DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

DS MSÁV

DS UMSG

DS MÁME

OPINIÓN QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE USO Y APROVECHAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO RESPECTO DE LA INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL.

H. CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
I LEGISLATURA
P R E S E N T E

La Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público de este H. Congreso, de conformidad con lo establecido en los artículos 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 y 30, numerales 1 inciso b), 2 y 6 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 13 fracción LXIV y CXVIII, 67, 70, fracción I, 72 fracciones I, VIII y X, 74 fracción XL, 77 párrafo tercero y 80 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México y 85 fracción II, 86, 87, 103, 104, 105, 106, 107, 187, 221 fracción III, 256, 257, 258 y 260 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, a través de sus integrantes, se permiten someter a la consideración de la Comisión de Inclusión, Bienestar Social y Exigibilidad de Derechos Sociales así como del Honorable Pleno, la presente:

OPINIÓN QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE USO Y APROVECHAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO RESPECTO DE LA INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA EL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL, lo anterior de conformidad con los siguientes:

ANTECEDENTES

1. El jueves 26 de noviembre de 2020 en sesión ordinaria, el diputado Nazario Norberto Sánchez integrante del Grupo parlamentario de MORENA presentó ante el pleno de este Honorable Congreso la **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA LA FRACCIÓN XXIII DEL ARTÍCULO 6 DE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL**.

2. La Presidencia de la Mesa Directiva, determinó que la misma sería turnada para su análisis y posterior dictamen a las Comisiones Unidas de Desarrollo e Infraestructura Urbana y Vivienda y la de Administración Pública Local, con opinión de esta Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público.

3. Consecuente con lo anterior, el mismo día 26 de noviembre de 2020, mediante oficio número MDPPOTA/2503/CSP/2503/2020 signado por la diputada Margarita Saldaña Hernández, comunicó a la presidencia de esta

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

comisión el turno a que se refiere el antecedente inmediato de este instrumento.

4. Mediante oficio número CUAEP/MGSM/CV/2020 de fecha 04 de diciembre del mismo año 2020, la Secretaría Técnica de esta Comisión, turnó para su análisis y consideración el documento de referencia, a fin de que las diputadas y diputados integrantes de la misma, estuvieran en posibilidad de emitir las consideraciones que estimaran pertinentes.

5. El Pleno del Congreso de la Ciudad de México aprobó el 19 de mayo del año 2020, reformas a la Ley Orgánica y a su Reglamento que le permiten realizar sesiones por medios remotos o virtuales, a efecto de no detener o retrasar el trabajo legislativo.

6. Con fecha 29 de mayo de 2020, la Junta de Coordinación Política de este Congreso aprobó las reglas y lineamientos para poder realizar dichas sesiones virtuales.

Atendiendo las facultades conferidas a esta comisión y de acuerdo con lo establecido por el artículo 85 fracción II y 87 párrafo tercero, ambos del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, las diputadas y diputados integrantes de esta Comisión, se reunieron en sesión ordinaria por medios digitales el día 28 de enero de 2021, a fin de emitir la presente opinión, analizando los:

ARGUMENTOS DE LA INICIATIVA

Señala el diputado Nazario Norberto Sánchez que los anuncios publicitarios dan a conocer un mensaje, promocionar un producto, servicio o evento determinado, se caracteriza por ser atractivo y convincente, apareciendo en diferentes formatos, autosoportado, anuncio denominativo, anuncio de patrocinio, anuncio de propaganda, anuncio de proyección óptica, anuncio en saliente, anuncio en azotea, anuncio inflable, anuncio mixto, anuncio integrado, anuncio en tapiales etc.

En efecto, derivado de la lectura de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, se desprende que:

> *"Artículo 11. Los anuncios que para su instalación requieran el concurso de diversos elementos, tales como estructuras, soportes, cartelera, pantalla u otros, serán considerados una unidad integral. La instalación, modificación o retiro de esta clase de anuncios comprenderá el de todos sus elementos.*
>
> *El titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable de espacios para anuncios en nodos publicitarios o de una licencia de anuncios en corredores publicitarios, deberá colocar en el anuncio una placa de identificación del*

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

> *Permiso Administrativo Temporal Revocable o licencia respectiva con las características que señale el reglamento."*

Así también, se establece en la misma Ley que:

