios en vallas, tapiales, carteleras en muros ciegos en planta baja, bajo puentes, pasos a desnivel, túneles, conexiones elevadas interurbanas, así como aquellos que autorice la Secretaría de acuerdo con las disposiciones de esta Ley y su Reglamento;

XII. DGPI: Dirección General de Patrimonio Inmobiliario de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México;

XIII. Equipamiento auxiliar de transporte: accesorios directos e indirectos que resulten complementarios a la prestación del servicio de transporte público de pasajeros y de carga;

XIV. Equipamiento urbano: conjunto de inmuebles, instalaciones, construcciones y mobiliario urbano, destinados a prestar a la población servicios públicos, de administración pública, de educación y cultura; de comercio, de salud y asistencia; de deporte y de recreación, de traslado, de transporte y otros;

XV. Espacio público: conjunto de bienes de uso común destinados a la generación y fomento de la interaccion social, o bien, que permitan el desarrollo de las personas.;

XVI. Espectáculo tradicional: manifestaciones populares de contenido cultural que tengan connotación
simbólica y/o arraigo en la sociedad y que contribuyan a preservar y difundir el patrimonio intangible que da identidad a los barrios, pueblos y colonias que conforman la Ciudad de México;

XVII. Estereotipos sexistas: prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, de sumisión, de racismo, de burla, de animadversión, o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, utilizando su cuerpo o parte de este como mero objeto y que atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política de la Ciudad de México;

XVIII. Funcionalidad de la vía pública: uso adecuado y eficiente de la vía pública, generado a través de la interacción de los elementos que la conforman y de la dinámica propia que en ella se desarrolla para la óptima prestación de los servicios públicos urbanos, la movilidad y la imagen urbana, procurando la seguridad, comodidad y disfrute de todas las personas usuarias;

XIX. Información cívica o cultural: aquella que se difunde a través de medios publicitarios con o sin patrocinio y que alude a la responsabilidad social, derechos humanos, equidad, diversidad cultural, ciencia, salud, respeto al medio ambiente, memoria histórica y la difusión de las artes, entre otros que se consideren indispensables para fomentar la sana convivencia, el respeto, la cultura de la legalidad, la difusión del conocimiento de los derechos y obligaciones de la ciudadanía. Asimismo, los mensajes educativos sobre diversidad sexual, etaria, familiar, lingüística y funcional, que pueden incluir información sobre biodiversidad, pueblos originarios, etnias, lenguas y dialectos;

XX. Infraestructura para la movilidad: infraestructura especial que permite el desplazamiento de personas y bienes, así como el funcionamiento de los sistemas de transporte público;

XXI. Inmuebles afectos al patrimonio cultural de la Ciudad: aquellos considerados como tales por la legislación local debido a su valor histórico y/o arquitectónico. asimismo, aquellos catalogados por el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, o por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, por su valor artístico y aquellos considerados monumentos históricos o artísticos de acuerdo con la legislación federal aplicable;

XXII. Instituto: Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México;

XXIII. Ley: Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México;

XXIV. Licencia: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, mediante el cual la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México permite la instalación de medios publicitarios;

XXV. Materiales abandonados: lonas, estructuras, soportes, mantas, pantallas electrónicas, equipos de proyección y materiales similares adosados a los inmuebles, así como los objetos publicitarios colocados en la vía pública o cualquier vialidad, que no hayan tenido el mantenimiento que determine la autoridad competente, que no cuenten con Licencia, Permiso o Autorización vigente y cuyo dueño no los haya reclamado o retirado;

XXVI. Medidas cautelares y de seguridad: disposiciones que dicte la autoridad competente para proteger la salud, seguridad pública y evitar el incumplimiento de la normativa referente a las actividades reguladas que requieran de licencia, permiso o autorización. Las medidas cautelares y de seguridad se establecerán en cada caso por las normas administrativas que no deberán contravenir las disposiciones legales aplicables;

XXVII. Medio publicitario: cualquier elemento material, con o sin estructura de soporte, por el cual se difunde física, electrónica o digitalmente un mensaje explícito o implícito o bien que, sin contener un mensaje, sea una unidad integral en términos de la presente Ley;

XXVIII. Medio publicitario en vehículo de transporte: el instalado en vehículos de transporte de conformidad con lo establecido en la presente Ley;

XXIX. Mobiliario urbano: elementos complementarios al equipamiento urbano, ya sean fijos, móviles, permanentes o temporales, ubicados en la vía pública o en espacios públicos formando parte de la imagen de la Ciudad, los que, según su función, se aplican para el descanso, comunicación, información, necesidades fisiológicas, comercio, seguridad, higiene, servicio, jardinería, así como aquellos otros muebles que determinen la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México y la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano. El mobiliario urbano con publicidad integrada será objeto de la regulación establecida en esta Ley;

XXX. Muros ciegos: muros que carecen de vanos;

XXXI. Paisaje urbano: contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la Ciudad y crean un sentido de identidad colectiva;

XXXII. Permiso: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, por el cual las autoridades competentes permiten la instalación de medios publicitarios de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, esta Ley y los Reglamentos aplicables;

XXXIII. PATR: Permiso Administrativo Temporal Revocable, acto administrativo en virtud del cual la Secretaría de Administración y Finanzas, a través de la Dirección General de Patrimonio Inmobiliario otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad de la Ciudad, ya sean del dominio público o privado, con el objeto de utilizarlos para la instalación y comercialización de medios publicitarios, de conformidad con la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público;

XXXIV. Plataforma: Plataforma Digital de Publicidad Exterior de la Ciudad de México;

XXXV. Publicista: persona física o moral dedicada a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios;

XXXVI. Publicidad institucional: mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades del Gobierno, tanto local, como federal, con fines de comunicación con la población en general;

XXXVII. Publicidad de carácter sexista: todo contenido publicitario visible desde la vía pública, que directa o indirectamente induzca, fomente o difunda hechos, acciones y símbolos, degradantes o peyorativos hacia las mujeres, así como expresiones basadas en una imagen asociada a estereotipos que perpetúan prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, sumisión, racismo, burla, animadversión o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, así como utilizar su cuerpo, o parte de éste, como objeto y atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política de la Ciudad de México;

XXXVIII. Registro de Publicistas: Listado o padrón de personas físicas o morales que se dedican prioritariamente a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios en la Ciudad, inscritos debidamente ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, en el que se podrá incorporar el Padrón de Publicidad Exterior publicado el 10 de diciembre de 2015 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, y los demás que reconozca la Secretaría, de Desarrollo Urbano y Vivienda.

XXXIX. Reglamento: Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México;

XL. Responsable de un inmueble: persona física o moral que tenga la propiedad, posesión o administración de un bien inmueble y permita la instalación de un medio publicitario en el mismo;

XLI. Responsable solidario: publicista, anunciante y responsable de un inmueble, vehículo o bien que permiten o intervienen en la instalación de medios publicitarios;

XLII. Riesgo inminente: riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México, considera la realización de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas;

XLIII. SAF: Secretaría de Administración y Finanzas de la Ciudad de México;

XLIV. Secretaría: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México;
XLV. Señalización Vial: conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial;

XLVI. SGIRPC: Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México;

XLVII. SEMOVI: Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México;

XLVIII. Solicitante: persona física o moral que solicite un Permiso, Licencia o Autorización en los términos de esta Ley;

XLIX. Suelo de Conservación: zonas que, por sus características ecológicas, proveen servicios ambientales, de conformidad con lo establecido en la normativa en materia ambiental. Se consideran necesarios para el mantenimiento de calidad de vida de las personas habitantes y vecinas de la Ciudad de México;

L. Vanos: puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación
y ventilación natural al interior;

LI. Vía primaria: espacio físico, cuya función es facilitar el flujo del tránsito vehicular continuo o controlado por semáforo, entre distintas zonas de la Ciudad, con la posibilidad de reserva para carriles exclusivos, las cuales pueden contar con carriles exclusivos para la circulación de bicicletas y/o transporte público, y

LII. Vía secundaria: espacio físico cuya función es permitir el acceso a los predios y facilitar el flujo del tránsito vehicular no continuo. Sus intersecciones pueden estar controladas por semáforos;

Artículo 5. La publicidad exterior es todo medio publicitario que se instala en el espacio público u otros bienes y que es visible desde el exterior a la vía pública. Su finalidad es difundir propaganda, publicidad comercial o información diversa de interés general.

La instalación, modificación o retiro de esta clase de publicidad exterior comprenderá el de todos sus elementos y deberá apegarse a lo establecido por la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables en la materia.

Artículo 6. La instalación de la propaganda electoral se regirá por las disposiciones de las Leyes Electorales.

CAPÍTULO SEGUNDO
Atribuciones

Artículo 7. Son atribuciones de la Secretaría:

I. Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, mantenimiento, distribución, permanencia y retiro de los medios publicitarios de su competencia;

II. Proponer a la persona titular de la Jefatura de Gobierno proyectos de disposiciones legales y reglamentarias en materia de publicidad exterior, así como sus reformas;

III. Conservar en forma ordenada y sistemática toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento;

IV. Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia; lo anterior, en términos de lo establecido en la Ley de Ciudadanía Digital de la Ciudad de México;

V. Otorgar las Licencias para la instalación de medios publicitarios previstos en el artículo 28 fracción
III de esta Ley, conforme a lo dispuesto en la misma y su Reglamento;

VI. Revocar las Licencias otorgadas para la instalación de medios publicitarios conforme a lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento;

VII. Requerir a los publicistas el retiro de publicidad, en caso de que contravengan lo dispuesto por la presente Ley, su Reglamento y los demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias de la instalación;

VIII. Informar, a través de la Plataforma, al Instituto y a la SGIRPC de la emisión y revocación de las Licencias, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de medios publicitarios o las dejen sin efectos;

IX. Solicitar al Instituto y a las Alcaldías las visitas de verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad, en el ámbito de sus respectivas competencias;

X. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Licencias que emita, incluyendo los datos de ubicación de los medios publicitarios, así como la información respectiva al Registro de Publicistas;

XI. Ordenar al publicista la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los medios publicitarios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;

XII. Solicitar a las dependencias y autoridades correspondientes el retiro de los materiales relacionados con los medios publicitarios abandonados;

XIII. Solicitar el apoyo de otras dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública de la Ciudad y Alcaldías para el ejercicio de sus atribuciones;

XIV. Determinar los corredores publicitarios. Para tal efecto, solicitará opinión al Congreso, a través de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, la cual tendrá un plazo de veinte días hábiles para emitirla.