DS PASM

DS VHLR

> *"Artículo 12. En el Distrito Federal sólo podrán instalarse anuncios respecto de los cuales se solicite y obtenga un Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia, o en su caso, autorización temporal.*
>
> *En los dictámenes de impacto urbano de los proyectos de edificación de viviendas, oficinas o locales comerciales, la Secretaría establecerá como condición del proyecto la prohibición de instalar propaganda comercial en postes, semáforos y demás elementos de la infraestructura urbana.*
>
> *El cambio del cartel publicitario, de un anuncio podrá realizarse en cualquier tiempo, siempre que se lleve a cabo bajo la vigencia del Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia, o en su caso, autorización temporal."*

DS MSÁV

DS UMSG

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

DS MÁME

Narra en su exposición de motivos que:

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

En ese orden de ideas hace de manifiesto que la seguridad de las ciudadanas y ciudadanos se encuentra en peligro constante al encontrarse con anuncios que se encuentran en estado de deterioro y los que no cumplen con las medidas de seguridad, y señala basado en una nota periodística que se añaden como factor de riesgo las condiciones climáticas, recordando que el 17 de julio de 2018 se informaba en medios de comunicación que 15 anuncios publicitarios fueron derribados a causa de las lluvias, y estos se encontraban colocados en azoteas y vallas, donde los cambios climáticos por ráfagas de viento pueden provocar su caída.

A lo anterior, agrega el diputado en la exposición de motivos que la Jefa de Gobierno Claudia Sheinbaum Pardo retiro espectaculares con estructuras en la glorieta

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

insurgentes y se encuentra analizando los anuncios en azoteas, incluyendo los que cuelgan de edificios que representan un riesgo:

> *"… lo que la Jefa de Gobierno manifiesta es que no debe existir contaminación visual y mucho menos que las ciudadanas y ciudadanos corran riesgo por ellos…"*

Derivado de lo manifestado por la Jefa de Gobierno respecto de la revisión de los nodos publicitarios y de los anuncios publicitarios, principalmente aquellos que se encuentran instalados en azoteas y los anuncios espectaculares, señala el diputado que:

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

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

En razón de los elementos antes expuestos, concluye el diputado que la iniciativa materia de la presente opinión, y que en su oportunidad será dictaminada en comisiones unidas, tiene como finalidad que se realicen verificaciones cada tres meses a los anuncios para constatar que efectivamente cuenten con los permisos, autorizaciones y cumplan con las medidas de seguridad, de no ser así tendrán que ser retirados en el plazo de una semana, sumando las infracciones correspondientes que establece la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.

Lo anterior con la premisa de evitar accidentes, contaminación visual e invasión a las áreas verdes, garantizando la seguridad de las personas en materia de protección civil y que todos los anuncios acaten las medidas de seguridad.

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

Señalando que:

> *"Con lo anterior se vislumbra beneficios en el medio ambiente y recuperación del paisaje urbano, así mismo se garantizará el derecho a una ciudad segura.*
>
> *El interés económico de las empresas que colocan anuncios no debe estar por encima de la seguridad de todas las personas."*

A fin de tener en consideración el texto normativo que el diputado Norberto pretende modificar en el andamiaje jurídico vigente, las y los diputados integrantes de este cuerpo colegiado coinciden en la necesidad de reproducirlo de manera integra, a fin de tenerlo como referencia en el estudio armónico de su propuesta:

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

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

De la lectura del precepto normativo antes transcrito, se desprende que la pretensión del diputado Nazario Norberto Sánchez es modificar la facultad que actualmente ya tiene conferida la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, respecto de la periodicidad de las solicitudes de verificación hechas al instituto para constatar la legalidad de los anuncios, así como el estado físico de los mismos, a efecto de prevenir algún incidente en materia de seguridad y protección civil de las personas.

Una vez analizada y puesta en contexto la iniciativa materia de la presente opinión, las diputadas y diputados integrantes de la Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público, determinaron esgrimir los siguientes:

CONSIDERANDOS

PRIMERO. Que esta Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público, es competente para conocer de la iniciativa con proyecto de decreto, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 67, 70 fracción I, 72, 73, 74 y 80 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 1, 84, 85, 86, 103, 104, 105, 106, 187, 221 fracción I, 222 fracción III y VIII del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México.

SEGUNDO. Que en el Artículo 3 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México se dispone que el Congreso de la Ciudad de México funcionará en Pleno, Comisiones y Comités, sus sesiones serán públicas y tendrá la organización y funcionamiento que establece la Constitución Política de la Ciudad de México, esa ley, así como el Reglamento del Congreso de la Ciudad de México y los acuerdos que se expidan dentro de este Órgano Legislativo.

TERCERO. Que el artículo 256 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México prescribe que *“los dictámenes deberán ser estudios profundos y analíticos de las proposiciones o iniciativas que la Mesa Directiva turne a las Comisiones, exponiendo ordenada, clara y concisamente las razones por las que dicho asunto en cuestión se apruebe, desechen o modifiquen”.*

En tal virtud, y por analogía al instrumento legislativo que hoy nos ocupa, la opinión que esta comisión emite en pleno, deberá formar parte integra del dictamen que derive de las comisiones unidas y que recaiga a la propuesta legislativa del diputado Nazario Norberto Sánchez.

CUARTO. Que en los Artículos 4 fracción VI de la Ley Orgánica y 2 fracción VI del Reglamento, ambos ordenamientos del Congreso de la Ciudad de México, se define a la Comisión como el Órgano Interno de organización, integrado por las y los Diputados que tiene por objeto el estudio, análisis y elaboración de Dictámenes,

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

Iniciativas, Proposiciones con Punto de Acuerdo, comunicaciones, informes, opiniones, resoluciones y acuerdos que contribuyen al mejor y más expedito desempeño de las funciones legislativas, políticas, administrativas, de fiscalización, de investigación y de cumplimiento de las atribuciones constitucionales y legales del Congreso, lo anterior dentro del procedimiento legislativo establecido en la ley y el reglamento.

QUINTO. Que con fundamento en los artículos 29, Apartado E, numeral 3, de la Constitución Política de la Ciudad de México, del artículo 45 al 51 y demás relativos y aplicables de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México, el Pleno de esta Soberanía aprobó el Acuerdo CCMX/I/JUCOPO/013/2020 de la Junta de Coordinación Política, por el que se establecen las reglas para desarrollar las sesiones vía remota para el Pleno, Mesa Directiva, Junta, Conferencia, Comisiones, Comités y la Comisión Permanente del Congreso de la Ciudad de México; instrumento que complementa la normatividad interna que permite el análisis, discusión y aprobación de proposiciones e iniciativas que son turnadas a este cuerpo colegiado de dictamen.

SEXTO. Que derivado del estudio de la iniciativa en comento, y en línea con las políticas públicas que el propio Gobierno de la Ciudad de México ha establecido recientemente respecto de la implementación de diversas acciones para generar espacios públicos seguros, la promoción de la participación ciudadana y comunitaria en el mejoramiento y mantenimiento del entorno urbano inmediato en el que viven, esta comisión estima que la iniciativa sujeta a opinión de este cuerpo colegiado va en concordancia con el Programa de Gobierno de la Ciudad de México 2019-2024, particularmente con el numeral 2 de dicho plan de gobierno, el cual se denomina " Ciudad Sustentable" [1].

SÉPTIMO. Que el artículo 12 de la Constitución Política de la Ciudad de México, establece el Derecho a la Ciudad, conforme a lo siguiente:

> ***"Derecho a la Ciudad***
>
> *1. La Ciudad de México garantiza el derecho a la ciudad que consiste en el uso y el usufructo pleno y equitativo de la ciudad, fundado en principios de justicia social, democracia, participación, igualdad, sustentabilidad, de respeto a la diversidad cultural, a la naturaleza y al medio ambiente.*

[1] Véase en la siguiente liga, consultada el 2 de abril de 2020 en: https://plazapublica.cdmx.gob.mx/processes/programa-de-gobierno-cdmx/f/1/proposals/37?component_id=1&locale=es&participatory_process_slug=programa-de-gobierno-cdmx

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

2. El derecho a la ciudad es un derecho colectivo que garantiza el ejercicio pleno de los derechos humanos, la función social de la ciudad, su gestión democrática y asegura la justicia territorial, la inclusión social y la distribución equitativa de bienes públicos con la participación de la ciudadanía."

OCTAVO. Que es preciso poner en contexto que el actual andamiaje jurídico de la Ciudad de México contempla derechos a todas y todos los ciudadanos respecto de una ciudad habitable, específicamente en el artículo 13 de la Constitución Política de la Ciudad de México:

"Artículo 13
Ciudad habitable

…

C. Derecho a la vía pública

Toda persona tiene derecho al uso pacífico de la vía pública, en los términos previstos por la ley. Las autoridades adoptarán las medidas necesarias para garantizar el ejercicio de este derecho, con base en los objetivos de funcionalidad y movilidad de las vías públicas.