XV. Determinar la distribución de los espacios respectivos para la instalación de los medios publicitarios en los corredores publicitarios;

XVI. Emitir opinión técnica respecto a la colocación de medios publicitarios ubicados en Áreas de Conservación Patrimonial catalogadas por la Secretaría;

XVII. Presentar las denuncias correspondientes cuando tenga conocimiento de hechos que puedan constituir algún delito en materia de publicidad exterior, así como ejercer las acciones civiles por posibles daños al erario o bienes públicos en contra de las personas responsables de la instalación de medios publicitarios sin contar con la Licencia, Permiso o Autorización que corresponda;

XVIII. Autorizar la inscripción de los interesados en el Registro de Publicistas, previa solicitud de éstos y en cumplimiento con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables;

XIX. Suspender o revocar el registro de publicistas en los casos que se acrediten irregularidades graves, se generen daños o se cometa alguna infracción en esta materia, y

XX. Las demás que se le atribuyan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 8. Son atribuciones de las Alcaldías:

I. Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, permanencia y retiro de los medios publicitarios colocados en vías secundarias dentro de su territorio;

II. Conservar en forma ordenada y sistematizada toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento, de conformidad con lo establecido en la ley de la materia;

III. Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia, en los términos de la Ley de Ciudadanía Digital de la Ciudad de México;

IV. Otorgar las Autorizaciones para la instalación de anuncios, a través de los cuales se difunden mensajes de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre y cuando no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación, conforme a lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable;

V. Revocar las Autorizaciones para la instalación de anuncios materia de su competencia;

VI. Requerir al publicista el retiro de anuncios por contravenir lo dispuesto en la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias;

VII. Informar al Instituto y a la SGIRPC de la emisión y revocación de las Autorizaciones de su competencia, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de anuncios o las dejen sin efectos;

VIII. Ordenar a la persona titular de una Autorización emitida en el ámbito de su competencia la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los anuncios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;

IX. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Autorizaciones que emitan, incluyendo los datos de ubicación de los anuncios;

X. Solicitar a las dependencias y autoridades competentes el retiro de los materiales relacionados con anuncios abandonados;

XI. Retirar directamente todos los anuncios considerados abandonados que se encuentren en vías secundarias;

XII. Ordenar visitas de verificación administrativa a fin de vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley respecto anuncios e imponer las medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones procedentes en el ámbito de su competencia y ejecutarlas a través del personal especializado en funciones de verificación debidamente acreditado. Lo anterior, conforme al procedimiento establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, la Ley del Instituto de Verificación Administrativa, el Reglamento de Verificación Administrativa, todos vigentes en la Ciudad de México y demás disposiciones jurídicas aplicables;

XIII. Emitir, a través de su Unidad de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil, las opiniones técnicas de indicadores de riesgo en esta materia, que le soliciten las autoridades competentes en la materia, las personas titulares de las autorizaciones de anuncios, así como en aquellos casos en los que se detecte una situación de riesgo, a fin de que se realicen las acciones correspondientes conforme a sus competencias, y

XIV. Las personas titulares de las Alcaldías responderán por las autorizaciones emitidas y serán responsables de todas aquellas que hayan sido emitidas en contravención a esta Ley.

Artículo 9. Corresponde al Instituto ordenar y practicar visitas de verificación administrativa a fin de vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento, conforme a la Ley de

Procedimiento Administrativo, la Ley del Instituto de Verificación Administrativa y el Reglamento de Verificación Administrativa, todos vigentes en la Ciudad de México, así como las demás disposiciones jurídicas aplicables.

El instituto cuenta con la facultad de imponer las medidas cautelares y de seguridad y, en su caso, las sanciones procedentes, respecto de los siguientes medios publicitarios:

I. Prohibidos de conformidad con la presente Ley;

II. Que requieran Licencia, permiso o autorización; e

III. Instalados en vehículos de transporte y en el equipamiento auxiliar del transporte.

En los casos en que sea factible, el Instituto dará vista a la Secretaría respecto de los datos de identificación del anunciante y del medio publicitario objeto del retiro, lo anterior, a efecto que ésta, de ser procedente, realice las acciones establecidas en las fracciones XVI y XVIII del artículo 7 de esta Ley.

Artículo 10. Son atribuciones de la SAF:

I. Otorgar, asignar o revocar, de acuerdo con la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público, los permisos relacionados con la colocación de publicidad exterior en los bienes inmuebles que integran el patrimonio de la Ciudad, y

II. Recibir, a través de la Tesorería de la Ciudad de México, los pagos por concepto de derechos que se generen por la expedición de Licencias, Autorizaciones y Permisos, así como aquellos que provengan del pago de multas y sanciones.

Artículo 11. Son atribuciones de la SGIRPC:

I. Emitir opiniones técnicas de indicadores de riesgo en materia de protección civil que le soliciten las autoridades competentes en la materia, las personas titulares de las licencias, permisos y autorizaciones, así como en aquellos casos en los que se detecte una situación de riesgo, de conformidad con la normativa en la materia. Lo cual deberá hacerlo del conocimiento de la persona solicitante o, en su caso, de las autoridades competentes, a fin de que éstas realicen las acciones correspondientes conforme a sus competencias;

II. Emitir y registrar las opiniones técnicas a los proyectos de instalación de medios publicitarios, conforme a lo establecido en la normativa aplicable en la materia, así como publicarlas en la Plataforma, y

III. Las demás que se establezcan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 12. Son atribuciones de la SEMOVI:

I. Autorizar, regular y, en su caso, revocar los permisos relativos a la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte público, privado y mercantil, de pasajeros y de carga y demás modalidades, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

II. Otorgar, regular y, en su caso, revocar las autorizaciones relativas a la instalación de medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

III. Emitir, a solicitud de la Secretaría, visto bueno relativo a la ubicación y características de medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte;

IV. Emitir los Lineamientos en materia de medios publicitarios instalados en la infraestructura para la movilidad de los organismos que forman parte del Sistema Integrado de Transporte Público y sus componentes complementarios, los cuales deberán ser observados en las disposiciones que establezcan sus respectivos órganos de Gobierno y en concordancia con lo establecido en la Ley de Movilidad, la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público, así como demás disposiciones aplicables;

V. Emitir normativa complementaria en materia de regulación de medios publicitarios en vehículos de transporte de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, y en medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

VI. Requerir a los responsables de los vehículos de transporte o del equipamiento auxiliar de transporte el retiro de los medios publicitarios instalados en los mismos, por contravenir las disposiciones legales en la materia, dentro del ámbito de sus atribuciones;

VII. Dar vista a la SAF de hechos relacionados con medios publicitarios instalados en equipamiento auxiliar de transporte que contravengan las disposiciones legales establecidas o los términos bajo los cuales fueron autorizados y que puedan constituir una causal de revocación del Permiso Administrativo Temporal Revocable;

VIII. Solicitar al Instituto las visitas de verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad procedentes, respecto de medios publicitarios de su competencia;

IX. Coadyuvar con el Instituto para la realización de las acciones dirigidas a la verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad de medios publicitarios de su competencia;

X. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Autorizaciones y Permisos que emita, incluyendo los datos de los vehículos o el bien en el que se instale, y

XI. Las demás que le atribuyen otros ordenamientos aplicables.

Artículo 13. En el ejercicio de sus atribuciones la Secretaría, las Alcaldías, el Instituto, la SAF, la SGIRPC y la SEMOVI podrán auxiliarse de otras instancias públicas.

Artículo 14. Previa obtención de la Licencia, Autorización, PATR o Permiso, según corresponda, únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:

I. Medio publicitario de espectáculos tradicionales: aquellos relacionados con tradiciones y costumbres de un lugar, tales como; ferias, bailes, exposiciones de tipo cultural y artístico, los cuales se sujetarán a los criterios previstos en el Reglamento de esta Ley;

II. Medio publicitario denominativo: contiene el nombre, denominación comercial o logotipo con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido.

En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

III. Medio publicitario denominativo masivo: medio publicitario denominativo que requiere instalarse en más de cinco ocasiones con características idénticas;

IV. Medio publicitario denominativo adosado: medio publicitario que se sujeta a una fachada, muro, baranda o barandilla a través de medios y técnicas definidas en el Reglamento;

V. Medio publicitario denominativo instalado en saliente: aquellos instalados en salientes, tratándose únicamente de denominativos, con las dimensiones y características previstas en el Reglamento;

VI. Medio publicitario denominativo mixto: contiene elementos de un medio publicitario denominativo en combinación con medios publicitarios en vallas, banderines y gallardetes u otro elemento determinado en el Reglamento;

VII. Medio publicitario de gallardetes: medio publicitario de carácter temporal de forma geométrica, sujeto a un asta, astil o poste, en el cual, únicamente se puede colocar información cívica o cultural y de espectáculos tradicionales. Las dimensiones de éste serán de hasta 0.80 metros por 2.00 metros y deberán ser armónicas con el paisaje urbano, se sujetarán a los criterios antropométricos de esta Ley y su Reglamento;

VIII. Medio publicitario digital o electrónico: aquellos a través de los cuales se transmiten mensajes mediante un sistema luminoso;

IX. Medio publicitario de tótem: anuncio denominativo o informativo en una cimentación rectangular o cilíndrica;

X. Mobiliario urbano con publicidad integrada: aquel que estará determinado por las necesidades de la Ciudad con el objetivo de mejorar la calidad del espacio público, las condiciones de seguridad ciudadana y accesibilidad.

La Comisión Mixta de Mobiliario Urbano aprobará y ratificará las dimensiones máximas para el mobiliario, de acuerdo con las necesidades del espacio público y criterios de funcionalidad e integración armónica con el paisaje urbano, atendiendo lo que disponga el Reglamento. Todos los proyectos de colocación y diseño de mobiliario con fines publicitarios, deberán sujetarse a lo anterior.

Ningún nuevo mobiliario urbano con publicidad integrada podrá instalarse en zonas y ubicaciones donde ya existan otras modalidades de mobiliario con publicidad, de acuerdo con las definiciones de proporcionalidad espacial definidas en esta Ley y su Reglamento.

El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse en ubicaciones y corredores publicitarios autorizados por la Secretaría.

Las unidades de mobiliario urbano con publicidad integrada deberán colocarse observándose un radio de, al menos, 150 metros entre sí, distribuidos alternadamente a razón de no más de uno por cuadra y dejando una cuadra libre como mínimo, sin traslaparse con otros medios de publicidad.

Adicionalmente, la colocación de mobiliario urbano con publicidad integrada debe cumplir estrictamente con los siguientes requisitos:

a) No obstruir el tránsito peatonal ni la accesibilidad universal del espacio público;
b) No afectar la seguridad del tránsito vehicular;
c) No emplazarse sobre Áreas de Valor Ambiental y no implicar la tala o poda de árboles o follaje para su instalación o visibilidad;
d) No generar saturación física ni visual, y
e) Cumplir con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

En el Centro Histórico de la Ciudad de México y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en Áreas de Conservación Patrimonial se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales, en apego a la normativa establecida por la Secretaría, en concurrencia con la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, así como con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura.

La colocación de todo mobiliario urbano con publicidad integrada en los espacios, vías, infraestructuras, equipamientos o bienes inmuebles propiedad de la Ciudad, ya sean del dominio público o privado y que esta Ley contempla, deberá contar con el Permiso Administrativo Temporal Revocable emitido por la SAF, en términos de la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público, así como con la aprobación de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano respecto a su diseño y volumetría. La Secretaría aprobará mediante oficio el emplazamiento de cada unidad de mobiliario urbano en observancia de los criterios de espacialidad y beneficio del espacio público definidos en esta Ley y su Reglamento;

XI. Medio publicitario en vehículos de transporte: el instalado en vehículos de transporte, previsto en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México y su Reglamento, la presente Ley y los lineamientos que para tal efecto emita la SEMOVI;

XII. Medio publicitario en equipamiento auxiliar de transporte: anuncio instalado en los accesorios directos e indirectos que resulten complementarios a la prestación del servicio de transporte de pasajeros y de carga, que sean susceptibles de autorización para su ubicación y características por parte de la SEMOVI;

XIII. Medio publicitario en tapiales: el instalado en un tablero de madera, lámina u otros materiales, ubicado en vía pública, destinado a cubrir el perímetro de una obra en proceso de construcción;

XIV. Medio publicitario en valla: cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos y obra en proceso, con fines publicitarios, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento;

XV. Medio publicitario en túneles, pasos a desnivel y bajo puentes en corredores publicitarios: dichos medios publicitarios deberán cumplir con las características, términos y condiciones que se establezcan en el Reglamento;

XVI. Medio publicitario temporal en mallas de protección para arreglo y mantenimiento de fachadas, con o sin valor patrimonial: el instalado en una estructura temporal tipo andamio, sobre el que se coloca una malla hasta el 50 % con publicidad. La colocación del andamio deberá permitir el libre y seguro tránsito peatonal sin obstruir la circulación y se instalará bajo las especificaciones determinadas por esta Ley y su Reglamento. Dicho medio publicitario deberá permitir la visibilidad de los trabajos de mantenimiento de las fachadas en que se instalen.

Los proyectos de arreglo y mantenimiento de fachadas serán autorizados por la Secretaría, sin detrimento de las determinaciones que emitan el Instituto Nacional de Antropología e Historia y/o el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, en el ámbito de sus respectivas competencias, conforme a la legislación federal aplicable. El incumplimiento de los términos autorizados en los proyectos de intervención será motivo para suspender o revocar las Licencias respectivas, así como la suspensión o eliminación a del Registro de Publicistas, sin perjuicio de las sanciones que impongan las autoridades competentes;

XVII. Medios publicitarios de proyección óptica, virtual y nuevas tecnologías: aquellos emitidos por proyección sobre un elemento macizo, los cuales no podrán tener un carácter permanente ni afectar la imagen arquitectónica y sólo se permitirán en condiciones específicas y de manera temporal. Únicamente se permitirá la instalación de estos medios publicitarios para difundir información cívico o cultural con patrocinio y deberán cumplir con las demás especificaciones determinadas en el Reglamento. El tiempo de proyección deberá ser autorizado por la Secretaría, de acuerdo con la propuesta que presente el publicista.

Este tipo de medios publicitarios sólo podrá utilizarse de acuerdo con criterios de densidad y equilibrio territorial de su ubicación que serán definidos por la Secretaría, establecidos en el Reglamento y no se podrán instalar sobre fachadas de cristal o que contengan vanos.

En el caso de los inmuebles y monumentos protegidos o catalogados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia y/o el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, las proyecciones sólo podrán autorizarse previa aprobación de dichos Institutos;

XVIII. Medios publicitarios de cartelera publicitaria en muro ciego de planta baja: aquellos instalados en muros carentes de vanos y accesos sobre el que se colocará un bastidor ligero de madera o metal sobre el que se colocan carteles publicitarios de materiales reciclables y no permanentes, los cuales deberán estar distribuidos y colocados conforme a las disposiciones del Reglamento de esta Ley;

XIX. Anuncios con información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares: todo aquel que no se coloque en pendones sobre bienes del dominio público, como en postes de señalización vial, dispositivos de tránsito, telefonía, transmisión de datos y árboles;

XX. Medios publicitarios con valor patrimonial cultural: aquellos que, dado su valor histórico, artístico o visual en la memoria colectiva de la Ciudad de México, sean declarados de forma individual como bienes materiales afectos al Patrimonio Cultural en los términos de las leyes local y/o federal de la materia;

XXI. Medio publicitario en conexión elevada interurbana: infraestructura pública con diseño universal que facilita la funcionalidad de la vía pública y permite la interconexión y movilidad tanto de ciclistas como de peatones, dotados de estacionamiento y servicios para bicicletas particulares;

XXII. Medio publicitario de información cívico cultural: aquellos que difunden información cívica o cultural con o sin patrocinio. Dicho patrocinio deberá cumplir con:

a). Medios impresos, con imágenes fijas o no digitales: la imagen publicitaria comercial no deberá exceder el 20% de la superficie que se expone, y
b). Medios digitales o de proyección: la imagen publicitaria comercial no deberá exceder el 15% del tiempo en pantalla.

Este tipo de medios podrá contar con una licencia de temporalidad acotada a solicitud del publicista y de acuerdo a lo que la Secretaría apruebe en función de criterios de respeto al espacio público, y

XXIII. Medio publicitario denominativo institucional: el que contiene el nombre y el logo de una institución pública local o federal.

Tratándose de medios publicitarios que, de acuerdo con sus características, no se encuentren previstos en este artículo y sean sometidos a consideración de la Secretaría, ésta valorará si es viable o no otorgar una licencia conforme a lo dispuesto en esta Ley, siempre y cuando no se encuentren expresamente prohibidos.

Artículo 15. En la Ciudad queda prohibida la instalación de los siguientes medios publicitarios:

I. Instalados en las azoteas;

II. Autosoportados;

III. Con sonido;

IV. Instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos o en cualquier otra formación natural;

V. Colocados en lonas, mantas o mallas que se encuentren fijados, clavados, amarrados o pegados directamente a algún elemento arquitectónico de la fachada del inmueble;

VI. Pintados o adheridos a una fachada, muro, barda o barandilla, sin ser denominativo;

VII. Envolventes, instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones, tales como, ventanas, ventanales, muros ciegos no colindantes, fachadas y puertas, que afecten la imagen arquitectónica o impidan, parcial o totalmente, el libre paso de las personas, la iluminación, visibilidad o la ventilación natural al interior.

Solo se permitirán para la colocación de medios publicitarios de renta, venta o denominativos bajo características que no intervengan en cuestiones de accesibilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y seguridad, de conformidad con lo previsto en el Reglamento;

VIII. En unidades habitacionales, de conformidad con lo establecido en la ley de la materia;

IX. En postes de señalización vial y dispositivos de tránsito;

X. Pendones de promociones, compra, venta, renta o cualquier otro tipo de servicio instalados en postes de señalización vial, electricidad, telefonía, transmisión de datos, dispositivos de tránsito y en árboles;

XI. Con drones;

XII. Cuando se trate de medios publicitarios inflables, cualquiera que sea el lugar de su instalación o estén suspendidos en el aire;

XIII. Modelados, figurativos o abstractos, con volumen o en tres dimensiones, cualquiera que sea el lugar de su instalación;

XIV. Adheridos a vidrios, escaparates o ventanales de los establecimientos mercantiles, cuando éstos obstruyan la accesibilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y/o seguridad, de conformidad con lo previsto en el Reglamento, excepto aquellos a que se hace alusión en el segundo párrafo del artículo 38 de esta Ley;

XV. Medios publicitarios en muros ciegos de colindancia;

XVI. Medios publicitarios que contengan cualquier imagen estática o en movimiento, que atente contra la dignidad de las personas o vulnere los valores o derechos humanos;

XVII. Proyectados sobre las edificaciones públicas o privadas desde un vehículo en movimiento;

XVIII. En zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, bosques y zonas arboladas.

Solo se permitirá publicidad exterior en parques y jardines tratándose de medios publicitarios que tengan fines de beneficio al espacio público o contengan mensajes informativos, cívicos o culturales, en los términos y ubicaciones que se determinen en el Reglamento;

XIX. En estructuras instaladas en vehículos motorizados y no motorizados de propiedad pública o privada, que no formen parte del diseño original del vehículo y que tengan fines publicitarios, tales como carteleras en un tablero de madera, lámina, pantallas, anuncios volumétricos, vallas móviles o cualquier otro tipo de estructura;

XX. Pintados, adheridos o indicados sobre el piso del espacio público, directamente o en una placa o soporte;

XXI. En puentes peatonales.

XXII. Proyecciones con cualquier tipo de publicidad, cuando éstas se lleven a cabo sobre viniles, pantallas, lonas o cualquier elemento adherido o montado de forma temporal o permanente en fachadas, muros ciegos, cristales o elementos arquitectónicos, y

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

Artículo 16. Los publicistas procurarán que los materiales para la fabricación y soporte de los medios publicitarios sean biodegradables y deberán evitar que contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente; lo anterior, en términos de las disposiciones jurídicas aplicables en materia ambiental y de residuos sólidos.

Artículo 17. El contenido de los medios publicitarios será acorde al marco legal de la libertad de expresión, por lo que se prohíbe la instalación de aquellos medios publicitarios cuyos contenidos atenten contra la dignidad de las personas, vulneren los derechos humanos y aquellos que difundan mensajes sexistas, lenguaje misógino o inciten a cualquier tipo de violencia.

Artículo 18. Estará permitida la instalación de medios publicitarios con iluminación, los cuales, preferentemente, deberán ser fabricados con materiales reciclables y sistemas ahorradores de energía, sin contener sustancias tóxicas o nocivas para la salud de las personas o el medio ambiente de conformidad con las Normas Oficiales Mexicanas y demás normativa aplicable.

Asimismo, dichos medios publicitarios deberán cumplir con las siguientes características:

I. Funcionarán mediante el uso de leds;

II. El nivel directo al medio publicitario será hasta 600 luxes, siempre que su reflejo no exceda de 50 luxes;

III. Las pantallas electrónicas no podrán exceder de 3 nits sobre la luminosidad ambiental y los 325 nits durante su proyección en el horario de las 18:00 a 6:00 horas del día siguiente;

IV. En caso de que su contenido consista en imágenes fijas, no podrán tener una duración menor de 18 segundos, ni mayor de 30;

V. Deberán contar con sensor de intensidad y sistema automático de ajuste que reduzca la misma al nivel permitido;

VI. No deben tener cambios en la intensidad de la luminosidad durante el periodo en que los mensajes están fijos, ni contener luces en movimiento;

VII. No deberán contener videos, ni imágenes con fondos blancos, y

VIII. Las pantallas electrónicas no podrán emitir sonido o proyectar rayos de luz.

El cumplimiento de las disposiciones anteriores, se acreditarán al momento de solicitar la Licencia respectiva. La autoridad competente podrá realizar visitas de verificación en cualquier momento.

Durante la vigencia de la Licencia de los medios publicitarios instalados con iluminación, los publicistas otorgarán a favor del Gobierno de la Ciudad, sin costo, el quince por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes institucionales, culturales, o cívicos. En casos de emergencia o desastre, el Gobierno de la Ciudad podrá disponer de los porcentajes necesarios para dicho efecto.

Las pantallas electrónicas que sean utilizadas como medios publicitarios solo podrán instalarse en mobiliario urbano, tapiales, vallas y autosoportados que comprueben su legalidad, fuera de las Zonas de Monumentos Históricos e Inmuebles afectos al patrimonio cultural, en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 19. La instalación de medios publicitarios con iluminación, específicamente pantallas, está prohibida en fachadas, muros ciegos, túneles y bajo puentes.

Artículo 20. Los medios publicitarios que anuncien espectáculos tradicionales de manera temporal, quedan exceptuados de la obtención de Licencias, Autorizaciones o Permisos, siempre que se trate de gallardetes y no pongan en riesgo la integridad física de las personas o sus bienes, no se coloquen en árboles y no afecten la infraestructura de seguridad vial.

La información cultural podrá difundirse en medios publicitarios mediante gallardetes, cuyas dimensiones y términos específicos serán señaladas en los términos del Reglamento.

Artículo 21. En las Áreas de Conservación Patrimonial y demás elementos del patrimonio cultural urbano en vialidades primarias sólo se podrán instalar medios publicitarios denominativos y de información cultural, tapiales, mallas para el arreglo y mantenimiento de fachadas, vallas y mobiliario urbano con publicidad integrada, de conformidad con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

En el Suelo de Conservación, excepto poblados rurales, solo se podrán instalar medios publicitarios denominativos y de información cultural, de conformidad con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

Artículo 22. Los medios publicitarios de tótem solamente podrán ser instalados sobre propiedad privada de teatros, bancos, auditorios e inmuebles donde se lleven a cabo exposiciones o espectáculos, estaciones de servicio o de carburación, cines y centros comerciales, siempre y cuando cumplan con las medidas y especificaciones que establece el Reglamento y no se trate de Áreas de Conservación Patrimonial. En las estaciones de servicio o de carburación podrá instalarse un solo medio publicitario en tótem de contenido denominativo e información que la normativa federal aplicable, expresamente establezca.

El medio publicitario denominativo de un centro comercial y el de los locales comerciales que lo integran deberán contenerse en un mismo tótem. Cuando los locales comerciales tengan acceso directo al exterior, podrán instalar un medio publicitario denominativo en la fachada por cada local.

Artículo 23. En los teatros, cines y espacios culturales podrá instalarse o adosarse a la fachada, una cartelera con las medidas y especificaciones que señala el Reglamento.