D. Derecho al espacio público

1. Los espacios públicos son bienes comunes. Tienen una función política, social, educativa, cultural, lúdica y recreativa. Las personas tienen derecho a usar, disfrutar y aprovechar todos los espacios públicos para la convivencia pacífica y el ejercicio de las libertades políticas y sociales reconocidas por esta Constitución, de conformidad con lo previsto por la ley.

Se entiende por espacio público al conjunto de bienes de uso común destinados a la generación y fomento de la interacción social, o bien, que permitan el desarrollo de las personas.

Son objetivos del espacio público:

- *a) Generar símbolos que sean fuente de pertenencia, herencia e identidad para la población*
- *b) Mejorar la calidad de vida de las personas*
- *c) Fortalecer el tejido social, a través de su uso, disfrute y aprovechamiento bajo condiciones dignas, seguras, asequible, de inclusión, libre accesibilidad, circulación y traslación*
- *d) Garantizar el pleno disfrute y ejercicio del Derecho a la Ciudad*
- *e) Permitir la convivencia, el esparcimiento, descanso, disfrute del ocio, la movilidad y el desarrollo de actividades físicas y de expresiones artísticas y culturales.*

2. Las autoridades de la Ciudad garantizarán el carácter colectivo, comunitario y participativo de los espacios públicos y promoverán su creación y

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

regeneración en condiciones de calidad, de igualdad, de inclusión, accesibilidad y diseño universal, así como de apertura y de seguridad que favorezcan la construcción de la ciudadanía y eviten su privatización.
...”

DS PASM

NOVENO. Que de forma concomitante con lo establecido en el considerando anterior y de conformidad con lo establecido por el artículo 14 apartado A de la Constitución Política de la Ciudad de México, toda persona tiene derecho a vivir en un entorno seguro, así como a la protección civil:

DS VHLR

“Artículo 14
Ciudad segura

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

DS MSÁV

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

DS UMSG

DS MÁME

DÉCIMO. Que la propuesta legislativa recae específicamente en una Ley secundaria que tiene por objeto regular la publicidad exterior en la Ciudad de México, como parte las políticas emprendidas en materia de ordenamiento territorial y Desarrollo Urbano de la capital, por lo que, con ello se da cumplimiento a uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, específicamente el número 11 que contempla “lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles”

De lo anterior se destacan los siguientes aspectos:

“Objetivo de Desarrollo Sostenible 11

(…)

11.2 Proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, mediante la ampliación de transporte público.

11.3 Para 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para la planificación y la gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.

(…)

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

11.6 Reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, lo que incluye prestar especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo.

11.7 Proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad.

(…)

11.b Para 2020, aumentar el número de ciudades y asentamientos humanos que adoptan y ponen en marcha políticas y planes integrados para promover la inclusión, el uso eficiente de los recursos, la mitigación del cambio climático y la adaptación a él y la resiliencia ante los desastres, y desarrollar y poner en práctica, en consonancia con el Marco de Acción de Hyogo, la gestión integral de los riesgos de desastre a todos los niveles."

DS MSÁV

DÉCIMO PRIMERO. Que en el año 2015, con la adopción de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, se planteó un modelo para lograr un mundo en el que todas las personas, de las generaciones presentes y futuras pudieran tener una buena calidad de vida.

DS UMSG

DS MÁME

Con esta agenda surgen los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que constituyen un llamado a la acción por parte de gobiernos y sociedades en general con la intención de garantizar el futuro del planeta y la humanidad.

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

DÉCIMO SEGUNDO. Que a fin de alcanzar los ODS es necesario que las naciones y países incorporen estas metas como ejes torales de su legislación interna y al momento de implementar políticas públicas, lo que contribuye a transversalizar la perspectiva de derechos humanos a partir de lo señalado en el ***Informe Sobre Crecimiento Urbano y Derechos Humanos en la Ciudad de México***, teniendo en consideración, el fortalecimiento del enfoque integral y respetuoso de la dignidad humana que debe permear la agenda urbana, así como el respeto, la garantía y el ejercicio de los derechos en la misma.