Artículo 24. La instalación de medios publicitarios en vallas se permitirá en Áreas de Conservación Patrimonial, únicamente cuando se trate de estacionamientos y predios baldíos que no se encuentren

dentro de Zonas Federales de Monumentos, bajo las especificaciones que establece la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 25. No podrán instalarse medios publicitarios en presas, canales, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, postes de señalización vial, incluidos todos los dispositivos de control de tránsito.

Artículo 26. Los medios publicitarios denominativos solo podrán instalarse en donde se desarrolle la actividad de la persona física o moral que corresponda al medio publicitario y deberán ser adosados, integrados o pintados, con o sin iluminación interna o externa.

Artículo 27. La distribución de espacios para los medios publicitarios se determinará por la autoridad que emita la Licencia o Autorización, según corresponda, considerando las dimensiones y características de estos, en relación con el entorno urbano y la funcionalidad de las vialidades, garantizando el uso adecuado de las áreas de tránsito peatonal y vehicular, así como los criterios que señala la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Una vez determinada la distribución de espacios para los medios publicitarios solo podrá modificarse para su redistribución, a efecto de reducir las dimensiones de éstos o el número de los ya existentes; para ello la Secretaría expedirá los lineamientos correspondientes.

La instalación de los medios publicitarios deberá considerar lo establecido en el Atlas de Riesgos señalado en la Ley de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México.

Artículo 28. Para la instalación de los medios publicitarios que se encuentran permitidos por esta Ley, se requerirá de una Licencia, Permiso, Permiso Administrativo Temporal Revocable o Autorización, según corresponda, en los siguientes términos:

I. Autorización: emitida por las Alcaldías para la instalación de los siguientes medios publicitarios ubicados en vialidades secundarias, siempre que no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación:

a) Anuncios con información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, cuyas dimensiones sean superiores a 2 metros cuadrados;
b) De tipo denominativo;
c) Tapiales; y
d) Carteleras de muro ciegos en planta baja.

II. Permiso: emitido por la SEMOVI para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, así como medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte.

III. Licencia: emitida por la Secretaría, tratándose de los demás medios publicitarios permitidos y que no se encuentren en las facultades de las Alcaldías y la SEMOVI.

Los medios publicitarios denominativos institucionales quedan exentos de la obtención de Licencias y Autorizaciones, siempre y cuando cumplan con las dimensiones y características previstas en esta Ley y su Reglamento, y

IV. Permiso Administrativo Temporal Revocable (PATR): el que es emitido por la SAF y que deberán tramitar las personas que requieran instalar medios publicitarios o anuncios en la vía pública o en bienes inmuebles que integran el patrimonio de la Ciudad. Lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público, así como demás normativa aplicable.

Artículo 29. Será responsabilidad de la persona titular de una Licencia, Autorización, PATR o Permiso, realizar las actividades de mantenimiento de los medios publicitarios respectivos, a fin de evitar condiciones de alto riesgo, así como informar dichas actividades a la Secretaría, la Alcaldía, la SAF o la SEMOVI, según sea el caso.

El cumplimiento de esta obligación se revisará mediante un procedimiento aleatorio y, en caso de no verificarse el debido cumplimiento, se iniciará el procedimiento administrativo de verificación correspondiente, de conformidad con lo que establece la Ley del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México.

Artículo 30. Las personas que requieran instalar más de cinco medios publicitarios denominativos con las mismas características, por tratarse de franquicias o similares deberán solicitar una Licencia de medio publicitario denominativo masivo, en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 31. Para poder tramitar Licencias, Autorizaciones, PATR y Permisos, los publicistas deberán estar inscritos en el Registro de Publicistas, el cual contendrá el nombre o denominación social del publicista así como su domicilio fiscal.

Para solicitar su inclusión en el Registro de Publicistas, las personas interesadas deberán presentar ante la Secretaría los documentos con los que se acredite su interés y, en su caso, la personalidad de quien promueva, su domicilio legal para oír y recibir notificaciones así como demás requisitos que al efecto establezca la Secretaría.

El procedimiento para su inscripción se establecerá en el Reglamento. Asimismo, la Secretaría contará con 45 días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud para emitir la respuesta correspondiente.

Artículo 32. Las autoridades competentes para la emisión, verificación y, en su caso, sanción de lo relacionado con esta Ley, proporcionarán a la Secretaría la información necesaria para alimentar el Registro de Publicistas; lo anterior, con la finalidad de que exista una coordinación interinstitucional y una administración pública eficaz y eficiente.

Artículo 33. En el supuesto de que el publicista sea sancionado por infracciones a esta Ley se dará de baja del Registro de Publicistas, hasta en tanto no cumpla con las sanciones que le hayan sido impuestas.

Artículo 34. Las personas titulares de las Alcaldías, en el ámbito de sus competencias, expedirán las Autorizaciones de anuncios previstas en esta Ley.

Artículo 35. Los permisos que emita la SEMOVI se realizarán de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México.

Artículo 36. Además de lo establecido en el artículo 29, las personas titulares de las Licencias están obligadas a:

I. Cumplir con las obligaciones establecidas en la Licencia respectiva;

II. Pagar, de manera puntual e íntegra, los derechos que establece la Ley de la materia;

III. Sujetarse a las disposiciones en materia urbana, ambiental, gestión integral de riesgos, protección civil, a las Normas Oficiales Mexicanas y demás que resulten aplicables;

IV. Permitir al personal comisionado por la Secretaría y al de la SGIRPC la revisión de los medios publicitarios, así como al Instituto y las Alcaldías la práctica de visitas de verificación administrativas y demás acciones que deriven de las mismas, en el ámbito de sus respectivas competencias, conforme con las disposiciones jurídicas aplicables;

V. Contratar un seguro de responsabilidad civil;

VI. Retirar, al vencimiento del plazo de la Licencia, los bienes que se hayan instalado con motivo de éstas, siempre que no se haya solicitado su revalidación. Dicho trámite deberá realizarse con 10 días hábiles de anticipación al vencimiento del plazo;

VII. Observar las normas y disposiciones que resulten aplicables para el cumplimiento del objeto y actividades reguladas por la presente Ley;

VIII. Estar inscritas en el Registro de Publicistas de la Secretaría, y

IX. Las demás que señale la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables.

Se exceptúan de lo previsto en la fracción II de este artículo los medios publicitarios temporales definidos en el Reglamento que coadyuven a financiar el mejoramiento o rehabilitación del espacio público, a través del mantenimiento y conservación de parques, jardines, camellones y áreas verdes.

En este supuesto, la Licencia respectiva será vigente únicamente durante el tiempo que duren los trabajos de mantenimiento. En ningún caso el costo del mantenimiento sería inferior al pago de los derechos de la licencia correspondiente.

Todo medio publicitario sujeto a lo establecido en el presente artículo deberá exhibir de manera visible los datos de la Licencia y la vigencia de ésta, de conformidad con lo que se establezca en el Reglamento.

Artículo 37. Tratándose de medios publicitarios instalados en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior, siempre que se trate de proyectos de infraestructura para la movilidad en los organismos que forman parte del Sistema Integrado de Transporte Público y sus componentes complementarios, siempre y cuando estén comprendidos y cumplan con lo dispuesto en el artículo 14 de la presente Ley, se regirán de acuerdo con lo requisitos de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, la Ley de Régimen Patrimonial y del Servicio Público, sus respectivos reglamentos y demás ordenamientos que resulten aplicables.

Artículo 38. Para la instalación de medios publicitarios denominativos de una superficie mayor a los 5 metros cuadrados se deberá obtener Licencia ante la Secretaría, o en su caso, autorización ante la Alcaldía.

Cuando se trate de medios publicitarios denominativos de superficie menor a 5 metros cuadrados no se requerirá ningún tipo de licencia, permiso o autorización, por lo que las personas físicas o morales titulares de establecimientos mercantiles de bajo impacto que los instalen, no serán consideradas como publicistas. Asimismo, dichas personas podrán utilizar para fines de información gráfica sobre la oferta de sus establecimientos las vitrinas, aparadores, ventanales, puertas, bardas y vanos del inmueble en el que se encuentren los establecimientos mercantiles; sin que sea necesario acreditar algún pago o contribución, ni mayor trámite que el Aviso de Apertura del Establecimiento mercantil del que se trata. Sin embargo, deberán observarse las medidas de armonía arquitectónica que se establezcan en el Reglamento.

Lo previsto en el párrafo anterior no será aplicable para establecimientos mercantiles de impacto vecinal e impacto zonal; por lo que en este supuesto estarán obligadas a solicitar la Licencia o autorización correspondiente.

Artículo 39. Las licencias de medios publicitarios deberán solicitarse por escrito ante la Secretaría, en el formato impreso o electrónico que se encuentre disponible en el Portal de Registro de Trámites y Servicios de la Ciudad de México. Dicha solicitud se resolverá en un plazo no mayor de 30 días hábiles.

A la solicitud de Licencia se deberá adjuntar la siguiente documentación, según corresponda:

a) Responsiva de un Director Responsable de Obra, así como los planos estructurales, memoria de cálculo y de cimentación en su caso, firmados por éste;

b) Copia certificada del poder del representante legal;

c) Recibo de pago de los derechos correspondientes previstos en el Código Fiscal de la Ciudad de México;

d) Planos acotados a escala (plantas y alzados) deberán incluir el diseño, materiales, acabados, colores, texturas, dimensiones, iluminación y detalles estructurales o de fijación y demás especificaciones técnicas, así como incluir la imagen objetivo de la instalación que se pretenda. Tratándose de medios publicitarios de proyección se deberá presentar la propuesta que incluya el horario y contenido de ésta;

e) Aprobación de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano en su caso;

f) Opinión Técnica Favorable otorgada por la SGIRPC, respecto del medio publicitario que se pretende instalar, en los términos y para los casos que señale el Reglamento;

g) Póliza de seguro de responsabilidad civil;

h) Cronogramas de los trabajos de mantenimiento a realizarse durante la vigencia de la Licencia;

i) En caso de requerirse, opinión positiva del Instituto Nacional de Antropología e Historia, en el ámbito de su competencia;

j) En caso de requerirse, opinión positiva del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura en el ámbito de su competencia;

k) Fecha, nombre y firma del solicitante, y

l) Los demás requisitos que establezca el Reglamento.

Para la solicitud de prórroga, se deberá cumplir con los requisitos previstos en los incisos a), c), f), y g) de esta fracción.

No podrán instalarse medios publicitarios no autorizados o que obtengan previamente la Licencia, Permiso o Autorización correspondiente.

Artículo 40. Los publicistas, previo a la solicitud de una licencia, deberán obtener su inscripción en el Registro de Publicistas, en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 41. No podrán otorgarse Licencias a aquellas personas físicas o morales que:

I. Sean sancionados en tres ocasiones por infracciones a esta Ley;

II. Se les haya sido revocada la Licencia en los nueve meses anteriores a la presentación de la solicitud, y

III. No se encuentren inscritas en el Registro de Publicistas o su registro haya sido suspendido, revocado o dado de baja.

Artículo 42. La Licencia de medios publicitarios que expida la Secretaría, permitirá al publicista beneficiado la instalación de los medios publicitarios aprobados por un plazo de tres años prorrogables una vez por el mismo periodo; salvo los siguientes medios publicitarios, que tendrán la siguiente vigencia:

a) La Licencia que permita la instalación de medios publicitarios en tapiales tendrá la misma vigencia que la manifestación de construcción respectiva;
b) La Licencia que permita la instalación de medios publicitarios en mallas para el arreglo de fachadas, tendrá la misma vigencia que el Aviso de realización de obras que no requieren manifestación de construcción o licencia de construcción especial, de conformidad con el artículo 62 del Reglamento de Construcciones vigente en la Ciudad de México correspondiente;

c) Tratándose de las Licencias para medios publicitarios en vallas o carteleras su vigencia será de uno a tres años. El pago de derechos por dicha Licencia se realizará de forma anual y podrá solicitarse su refrendo con 30 días de anticipación a su vencimiento, y
d) Tratándose de Licencias para medios publicitarios de información cívica o cultural, éstas se otorgarán con temporalidad acotada variable.