DÉCIMO TERCERO. Que lo señalado por el diputado Nazario Norberto Sánchez, atiende tal como se dijo anteriormente a una de las facultades vigentes con las que cuenta la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad, en materia de publicidad exterior, mismas que se encuentran descritas en el numeral normativo 6 de la Ley de la materia, mismo que versa al tenor siguiente:

DS MSÁV

DS UMSG

DS MÁME

> *"**Artículo 6.** Son facultades de la Secretaría:*
>
> *I. Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones prioritarias para la aplicación de esta Ley;*
>
> *II. Proponer al Jefe de Gobierno proyectos de reformas a las disposiciones legales y reglamentarias en materia de publicidad exterior;*
>
> *III. Determinar para efectos de esta Ley las vías primarias de la ciudad, mediante acuerdo fundado y motivado que deberá publicarse en la Gaceta Oficial del Distrito Federal;*
>
> *IV. Elaborar la propuesta de ubicación de nodos publicitarios y someterla al Consejo de Publicidad Exterior para su aprobación;*
>
> *V. Determinar la distribución de los espacios para anuncios en los nodos publicitarios y en los corredores publicitarios, mediante acuerdo fundado y motivado que deberá publicarse en la Gaceta Oficial del Distrito Federal;*
>
> *VI. Otorgar, y en su caso revocar, los permisos administrativos temporales revocables de espacios para anuncios en los nodos publicitarios, de acuerdo a lo establecido en esta Ley.*
>
> *VII. Otorgar, y en su caso revocar, las licencias para la instalación de anuncios denominativos en inmuebles ubicados en vías primarias, así como para anuncios autosoportados unipolares o adheridos a muros ciegos en corredores publicitarios;*
>
> *VIII. Otorgar, y en su caso revocar, las autorizaciones temporales para la instalación de anuncios en tapiales en vías primarias y en nodos publicitarios, así como para la instalación de anuncios de información cívica y cultural;*

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

DS MSÁV

DS UMSG

DS MÁME

IX. Otorgar, y en su caso revocar, los Permisos Administrativos Temporales Revocables, las licencias, y en su caso, las autorizaciones temporales, para la instalación de anuncios en las Áreas de Conservación Patrimonial y demás elementos del patrimonio cultural urbano, así como en Suelo de Conservación;

X. Exhortar al retiro de los anuncios instalados en contravención de esta Ley;

XI. Retirar directamente los bienes considerados por las leyes como bienes abandonados, tales como lonas, mantas y materiales similares que contengan anuncios de propaganda adosados a los inmuebles, así como los que se instalen en los bienes de uso común del Distrito Federal;

XII. Ordenar al titular del Permiso Administrativo Temporal Revocable, licencia o autorización temporal, la ejecución de los trabajos de conservación, mantenimiento y reparación que sean necesarios para garantizar la imagen y la seguridad estructural de los anuncios instalados;

XIII. Solicitar al Instituto la práctica de visitas de verificación administrativa, así como la imposición de las medidas de seguridad, y en su caso, de las sanciones por infracciones a las disposiciones de esta Ley;

XIV. Solicitar el auxilio de otras dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública del Distrito Federal, incluido el de la fuerza pública atribuida a la Secretaría de Seguridad Pública o a la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, para el ejercicio de sus facultades; y

XV. Las demás que le atribuyan esta Ley y otros ordenamientos aplicables."

**** Énfasis Añadido.***

DÉCIMO CUARTO. Que esta comisión se ha manifestado previamente respecto del tema de publicidad exterior en la ciudad, y la creciente demanda ciudadana del ordenamiento de la misma; por lo que, diputadas y diputados integrantes de este cuerpo colegiado han concluido que es importante que el desarrollo de la publicidad en exteriores en la Ciudad de México, sea armónico con el paisaje urbano, arquitectónico y natural.

DÉCIMO QUINTO. Que indiscutiblemente, el tema de la publicidad exterior, se encuentra estrechamente relacionado con el tema de la imagen urbana, y en ese orden de ideas, es preciso señalar que de acuerdo con la PAOT, la *imagen urbana* se refiere a:

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

> *"la conjugación de los elementos naturales y construidos que forman parte del marco visual de los habitantes de la ciudad, (la presencia y predominio de determinados materiales y sistemas constructivos, el tamaño de los lotes, la densidad de población, la cobertura y calidad de los servicios urbanos básicos, como son el agua potable, drenaje, energía eléctrica, alumbrado público y, el estado general de la vivienda), en interrelación con las costumbres y usos de sus habitantes (densidad, acervo cultural, fiestas, costumbres, así como la estructura familiar y social), así como por el tipo de actividades económicas que se desarrollan en la ciudad."* [2]

En el caso de la Ciudad, debemos referirnos de manera indiscutible al proceso histórico de fundación y desarrollo al ser la capital del país. Es decir es la relación sensible y lógica de lo artificial con lo natural, logrando un conjunto visual agradable y armonioso, desarrollándose por tanto entre sus habitantes una identificación con su ciudad, barrio o colonia.