Por cada medio publicitario, la Secretaría deberá expedir una Licencia.

Artículo 43. Una vez que se autorice la expedición de la Licencia, la persona titular de la misma tendrá un plazo de cinco días hábiles para entregar a la autoridad competente la póliza de seguro de responsabilidad civil para garantizar la reparación de daños a terceros o a sus bienes, la cual deberá mantenerse vigente durante el plazo de la Licencia. Dicha póliza deberá presentarse anualmente durante la vigencia de la Licencia.

En caso de no presentar la póliza de seguro de responsabilidad civil en el plazo establecido, la Licencia se revocará de pleno derecho.

Artículo 44. Las Licencias deberán contener al menos los siguientes elementos:

I. Nombre y domicilio de la persona titular;

II. Objeto, fundamento y motivación de su otorgamiento;

III. Datos de ubicación, diseño, dimensiones, materiales y especificaciones técnicas;

IV. Descripción general del medio publicitario;

V. Vigencia de la Licencia;

VI. La naturaleza y el monto de las garantías que, en su caso, deberá otorgar el licenciatario para el cumplimiento de las obligaciones contenidas en las disposiciones jurídicas aplicables;

VII. Pago de derechos que se deriven de la Licencia, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México;

VIII. Causales de revocación de la Licencia;

IX. Los derechos y obligaciones del licenciatario, en la que se incluirá el cronograma de los trabajos de mantenimiento;

X. La obligación de remitir informes avalados por un Director Responsable de Obra y un Corresponsable en Seguridad Estructural, en los términos que señale el Reglamento;

XI. Fecha de otorgamiento;

XII. Las razones que podrán dar lugar a la modificación del contenido de la Licencia, y

XIII. Las que se señalen en el Reglamento y la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México.

Artículo 45. Para la instalación de enseres utilizados para el servicio de acomodadores de vehículos con publicidad integrada se deberá presentar aviso a la Secretaría, y a la Alcaldía cuando los enseres se encuentren en vía secundaria, debiendo anexar al mismo el pago de derechos ante la Tesorería, conforme con lo establecido en el artículo 305 inciso b) del Código Fiscal de la Ciudad de México.
En ningún caso la instalación de dichos enseres podrá obstaculizar el libre tránsito de las personas en la vía pública, se deberá garantizar el uso adecuado de las áreas de tránsito peatonal y vehicular.

Artículo 46. Las personas titulares de Licencias deberán ceder gratuitamente el cinco por ciento de sus espacios publicitarios a la Secretaría de manera permanente para difusión de publicidad institucional, salvo el tipo de casos que indique otro porcentaje en la presente Ley.

Artículo 47. Queda prohibido ceder, gravar o enajenar a terceros la Licencia o alguno de los derechos otorgados a través de esta, por lo que, cualquier acto de cesión diferente al referido en el artículo inmediato anterior no tendrá ningún efecto jurídico.

Artículo 48. La Licencia se extingue por las siguientes causas:

I. Vencimiento del plazo por el que se haya otorgado;

II. Renuncia;

III. Revocación o nulidad;

IV. Quiebra o liquidación del licenciatario, y

V. Las demás que señale el Reglamento.

Artículo 49. Son causas de revocación de la Licencia:

I. Ser sancionado dos veces por la comisión de una infracción prevista en esta Ley;

II. Difundir mensajes que tengan el carácter de prohibidos por los ordenamientos aplicables;

III. Ceder, gravar o enajenar la Licencia o algunos de los derechos en ella establecidos;

IV. No presentar la póliza de seguro de responsabilidad civil en el plazo establecido para tal efecto;

V. Derribar o podar árboles en contravención a las disposiciones legales aplicables;

VI. Instalar el medio publicitario en contravención a los requisitos establecidos en esta Ley;

VII. Incumplir con el cronograma de mantenimiento al medio publicitario, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento;

VIII. Incumplir con las obligaciones que establezca la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables, y

IX. Las demás que establezca la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 50. El titular de la Licencia deberá retirar los medios publicitarios dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que haya concluido su vigencia.

CAPÍTULO SEGUNDO
De las Autorizaciones

Artículo 51. Las Alcaldías podrán otorgar autorizaciones para la instalación de anuncios a través del cual se difunden mensajes de información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre que no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación.

Dichas autorizaciones tendrán la siguiente vigencia:

a) Tres meses prorrogables para anuncios de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares;

b) Tres años prorrogables para los denominativos;

c) Tratándose de tapiales, tendrá la misma vigencia que la manifestación de construcción respectiva, y

d) En carteleras de muros ciegos en planta baja, su vigencia será de un año.

Las Autorizaciones se otorgarán en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 52. Todo medio publicitario con una superficie inferior a la que se estipule en el Reglamento, no requerirá de Autorización.

Artículo 53. Las Autorizaciones para la instalación de anuncios, deberán solicitarse por escrito a la persona titular de la Alcaldía respectiva, en el formato impreso o electrónico que a través del sistema de trámites en línea que se encuentre disponible en el Portal de Registro Electrónico de Trámites y Servicios de la Ciudad de México. Dichas autoridades resolverán en un plazo no mayor a 10 días hábiles. En caso de que la persona solicitante no reciba respuesta en el plazo señalado, aplicará la negativa ficta.

El formato de la solicitud de Autorización deberá contener los siguientes datos:

I. Nombre, denominación o razón social del solicitante o, en su caso, de su representante legal;

II. Tipo de inmueble;

III. Domicilio y dirección electrónica para oír y recibir notificaciones;

IV. Plano en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del anuncio, así como una fotografía del inmueble donde se pretendan instalar, con el montaje de estos;

V. Fecha y firma del solicitante, y

VI. Opinión técnica favorable en materia de protección civil emitida por la Unidad de Gestión de Riesgos y Protección Civil de la Alcaldía, únicamente cuando se trate de autorizaciones para anuncios, con excepción de los anuncios de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares.

A la solicitud deberá agregarse el pago de derechos correspondiente en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México, además de los requisitos señalados en el Reglamento.

Artículo 54. La Autorización se extingue por cualquiera de las siguientes causas:

I. Vencimiento del plazo por el que se haya otorgado;

II. Renuncia;

III. Expedición de la autorización de uso y ocupación del inmueble construido, en su caso;

IV. Revocación o nulidad, y

V. Las demás que señale el Reglamento.

Artículo 55. El titular de la autorización deberá retirar los anuncios dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha en que haya concluido la vigencia de la Autorización respectiva.

CAPÍTULO TERCERO
De los Permisos

Artículo 56. Para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades se requerirá de Permiso otorgado por la SEMOVI.

Por lo que hace a medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, será necesaria la obtención de la autorización respectiva por parte de la SEMOVI, además de la aprobación de la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano.

La instalación de los medios publicitarios referidos en el presente artículo se regirá por lo dispuesto en la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público, la presente Ley, sus respectivos reglamentos y demás ordenamientos que resulten aplicables, así como por lo dispuesto en los Lineamientos que para tal efecto emita la SEMOVI, dentro del ámbito de sus atribuciones.

Los recursos generados por la contraprestación deberán ser ejercidos por los organismos de transporte correspondientes para garantizar el servicio, mantenimiento y funcionamiento de sus instalaciones y unidades.

CAPÍTULO CUARTO
Plataforma Digital de Publicidad Exterior

Artículo 57. La Plataforma es la herramienta tecnológica que permitirá contar con una base de datos que proporcione la información relativa a las Licencias, Permisos y Autorizaciones que se emitan en materia de publicidad exterior, en términos de la presente Ley y su Reglamento.

La Plataforma contará con características tecnológicas que permitan la consulta de la información que contenga, así como mecanismos confiables de seguridad que garanticen la protección de la información recabada, de conformidad con lo que señale el Reglamento.

Artículo 58. La Plataforma estará integrada por:

I. Un catálogo oficial de las Licencias, Permisos y Autorizaciones otorgadas conforme a lo previsto en esta Ley;

II. Los datos de ubicación de los medios publicitarios que cuenten con las Licencias, Autorizaciones o Permisos y, en su caso, de identificación del vehículo o bien en el que se instale;

III. Las opiniones técnicas favorables de los estudios de riesgos emitidos por la SGIRPC o por la Unidad de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Alcaldía, cuando así proceda, y

IV. El Registro de Publicistas inscritos ante la Secretaría.

Artículo 59. La Agencia Digital de Innovación Pública de la Ciudad de México diseñará y dará mantenimiento técnico a la Plataforma., la cual será operada y actualizada por la Secretaría, las Alcaldías y la SEMOVI, respecto de la información correspondiente a las Licencias, Autorizaciones y Permisos que emitan en el ámbito de sus respectivas competencias y en términos de la presente Ley y su Reglamento.

La Secretaría será la encargada de administrar la Plataforma y asignará una cuenta de acceso a las autoridades competentes, que les permita utilizar la Plataforma para el ejercicio de sus atribuciones en términos de la presente Ley y demás normativa aplicable.

Artículo 60. La Plataforma contará con mecanismos que aseguren el cumplimiento a las disposiciones previstas en materia de protección de datos personales, transparencia, acceso a la información pública y en materia de archivos.

Artículo 61. El Catálogo Oficial contendrá, al menos, los siguientes elementos:

I. Número de la Licencia, Permiso o Autorización, el nombre de su titular, vigencia y, de ser el caso, los datos de la prórroga o de la extinción;

II. Resoluciones o sentencias firmes emitidas por autoridad judicial o administrativa que afecten las Licencias, Autorizaciones o Permisos;

III. Número de registro ante la SGIRPC del estudio de riesgo, así como la respectiva opinión técnica favorable, que en su caso corresponda;

IV. Número de póliza de seguro de responsabilidad civil y, en su caso, fecha de renovación de la póliza correspondiente, y

V. Los demás que se señalen en el Reglamento de la presente Ley.

TÍTULO CUARTO
ÓRGANOS DE PARTICIPACIÓN

CAPÍTULO ÚNICO
Consejo Consultivo para Medios Publicitarios

Artículo 62. El Consejo será el órgano de consulta, cuyo objeto es opinar y asesorar a la Secretaría sobre las acciones necesarias para dar cumplimiento a la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 63. El Consejo tendrá las siguientes funciones:

I. Asesorar a la Secretaría en los asuntos de su competencia en materia de publicidad exterior conforme a la presente Ley;

II. Recomendar a la Secretaría realizar estudios y, en su caso, proporcionar a la misma estudios con los que se cuente, así como adoptar políticas, acciones y metas tendientes a cumplir con las obligaciones establecidas en la presente Ley;

III. Promover la participación de la ciudadanía, de manera informada y responsable en materia de publicidad exterior;

IV. Dar seguimiento a las políticas y acciones en la materia;

V. Integrar grupos de trabajo especializados y comisiones que coadyuven, de manera honorífica, al cumplimiento de las funciones del Consejo;

VI. Conocer de los informes de trabajo de la Secretaría y, en su caso, emitir las sugerencias que considere pertinentes para reforzar las políticas y acciones en materia de publicidad exterior;

VII. Elaborar y aprobar sus lineamientos para su organización y funcionamiento;

VIII. Celebrar y dar seguimiento a acuerdos interinstitucionales de manera coordinada con las áreas involucradas, según el asunto que, dentro del ámbito de sus atribuciones, cuenten con el objeto de cumplir con los fines de la presente ley, y

IX. Las demás que se determinen en las disposiciones reglamentarias.

Artículo 64. El Consejo estará integrado por una persona representante de las siguientes áreas de la Administración Pública y del Congreso de la Ciudad de México, quienes contarán con derecho a voz:

I. Persona titular de la Secretaría, quien lo presidirá;

II. Secretarías de Gobierno;

III. Secretaría del Medio Ambiente;

IV. Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil;

V. Secretaría de Administración y Finanzas;

VI. Secretaría de Movilidad;

VII. Instituto de Planeación Democrática y Prospectiva;

VIII. Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial, y

IX. Las personas titulares de las Alcaldías, cuando se traten asuntos relacionados con su demarcación territorial.

X. Tres Diputadas o Diputados de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana del Congreso de la Ciudad de México, por acuerdo de la misma y ratificadas por el pleno.