DS MSÁV

La creación de la imagen de la ciudad se da a partir de lo que ve la ciudadanía y de cómo lo interpreta y organiza mentalmente[3] se refiere a esquemas intangibles de la ciudad, realizados a partir de caminar e integrarse a la misma, razón por la cual se tienen imágenes diferentes entre sí y con la misma realidad exterior.

DS UMSG

Un factor que influye directamente en la definición de la imagen de la ciudad es el nivel socioeconómico de la población, por lo que la suma de todas estas imágenes da como resultado una imagen pública de la ciudad.

DS MÁME

El concepto de imagen urbana se encuentra estrechamente relacionado con la calidad del ambiente urbano, mismo que se conforma principalmente a través de la mezcla de elementos arquitectónicos, de diseño, arte y comunicación.[4] *Mismo que depende en gran medida del equilibrio de las fuerzas que interactúan en el espacio público y de las masas que lo componen, es decir entre el espacio natural y el construido, equilibrio que finalmente permite leer claramente a la ciudad y por tanto vivirla e identificarse con ella.*[5]

DÉCIMO SEXTO. Que sirven para fortalecer el argumento esgrimido en el considerando anterior diversos pronunciamientos hechos por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, al abordar el tema del paisaje urbano, el principio de racionalidad con relación a la imposición de multas y sanciones a los particulares que incumplen las normas de ordenamiento territorial y de publicidad exterior, así

---

[2] PAOT, Informe Anual 2003, Apéndice Temático, Documentos de referencia, pp. 2

[3] LINCH, Kevin, LA IMAGEN DE LA CIUDAD, Gustavo Gili, SA, 1960, Barcelona, GG REPRINTS 2000, 227 páginas

[4] COCCATO, Marcelo Andrés, Imagen Urbana y Calidad Ambiental, (en línea): documento disponible en Internet. Disponible en http://e.edu.ar/areadigital/nota.

[5] Ibídem.

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

como respecto a que el mismo paisaje urbano constituye un bien intangible del dominio público, de acuerdo con las leyes que tenemos vigentes en nuestro andamiaje jurídico:

Tesis

Registro digital: 2016877

Instancia: Primera Sala

Tesis: 1a. XXXVIII/2018 (10a.)

Décima Época

Fuente: Gaceta del Semanario Judicial de la Federación.
Libro 54, Mayo de 2018, Tomo II, página 1231

Materia(s): Constitucional, Administrativa

Tipo: Aislada

PUBLICIDAD EXTERIOR. EL ARTÍCULO 86 DE LA LEY RELATIVA DEL DISTRITO FEDERAL, APLICABLE PARA LA CIUDAD DE MÉXICO, ES ACORDE CON EL PRINCIPIO DE RAZONABILIDAD.

El artículo **22, párrafo primero**, in fine, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tutela el principio de razonabilidad que rige a las multas, conforme al cual, serán válidas en la medida en que exista un motivo que justifique la punición en perjuicio de los particulares; esto es, una conducta será sancionable en la medida en que afecte alguna situación útil que el legislador pretenda proteger. Ahora bien, como se advierte de la exposición de motivos de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal, aplicable para la Ciudad de México, la multa de 1500 a 2000 días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, contenida en su artículo **86**, es proporcional a la infracción cometida, consistente en ejecutar o coadyuvar en la instalación de un anuncio sin contar con el permiso administrativo temporal revocable, licencia o autorización temporal respectivo, así como al bien jurídico que tutela, ya que lo que pretende proteger no sólo es la seguridad de las personas que habitan los inmuebles en los que se instalan anuncios, así como de quienes transitan por las vías públicas, sino también el paisaje urbano capitalino, ya que no debe tolerarse su saturación y desarticulación, que es uno de los pocos bienes de los que puede disfrutar gratuitamente toda persona. En consecuencia, el artículo 86 referido goza de validez constitucional, ya que es acorde con el principio de razonabilidad que rige a las multas contenido en el artículo 22 de la Constitución Federal.

Amparo directo en revisión 1510/2017. Ecoteam, S.A. de C.V. 6 de septiembre de 2017. Cinco votos de los Ministros Arturo Zaldívar Lelo de Larrea, José Ramón Cossío Díaz, Jorge Mario Pardo Rebolledo, Alfredo Gutiérrez Ortiz Mena y Norma Lucía Piña Hernández. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretaria: Monserrat Old Cabello.

****

Tesis

Registro digital: 2001705

Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito

Tesis: I.1o.(I Región) 13 A (10a.)

Décima Época

Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta.
Libro XII, Septiembre de 2012, Tomo 3, página 1938

Materia(s): Administrativa

Tipo: Aislada

PAISAJE URBANO. CONSTITUYE UN BIEN INTANGIBLE DEL DOMINIO PÚBLICO, DE CONFORMIDAD CON LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DEL DISTRITO FEDERAL.

De acuerdo con el artículo **2** de dicha legislación, el paisaje urbano es el aspecto que ofrecen las edificaciones y los demás elementos culturales que hacen posible la vida en común de los ciudadanos, así como el entorno natural en el que se insertan; en tanto que el espacio público está constituido por las calles, paseos, plazas, parques, jardines y demás lugares de encuentro de las personas, por lo que debe ser considerado un punto de convivencia que merece cuidado y preservación constante. De lo anterior se concluye que el paisaje urbano está indisolublemente vinculado al espacio público y, por tanto, constituye un bien intangible del dominio público, que cumple con una doble función: por un lado, representa un factor de bienestar individual y social y, por el otro, es un recurso económico para la ciudad mediante la concesión de su uso o aprovechamiento. De ahí que uno de los objetivos de la citada ley sea evitar la proliferación de una publicidad exterior desordenada y una saturación del paisaje urbano, pues ello se traduce en contaminación visual que afecta la calidad de vida de los habitantes del Distrito Federal y les impide disfrutar de un entorno armónico.

PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO DE CIRCUITO DEL CENTRO AUXILIAR DE LA PRIMERA REGIÓN, CON RESIDENCIA EN EL DISTRITO FEDERAL.

Amparo en revisión 500/2012. RAK, S.A. de C.V. 20 de junio de 2012. Unanimidad de votos. Ponente: Andrea Zambrana Castañeda. Secretaria: Mirna Pérez Hernández.

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

DS GS

DS PASM

DS VHLR

DS MSÁV

DS UMSG

DS MÁME

DÉCIMO SÉPTIMO. Que se debe reconocer la importancia que ha tenido en la economía de esta Ciudad, la Industria de la instalación de publicidad en exteriores al paso de los años, ya que esta constituye una derrama económica considerable, que no solo genera recursos a los publicistas, sino también a los anunciantes, marcas, propietarios de inmuebles, entre otros; además de que forja una cadena productiva para los que en ella intervienen, desde su fabricación, instalación, mantenimiento y/o supervisión; situación que contribuye en gran medida a lograr un desarrollo económico sustentable, lo cual, tal como se ha señalado con anterioridad, ha sido uno de los principales objetivos de esta Administración.

En tal virtud, y coincidente con lo planteado por el diputado Nazario Norberto Sánchez es necesario que el Gobierno regule el cuidado y protección del espacio público, a fin de evitar la contaminación visual o ambiental provocada por cualquier publicidad, así como procurar que los anuncios que actualmente se encuentran instalados cuenten con el mantenimiento adecuado a fin de evitar algún accidente.

DÉCIMO OCTAVO. Que las y los diputados integrantes de esta comisión coinciden en la necesidad de narrar algunos antecedentes en materia de publicidad exterior:

- Desde el 2004 y hasta el 2017 el entonces, Gobierno del Distrito Federal inició un proceso para el ordenamiento de anuncios publicitarios, a través de la expedición de diversas disposiciones con el objeto de erradicar y regular la instalación de anuncios de propaganda en el territorio de la Ciudad.

- Así, en agosto de 2010, se publicó la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y un año más tarde, se publicó su Reglamento; estos ordenamientos pretendieron regular la instalación de la publicidad en exteriores garantizando la protección, conservación, recuperación y enriquecimiento del paisaje urbano.

- A pesar de la extensa regulación emitida en materia de publicidad en exteriores, vecinas y vecinos señalan que no se consiguió cumplir con ninguno de sus objetivos; puesto que su sentir es que en materia de publicidad en exteriores impera un descontrol y un abuso por parte de los representantes del sector privado a la regulación emitida, dejando de lado normas básicas de protección civil y derechos humanos a favor de las ciudadanas y ciudadanos de la capital, contribuyendo a la saturación visual en todas las calles y avenidas.