Artículo 65. A las sesiones del Consejo asistirán las siguientes personas, quienes contarán con derecho a voz:

I. Cinco personas representantes de las asociaciones, cámaras, personas físicas o morales cuyas actividades tengan como fin u objeto la publicidad exterior, y

II. Dos personas representantes de instituciones académicas.

La participación de las personas contempladas en el presente artículo, será honorífica; asimismo, la asesoría, recomendaciones, opiniones o sugerencias que emitan, tendrán el carácter consultivo, coincidente con la naturaleza del Consejo; por lo que no serán vinculantes.

Artículo 66. El Consejo contará con una Secretaría Técnica designada por la Presidencia, quien elaborará los lineamientos de operación y funcionamiento del Consejo.

La Presidencia designará a las personas representantes de la industria de la publicidad exterior y de las instituciones académicas. Previo a la instalación de la primera sesión del Consejo, realizará las gestiones pertinentes para la designación de los referidos integrantes, posiciones que serán rotativas por periodos de 1 año, con posibilidad de ratificarse por un periodo igual.

Artículo 67. Las personas representantes de las dependencias y entidades de la Administración Pública de la Ciudad de México, deberán tener, al menos el nivel de dirección general y podrán designar a un suplente con nivel mínimo de dirección de área o equivalente con atribuciones coincidentes en materia de la presente Ley.

Artículo 68. Por la naturaleza de los temas a tratar en las sesiones de la Comisión, la Presidencia del Consejo podrá invitar a otras autoridades, así como a personas físicas y organizaciones relacionadas, con los temas relacionados de la presente Ley; y cuya participación será de carácter honorífico.

Artículo 69. El Consejo aprobará, a propuesta de la Presida, los lineamientos de operación y funcionamiento de dicho órgano colegiado, los cuales deberán ser presentados en la sesión de instalación del Consejo establecer, cuando menos, los aspectos siguientes:

I. Procedimiento para convocar a las sesiones, tanto ordinarias como extraordinarias y dejar constancia de los acuerdos tomados;

II. Procedimiento para asegurar la participación de personas físicas o morales de los sectores vinculados a las materias objeto de la Ley, y

III. Mecanismos para la conformación de comisiones y grupos de trabajo sobre temas específicos, cuando así se considere necesario.

Artículo 70. El Consejo sesionará en forma ordinaria cuatro veces al año y extraordinaria cuando la urgencia de los asuntos a tratar así lo amerite, previa convocatoria que realice la Secretaría Técnica por instrucciones de la Presidencia del Consejo. Las sesiones podrán ser presenciales, virtuales o mixtas; lo que se detallará en los lineamientos respectivos.

El Consejo sesionará válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus integrantes.

TÍTULO QUINTO
PROCEDIMIENTO DE VERIFICACIÓN ADMINISTRATIVA

CAPÍTULO PRIMERO
Disposiciones Generales

Artículo 71. La determinación y ejecución de visitas de verificación administrativa, de medidas cautelares y de seguridad, así como de las sanciones que correspondan, se sujetarán a las formalidades y al procedimiento que se prevé para tal efecto en la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México, así como las demás disposiciones jurídicas y administrativas aplicables.

Artículo 72. Las personas que se determinen como responsables solidarias de la instalación de un medio publicitario estarán obligadas a pagar los gastos que se generen a la Administración Pública de la Ciudad por el retiro de medios publicitarios que realicen las autoridades competentes.

Artículo 73. Toda persona que advierta la instalación flagrante de un medio publicitario en contravención de lo dispuesto en esta Ley podrá solicitar a los elementos de la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México que intervengan para su remisión correspondiente ante la autoridad competente, cuando no se acredite en forma suficiente la existencia de una Licencia, Autorización o Permiso de dicho medio publicitario.

Cualquier persona podrá presentar denuncia ciudadana por presuntos actos, hechos u omisiones que pudieran constituir incumplimiento a las disposiciones de esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable en la materia, ante la Secretaría, la Procuraduría Ambiental y de Ordenamiento Territorial, el Instituto o la Alcaldía respectiva, en el ámbito de sus respectivas competencias, así como solicitar a estos dos últimos entes la práctica de las visitas de verificación administrativa.

CAPÍTULO SEGUNDO
Medidas Cautelares y de Seguridad

Artículo 74. La autoridad competente podrá determinar una o más de las siguientes medidas cautelares y de seguridad:

I. Aseguramiento de materiales, vehículos, utensilios, instrumentos, equipos, herramientas y cualquier bien directamente relacionado con el hecho que motiva la medida;

II. Suspensión temporal total o parcial de los medios publicitarios;

III. Retiro total o parcial de medios publicitarios, estructuras e instalaciones;

IV. Inhabilitación de medios publicitarios;

V. Corte, pintado o cubrimiento de los medios publicitarios, así como cualquier otra acción que impida la visibilidad de las marcas, productos y servicios que se promocionen o de información que estos contengan, y

VI. Las demás que establezcan los ordenamientos legales en la materia.

Las autoridades competentes podrán solicitar el auxilio de la fuerza pública para ejecutar cualquiera de las medidas previstas en el presente artículo.

La Secretaría, la SEMOVI, la SGIRPC, las Alcaldías y el Instituto, ejecutarán, en el ámbito de sus respectivas competencias, las medidas y determinaciones que en materia de publicidad exterior dicten las autoridades jurisdiccionales.

CAPÍTULO TERCERO
Infracciones y Sanciones

Artículo 75. Las verificaciones e imposición de medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones por la comisión de infracciones a la presente Ley corresponderán al Instituto y a las Alcaldías en los términos siguientes:

I. A las Alcaldías corresponderá, en el ámbito de su respectiva competencia, lo referente a los medios publicitarios considerados como anuncios conforme a lo definido en la presente Ley;

II. Al Instituto, lo referente a todos los medios publicitarios, con excepción de los considerados anuncios conforme a lo definido en la presente Ley;

III. A los Juzgados Cívicos corresponde la imposición de arrestos administrativos, de conformidad con la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México y demás ordenamientos que resulten aplicables, y

IV. A la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México la remisión de los presuntos infractores y de vehículos al depósito, en los casos a los que se refiere esta Ley.

Artículo 76. Las sanciones previstas en esta Ley se aplicarán sin perjuicio de las previstas en la legislación de desarrollo urbano y ordenamiento territorial, así como demás ordenamientos aplicables.

Artículo 77. Independientemente de las sanciones de carácter civil, serán solidariamente responsables del pago de las multas y de los gastos causados por el retiro de medios publicitarios que ordene la autoridad, quienes hayan intervenido en la instalación de estos. Se presume, salvo prueba en contrario, que han intervenido en la instalación de los medios publicitarios:

I. El publicista;

II. El responsable del inmueble o mueble en el que se instaló, y

III. El anunciante, titular de la marca o producto o cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, en los términos establecidos en esta Ley.

Las lonas, mantas y materiales similares adosados a los inmuebles, así como los objetos publicitarios colocados provisionalmente sobre las banquetas o el arroyo vehicular, serán considerados bienes abandonados y la autoridad administrativa podrá retirarlos directamente.

Artículo 78. En los procedimientos administrativos que se instruyan para la imposición de sanciones, harán prueba plena las fotografías y videograbaciones de los medios publicitarios instalados en contravención a la presente Ley, así como los pendones, gallardetes, carteles y, en general, los medios publicitarios o partes de ellos que logre asegurar o detectar el personal de verificación.

Artículos 79. Los elementos de policía de la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México que adviertan la instalación ilegal flagrante de un elemento publicitario, deberán presentar a las personas responsables ante el Ministerio Público o el Juzgado Cívico, conforme al ámbito de su competencia.

Toda persona podrá presentar ante la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial de la Ciudad de México, denuncia ciudadana por presuntos actos, hechos u omisiones que constituyan o puedan constituir incumplimiento o falta de la aplicación de las disposiciones de esta Ley y las disposiciones que de ella deriven en los términos dispuestos en la Ley de dicha Entidad.

Artículo 80. La Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial de la Ciudad de México presentará a la autoridad administrativa competente o ante el Tribunal de Justicia Administrativa de la Ciudad de México, la acción procedente para demandar la nulidad o revocación de actos administrativos dictados en contra de las disposiciones contenidas en esta Ley y demás disposiciones jurídicas de que ella emanen.

Artículo 81. En los supuestos en que se determine el retiro de medios publicitarios como medida cautelar y de seguridad o en su caso como sanción, las personas responsables estarán obligadas a llevar a cabo dicho retiro total o parcial, en caso de no realizarlo, la autoridad competente lo podrá ejecutar a costa del responsable.

En caso de que la autoridad de la Administración Pública de la Ciudad de México lleve a cabo el retiro parcial o total de los medios publicitarios, por haber sido imposición como medida cautelar y de

seguridad o sanción, los gastos que se generen serán determinados como créditos fiscales a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México.

Los restos del medio publicitario deberán ser reclamados por las personas interesadas dentro de los 30 días hábiles siguientes al retiro, los cuales serán entregados por la autoridad, previo pago del costo del retiro y del almacenaje, de conformidad con el Código Fiscal de la Ciudad de México. De no ser así, la autoridad ejecutora determinará su destino final, el cual podrá consistir en:

I. Destrucción;

II. Venta o remate;

III. Donación a instituciones públicas con fines de interés social, y

IV. Cualquier otro que sea en beneficio del interés social.

Lo anterior, sin perjuicio de las determinaciones que se dicten con motivo de la calificación de las actas de visita de verificación administrativa o en las resoluciones administrativas correspondientes.

Las especificaciones relacionadas con la determinación del destino final, se detallarán en el Reglamento.

Artículo 82. La persona servidora pública que expida una Licencia, Permiso o Autorización en contravención de lo establecido en la presente Ley y demás disposiciones aplicables, será sancionada en términos de las disposiciones en materia de responsabilidades administrativas, civiles o penales aplicables.

Artículo 83. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, Licencia o Autorización temporal cuando las características del medio publicitario instalado no correspondan a las previstas en los mismos.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro del medio publicitario a su costa.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro del medio publicitario a su costa.

Quienes resulten afectados en su interés jurídico, en los términos de la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México, pueden ejercer las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, cuando se hayan otorgado Permisos, Licencias y Autorizaciones temporales en contravención a las disposiciones contenidas en la presente Ley.

Artículo 84. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas al publicista, anunciante, y cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, así como el retiro del medio publicitario a costa del primero, que sin contar con el permiso administrativo temporal revocable, licencia o autorización temporal respectivo, ejecute o coadyuve en la instalación de un medio publicitario.

Artículo 85. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitario a su costa, a la persona física o moral que sin contar con la Autorización o Licencia correspondiente, ejecute o coadyuve en la instalación de pendones o gallardetes en un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajo-puente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o en cualquier otro elemento de la infraestructura urbana.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro de los medios publicitarios a su costa.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente, presentará, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Cuando los pendones o gallardetes contengan publicidad relativa a la venta de inmuebles y no se haya expedido la autorización de uso y ocupación respectiva, la Alcaldía condicionará la expedición de dicha autorización al pago de la multa y al retiro de los pendones o gallardetes respectivos.

Artículo 86. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitarios a su costa, a la persona física o moral que ejecute o coadyuve en la instalación de uno o más medios publicitarios adheridos a un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajo-puente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o a cualquier otro elemento de la infraestructura urbana.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa de los medios publicitarios.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa de los medios publicitarios. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

En cualquier caso, cuando el medio publicitario no autorizado contenga publicidad relativa a la celebración de un espectáculo público, las Alcaldías negarán el permiso para la celebración, o lo revocarán de oficio si ya lo hubieren expedido.

Artículo 87. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro del medio publicitario a su costa, al titular de la Licencia o Autorización que incurra en cualquiera de las siguientes infracciones:

I. Agregue elementos de propaganda al contenido de un medio publicitario denominativo;

II. Adhiera medios publicitarios al vidrio de un ventanal o escaparate, y

III. Instale medios publicitarios no permitidos en el interior de un escaparate.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 88. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del medio publicitario, al titular de la licencia o autorización que instale un medio publicitario denominativo en un inmueble distinto de aquel en donde se desarrolle la actividad de la denominación o razón social respectiva.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 89. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del medio publicitario, al titular de la licencia o autorización que instale un medio publicitario denominativo de tal forma que sobresalga total o parcialmente del contorno de la fachada.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del medio publicitario y arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 90. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitario, a la persona física que ejecute o coadyuve en la instalación de un medio publicitario en un mueble urbano sin contar con la licencia de la Secretaría.

Se entiende que coadyuva en la instalación quien coloque o introduzca el medio publicitario, equipo o materiales necesarios para su instalación en el mueble urbano donde vaya a ser o haya sido instalado el medio publicitario.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa del medio publicitario.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario. El Instituto o en su caso la Alcaldía correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Si el mueble urbano consiste en una caseta telefónica o caja de registro de líneas telefónicas, el retiro del medio publicitario podrá consistir en la aplicación de pintura al mueble urbano.

Artículo 91. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y el retiro del medio publicitario a su costa, al titular de una licencia o autorización que no retire los gallardetes y demás medios publicitarios en el plazo de cinco días hábiles previstos en esta Ley.
Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro de los medios publicitarios a su costa.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario.

Artículo 92. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente al responsable del medio publicitario, así como la remisión del vehículo al depósito de la Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México, y al conductor de un vehículo desde el cual se proyecten medios publicitarios sobre las edificaciones públicas o privadas, sea que el vehículo se encuentre en movimiento o estacionado.

La misma sanción se aplicará a las personas infractoras relacionadas y al conductor de un vehículo de propiedad pública o privada que se encuentre en movimiento o estacionado con cualquier tipo de estructura instalada, la cual difunda medios publicitarios de propaganda.

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

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y la remisión del vehículo al depósito.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas y la remisión del vehículo al depósito.

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.

Artículo 93. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, y el retiro del medio publicitario a su costa, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, Licencia o Autorización que incumpla con lo establecido en el artículo 17 de esta Ley.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro de los medios publicitarios a su costa, si volviera a colocarlos.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del medio publicitario si lo coloca por tercera vez.

El Instituto deberá presentar, además, ante el ministerio público, la denuncia por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 94. Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 95. Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores, así como los gastos que se generen por el retiro parcial o total de los medios publicitarios por parte del Gobierno de la Ciudad de México, cuando éste haya sido impuesto como medida cautelar y de seguridad, o sanción, serán considerados créditos fiscales a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México.

Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Inhabilitación del medio publicitario; la exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el Reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

CAPÍTULO CUARTO
De los Delitos

Artículo 96. Se le impondrá de tres a seis años de prisión, así como multa de 500 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, a quien atente contra la protección, conservación y regulación del paisaje urbano de la Ciudad de México al realizar o participar en la instalación de un medio publicitario:

a) En azoteas, instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos o en cualquier otra formación natural;

b) Autosoportados prohibidos en los términos de esta Ley;

c) Pintado o adherido en fachadas que no sean denominativos;

d) Envolventes;

e) Proyecciones sobre materiales plásticos, lonas, o elementos colocados o adheridos en fachadas;

f) Que atenten contra la dignidad de las personas o vulneren los valores o derechos humanos, y

g) En zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental o áreas naturales protegidas;

Las penas previstas en este artículo se duplicarán cuando una o más de las conductas descritas en el párrafo anterior se desarrollen en suelo de conservación ecológica, área natural protegida, área de valor ambiental, barrancas o áreas verdes en suelo urbano, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables.

Este delito se perseguirá de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno de la Ciudad de México, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria, o sanción administrativa o penal, según lo resuelva el Juez competente.

Artículo 97. Comete el delito en contra de la protección, conservación y regulación del paisaje urbano de la Ciudad de México, quien permita la instalación de un medio publicitario en azoteas, así como de un medio publicitario adosado, tapial, valla o muro ciego sin contar con la licencia o autorización que exija esta ley, y se le impondrá de tres a seis años de prisión, así como de 6,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente.

Se entiende que permite la instalación, el propietario, poseedor, responsable o administrador del inmueble, o quien celebre convenio con persona cuyo objeto consista en la colocación y venta de espacios publicitarios.

Artículo 98. A quien tenga la propiedad, posesión, administración, disposición, uso o disfrute de una grúa o vehículo que se utilice, por sí o por interpósita persona, para la instalación de un medio publicitario en azotea, así como un medio publicitario autosoportado, adosado, tapial, valla, o en muro ciego sin contar con licencia o autorización que exija esta ley, se le impondrán las mismas penas establecidas en el artículo anterior, además de las multas administrativas de tránsito respectivas, al vehículo, si fuere el caso.

Artículo 99. Comete delito contra el ambiente quien, para ejecutar, preparar, instalar o modificar un medio publicitario autosoportado, en azotea, adosado, tapial, valla muro ciego, pode, desmoche o tale uno o más árboles sin autorización o licencia que exija la legislación aplicable, y se le impondrá de un año a cuatro años de prisión, así como de 6,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente.

Las penas previstas en este artículo se duplicarán cuando una o más de las conductas descritas en el párrafo anterior se desarrolle en suelo de conservación ecológica, área natural protegida, área de valor ambiental, barrancas o áreas verdes en suelo urbano, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 100. Los delitos de este Capítulo se perseguirán por denuncia, con excepción de los previstos en los dos primeros artículos de este, en los cuales se refiere que son de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno de la Ciudad de México, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria según lo resuelva el Juez competente.

Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores serán determinadas como créditos fiscales, a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal de la Ciudad de México.

CAPÍTULO QUINTO
De los Medios de Impugnación

Artículo 101. Las personas que se consideren afectadas por los actos y resoluciones emitidas por las autoridades competentes conforme a lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento, podrán interponer el recurso de inconformidad previsto en la Ley de Procedimiento Administrativo de la Ciudad de México, ajustándose a lo previsto por la misma o juicio de nulidad ante el Tribunal de Justicia Administrativa de la Ciudad de México de conformidad con lo dispuesto por la Ley respectiva.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Remítase a la persona titular de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México para su promulgación y publicación en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México.

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

TERCERO. Se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal publicada el 20 de agosto de 2010 en la Gaceta Oficial del -entonces- Distrito Federal, no. 909, así como sus reformas y todos los ordenamientos que se opongan al presente Decreto.

CUARTO. De conformidad con el principio de uniformidad, el "padrón de empresas comercializadoras de publicidad" contemplado en el artículo 159 de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México, deberá migrar la información con la que cuenta, desde su creación hasta la entrada en vigor del presente Decreto, a la Plataforma Digital de Publicidad Exterior y al Registro de Publicistas, según corresponda. La Agencia Digital de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría de Movilidad, las soluciones tecnológicas que permitan la migración de dicha información, en un término de 120 días naturales a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.

QUINTO. Los trámites y procedimientos iniciados con anterioridad a la entrada en vigor del presente Decreto se sustanciarán y concluirán de conformidad con las disposiciones jurídicas vigentes a la fecha en que se iniciaron.

SEXTO. Todo medio publicitario prohibido deberá ser retirado por las personas que intervinieron en la instalación del mismo, la comercialización de los espacios publicitarios, así como la difusión del contenido publicitario en un periodo que no exceda de veinte días naturales contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto.

En el caso de los medios publicitarios prohibidos por la entrada en vigor del presente Decreto y que estén incluidos en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, publicado en la Gaceta Oficial del –entonces- Distrito Federal no. 242 tomo I, del 18 de diciembre de 2015, le será aplicable los dispuesto en el apartado 3 del siguiente artículo transitorio.

SÉPTIMO:

1.- Las personas físicas y morales responsables de los medios publicitarios que se encuentren en cualquiera de las hipótesis previstas en el artículo 15 de la presente Ley y que corresponden a modalidades incluidas en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 18 de diciembre de 2015, cuyo status se encuentre dentro de los "INSTALADOS", y que acrediten tener un derecho adquirido podrán realizar las gestiones para obtener la Licencia, que permita la permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación de dichos medios publicitarios, según proceda. El procedimiento a seguir será el establecido en el numeral 2 del presente Transitorio.

Las personas físicas o morales que posean medios publicitarios autosoportados que hayan sido instalados conforme a la normatividad aplicable antes de la entrada en vigor de la

presente Ley y cuyo status sea el de "INSTALADOS" deberán seguir los procedimientos descritos en los incisos a) y b) del numeral 2 de este Transitorio para obtener, en su caso, la Licencia de los mismos.

Asimismo, las personas que posean medios publicitarios instalados conforme a la normativa aplicable en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios antes de la entrada en vigor de la presente Ley, y que se adapten al uso de un 40% del espacio factible de exhibición del muro sobre el que se colocan, podrán seguir los procedimientos aquí descritos para solicitar, en su caso, la obtención de Licencia de los mismos.

Dentro del análisis que al efecto realice la Secretaría de las solicitudes señaladas en los párrafos anteriores se considerará el cumplimiento de los solicitantes del retiro voluntario de medios publicitarios que no cumplan con lo establecido en la presente Ley.

2. Las personas físicas o morales responsables de los medios publicitarios definidos en el anterior numeral de este transitorio, deberán, dentro de un plazo máximo de 70 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto:

a) Manifestar lo que a su derecho convenga y presentar ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México o de la autoridad competente pruebas pertinentes, idóneas y suficientes para acreditar su legal y previa instalación y permanencia, como son: las licencias, permisos o autorizaciones respectivas, sentencias jurisdiccionales firmes, pago de derechos, entre otros.

b) Acreditar que se encuentran enlistados con el status de "INSTALADOS" en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 18 de diciembre de 2015.

c) Presentar a la Secretaría o autoridad competente la solicitud que incluya la propuesta de permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, según se trate, conforme a las disposiciones previstas en esta Ley en los supuestos procedentes, a efecto de analizar la viabilidad de ello y se determine lo procedente.

d) En la propuesta se deberán además señalar las dimensiones y características de los medios publicitarios, considerando que los mismos deberán cumplir con una distancia mínima de doscientos cincuenta metros respecto a cualquier otro medio publicitario.

3.- En todos los casos de los medios publicitarios instalados en azoteas que estén incluidos en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del 18 de diciembre de

2015, independientemente del status, deberán ser retirados. Para ello las personas físicas o morales responsables deberán:

a) Anexar a la solicitud el cronograma del periodo en el que se realizará el retiro de los medios publicitarios prohibidos, el cual no deberá exceder de un año a partir de la entrada en vigor del presente ordenamiento. Dicho retiro deberá realizarse conforme a lo siguiente:

b) Durante el primer semestre se deberán retirar por lo menos el 40 por ciento de la totalidad de los medios publicitarios que correspondan a las personas responsables de los mismos;

c) Durante el tercer trimestre otro 40 por ciento; y

d) En el último trimestre el resto de los medios publicitarios.

A las personas responsables de los anuncios de azotea que no sean retirados en el periodo de un año contado a partir de la entrada en vigor de la presente Ley, se les impondrá multa, así como las demás sanciones adicionales que procedan.

El Gobierno de la Ciudad podrá retirar los medios publicitarios prohibidos notificando el crédito fiscal correspondiente a las personas físicas o morales propietarias de los mismos, responsables de su difusión y responsables de su instalación, en los términos de la presente Ley.

Una vez recibida la solicitud de permanencia, cambio de modalidad y/o ubicación, la Secretaría o la autoridad competente contará con un plazo de ciento veinte días hábiles contados a partir de la recepción de la misma, para analizar y valorar la idoneidad y viabilidad de las pruebas y propuestas que reciba conforme a lo referido en el presente transitorio, así como para emitir su determinación y en su caso, para la emisión de la Licencia autorización o PATR correspondiente.

4.- Para la determinación de los cambios de modalidad y/o reubicación, o permanencia, según proceda, la Secretaría o la autoridad competente considerará lo siguiente:

a) En cuanto a la distribución de nuevas ubicaciones, así como, en los cambios de modalidad autorizados a favor de publicistas incluidos en el Padrón Oficial de Anuncios Sujetos al Reordenamiento de la Publicidad Exterior del Distrito Federal, se contemplarán principios de proporcionalidad y equidad, siempre y cuando ello no se contraponga a los criterios respectivos definidos en esta Ley y las demás disposiciones aplicables.

b) Respecto a los casos que sean parte del proceso de ordenamiento previsto en este transitorio, en que la Secretaría advierta la existencia de un acto de corrupción, documentos falsos o falsedad de declaraciones, se dará vista a la Fiscalía General de Justicia de la Ciudad de México a fin de que se inicien las carpetas de investigación correspondientes. En dicho supuesto, el trámite solicitado será negado.

c) Una vez concluido el plazo de 70 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto, todos los medios publicitarios prohibidos conforme a la misma, respecto de los cuales no se haya solicitado su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, conforme a lo previsto en este transitorio, se presumirán ilegales y, por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México a costa de las personas responsables del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera hacerse acreedora.

5. Tratándose de los medios publicitarios colocados en muros ciegos y azoteas que en términos de lo previsto en este transitorio la Secretaría haya determinado que no es procedente su permanencia, cambio de modalidad y/o reubicación, se presumirán como ilegales y, por lo tanto, se procederá a su retiro por parte del Instituto de Verificación Administrativa de la Ciudad de México a costa de las personas responsables del anuncio o medio publicitario, sin perjuicio de las sanciones a que pudiera hacerse acreedora.

6. Para efectos de la reubicación de anuncios o cambios de modalidad, la Secretaría considerará domicilios alternativos para los publicistas que hayan hecho el retiro en los tiempos señalados.

7. La Secretaría procurará que las ubicaciones de estas nuevas modalidades se encuentren en un radio de 250 metros respecto a los medios prohibidos retirados. De no ser factible ello por razones físicas espaciales o de protección civil, se buscarán otras ubicaciones viables de acuerdo a lo establecido por esta Ley. La publicidad que se coloca en el transporte público y otras modalidades establecidas en la presente Ley, podrán servir al fin que se describe en este apartado.

En todo caso, cualquier ubicación propuesta, y autorización que se derive de la misma, estará sujeta a las disposiciones y trámites administrativos que resulten aplicables en razón del tipo de bien de que se trate.

8.- Tendrán prioridad en la obtención de licencias o PATR de nuevas modalidades en nuevas ubicaciones aquellos publicistas que realicen el retiro en primera instancia.

9.-La Secretaría podrá otorgar Licencias para medios publicitarios en muros ciegos de colindancia en corredores publicitarios como modalidad sustituta de medios instalados en azotea que sean retirados en primera instancia. Estos deberán adaptarse al uso de un 40% del muro susceptible de publicitarse, sobre el que se colocan y no podrán tener una dimensión superior al anuncio retirado.

Lo anterior, previa solicitud del interesado y con la condición de que estos sirvan como modalidad sustituta de medios instalados en azotea que sean retirados en primera instancia.

10.- Los medios publicitarios respecto de los cuales se emitan licencias o permisos de conformidad con lo previsto en este transitorio, se podrán cambiar de ubicación siempre y cuando al momento de su solicitud se cumpla con las disposiciones vigentes.

Una vez autorizado la permanencia, reubicación y/o cambio de modalidad, según proceda, las personas responsables de los medios publicitarios, podrán obtener la Licencia o permiso respectivo, para lo cual deberán además cumplir con los requisitos de esta Ley para la emisión de las mismas, así como las demás disposiciones aplicables.

La Secretaría emitirá los lineamientos para la aplicación de este Artículo Séptimo Transitorio en un plazo de 10 días hábiles a partir de la entrada en vigor de esta Ley.

OCTAVO. El Reglamento de la presente Ley se expedirá en un plazo máximo de 120 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto. En tanto se emita el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México, continuará aplicándose el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, en lo que no contravenga lo previsto en la presente Ley.

NOVENO. Las referencias hechas a la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal en otros ordenamientos, se entenderán hechas a la Ley de Publicidad Exterior en la Ciudad de México.

DÉCIMO. El Consejo Consultivo para Medios Publicitarios deberá instalarse en un plazo máximo de 180 días hábiles contados a partir del día siguiente a la entrada en vigor del presente Decreto.

DÉCIMO PRIMERO. El mobiliario urbano con publicidad integrada que cuente con un Permiso Administrativo Temporal Revocable vigente continuará ubicado en el emplazamiento que tiene autorizado por la Secretaría.

DÉCIMO SEGUNDO. Los Permisos Administrativos Temporales Revocables otorgados previo a la entrada en vigor de la presente Ley, podrán ser prorrogados en los términos indicados por los artículos 106 y 107 de la Ley del Régimen Patrimonial y del Servicio Público; en cuyo caso, para la tramitación de la prórroga deberán de aplicarse las disposiciones normativas vigentes en el momento del otorgamiento del Permiso.

DÉCIMO TERCERO. Se reconocen los siguientes corredores publicitarios:

I. El Anillo Periférico, en el tramo comprendido por los boulevares Manuel Ávila Camacho, Adolfo López Mateos, Adolfo Ruiz Cortines y la avenida Canal de Garay; Río San Joaquín; Eje 3 Oriente Francisco del Paso y Troncoso, y Avenida Vasco de Quiroga;

II. La calzada San Antonio Abad; la calzada de Tlalpan; la calzada Patriotismo; calzada Zaragoza, y Canal de Miramontes; y

III. Calzada Melchor Ocampo en su tramo de 3.5 km que comprende de la Avenida Marina Nacional al Eje 4 Sur Benjamín Franklin;

IV. Boulevard Puerto Aéreo en su tramo de 4.4 km que comprende de la Avenida Oceanía al Viaducto Río Piedad;

V. Avenida Río Churubusco en su tramo de 6 km que corresponde a la Avenida Insurgentes a la Avenida Cerro de las Torres;

VI. Viaducto Miguel Alemán, Viaducto Rio Piedad;

VII. Insurgentes Norte, Insurgentes Centro en su tramo que comprende de Avenida Puente de Alvarado a Avenida Buenavista;

VIII. Avenida Constituyentes, a partir de su intersección con el periférico Manuel Ávila Camacho hacia el poniente de la Ciudad.;

IX. Avenida Universidad, a partir de su intersección con avenida Cuauhtémoc, hasta el eje 10 sur y; y

X. Avenida Cuauhtémoc a partir de su intersección con el viaducto Río Piedad hacia el sur.

XI. Aquiles Serdán en su tramo de 6.3 km que comprende de Calzada de las Armas a Calzada México Tacuba;

XII. Eje 5 Sur en su tramo de 18.1 km que comprende del Anillo Periférico a la Avenida República Federal del Sur;

XIII. Eje 6 Sur en su tramo de 19.3 km que comprende de la Avenida Revolución a Calzada Ermita Iztapalapa;

XIV. Eje 8 Sur Ermita Iztapalapa en su tramo de 20.8 km que comprende de la Avenida Universidad a Calzada Ignacio Zaragoza;

XV. Avenida Montevideo en su tramo de 2.5 km que comprende de Calzada Vallejo a la Avenida Insurgentes;

XVI. Prolongación División del Norte en su tramo de 4.8 km que comprende de la Calzada Acoxpa a Francisco Goytia;

XVII. Circuito Interior en los siguientes tramos:

a) Avenida Río Consulado en su tramo de 8.9 km que comprende del Eje 2 Norte a Oceanía; Avenida Instituto Técnico Industrial en su tramo de 1.8 km que comprende del Eje 2 Norte a Calzada México-Tacuba;
b) Calzada Melchor Ocampo en su tramo de 0.9 km que comprende de la Calzada México-Tacuba a la Avenida Marina Nacional;
c) Avenida Revolución en su tramo de 3.9 km que comprende del Eje 4 Sur Benjamín Franklin a Molinos;
d) Avenida Río Mixcoac en su tramo de 0.9 km que comprende de Molinos a la Avenida Insurgentes;
e) Río Churubusco en su tramo de 7.6 km que comprende del Cerro de las Torres al Viaducto Río de la Piedad.

XVIII. Eje 10 Sur, en su tramo de 2.5 km que comprende de la Avenida Cerro del Agua a la Avenida Aztecas.

DÉCIMO CUARTO. En un término de 30 días hábiles, la Agencia de Innovación Pública deberá diseñar, en coordinación con la Secretaría Desarrollo Urbano y Vivienda, el Registro de Publicistas y la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, mediante las soluciones tecnológicas que permitan integrar la información con la que se cuente, así como implementar las nuevas determinaciones establecidas en la presente Ley.

Una vez implementados dicha Plataforma y Registro, las autoridades responsables de subir información, contarán con 60 días hábiles para actualizarla.

Una vez implementado el Registro de Publicistas, las personas físicas y morales dedicadas a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios, contarán con 60 días hábiles para registrarse y poder realizar sus actividades, en términos de la presente Ley.

Palacio Legislativo del Congreso de la Ciudad de México, a los treinta y un días del mes de mayo del año dos mil veintidós.POR LA MESA DIRECTIVA, DIPUTADO HÉCTOR DIAZ POLANCO, PRESIDENTE. -

DIPUTADA MARCELA FUENTE CASTILLO, SECRETARIA. - DIPUTADA FRIDA JIMENA GUILLÉN ORTIZ, SECRETARIA. - (Firmas)

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, apartado A, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 32, apartado C, numeral 1, inciso a) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 2 párrafo segundo, 3 fracciones XVII y XVIII, 7 párrafo primero, 10 fracción II, 12 y 21 párrafo primero de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México; para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto Promulgatorio en la Residencia Oficial de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, a los tres días del mes de junio del año dos mil veintidós.- LA JEFA DE GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DRA. CLAUDIA SHEINBAUM PARDO.- FIRMA.- EL SECRETARIO DE GOBIERNO, MARTÍ BATRES GUADARRAMA.- FIRMA.- LA SECRETARIA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, LUZ ELENA GONZALES ESCOBAR.- FIRMA.- EL SECRETARIO DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, RAFAEL GREGORIO GÓMEZ CRUZ.- FIRMA.- LA SECRETARIA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS Y PROTECCIÓN CIVIL, MYRIAM VILMA URZÚA VENEGAS.- FIRMA.- EL SECRETARIO DE MOVILIDAD, ANDRÉS LAJOUS LOAEZA.- FIRMA.