- En ese contexto, el patrimonio y la seguridad de la ciudadanía se encuentra en peligro constante a causa de las diversas modalidades de anuncios

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

publicitarios instalados cuyas características, pueden ser cuestionables desde el punto de vista de protección civil y seguridad.

DÉCIMO NOVENO. Que, convencidas y convencidos respecto a que las políticas públicas en el tema de la publicidad en exteriores y las acciones entre los órdenes de Gobierno deben dirigirse a la reducción y gestión integral de riesgos, preservación del equilibrio ecológico, protección del medio ambiente, resguardo y conservación del patrimonio cultural y natural, así como priorizar la creación, recuperación, mantenimiento y defensa del espacio público garantizando la seguridad física y patrimonial de la ciudadanía, contribuyendo así al desarrollo de la publicidad como una actividad económica y solidaria con visión metropolitana, innovando el sentido de la implementación de la misma, esto con el impulso a la participación y concertación de los sectores privado y social, las diputadas y diputados integrantes de este cuerpo colegiado coinciden en la viabilidad de la iniciativa planteada.

VIGÉSIMO. Que el Gobierno de la Ciudad, tiene como obligación garantizar la seguridad y protección de la ciudadanía y sus bienes, estableciendo, en este caso, la disposición jurídica para la regulación de la publicidad en exteriores en la Ciudad de México, en tal sentido, aplicando como obligación a los titulares de licencias de publicidad en exteriores llevar a cabo todas las medidas necesarias de prevención, mitigación y gestión integral de riesgos para reducir la vulnerabilidad ante eventos originados por fenómenos naturales y por la actividad humana; asimismo, por la debida supervisión y mantenimiento de las estructuras instaladas para la exhibición de publicidad en exteriores debiendo estar debidamente establecidas, para lo cual, se plantea una periodicidad en la solicitud de verificaciones administrativas para el cumplimiento de dichos preceptos.

VIGÉSIMO PRIMERO. Que en un análisis jurídico, los integrantes de este cuerpo colegiado de opinión, coinciden en la viabilidad de la Ley Propuesta no solamente porque es un mandato constitucional; sino que resulta de una exigencia social y vecinal por regular; sin embargo, existen algunas cuestiones técnicas que, a criterio de esta comisión deberán ser subsanados por la Comisión dictaminadora, a efecto de no incurrir en antinomias legales; sino que de esta manera se permita su inserción armónica en el andamiaje jurídico vigente.

De manera específica, es preciso destacar las siguientes observaciones:

A. Tal como se expuso en el considerando DÉCIMO TERCERO, el artículo vigente que se pretende reformar, consta de XV fracciones normativas, sin embargo, la propuesta del diputado, pretende modificar la fracción “XXIII”, por lo que, se presupone error de redacción y debiera ser la fracción XIII, que es el numeral normativo vigente.

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

B. En tal virtud, se aduce que la fracción que el diputado Nazario Norberto Sánchez pretende modificar es la Fracción XIII, por lo que se sugiere a las comisiones unidas de dictamen que, en el contenido del estudio que realicen, se haga el ajuste en el número de la fracción correcta que se pretende reformar, para evitar antinomias en la Ley, o que, pudieran a generar un conflicto con la interpretación o aplicación de la misma, máxime que en la propuesta se alude a una facultad de la autoridad administrativa que pudiera vulnerar o no, los derechos de particulares si no se encuentra en el fundamento legal correcto.

C. Toda vez que para la ejecución de la facultad que se trastoca con la iniciativa, se requiere movilizar personal, es preciso consultar a la dependencia responsable si cuenta con los recursos humanos, materiales y económicos para poder cumplir con la temporalidad planteada, a fin de evitar poner en situación de incumplimiento a la autoridad de que se trata.

Por lo anteriormente expuesto y con la fundamentación de mérito, se considera en **OPINIÓN** de esta **Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público** que las Comisiones Unidas de Desarrollo e Infraestructura Urbana y Vivienda y de Administración Pública Local como dictaminadoras, si resuelve que la iniciativa es de aprobarse, **habrán de considerar las observaciones, comentarios y modificaciones planteadas en el considerando VIGÉSIMO PRIMERO** de este instrumento; ya que tanto la iniciativa propuesta, como lo expuesto por las diputadas y diputados integrantes de esta comisión es acorde con lo previsto en el Programa de Gobierno de la Ciudad de México 2019-2024 particularmente con el numeral 2 denominado **"Ciudad Sustentable"**. Y se abona a la construcción del andamiaje jurídico solido que necesita la ciudad para fomentar el ordenamiento de la publicidad exterior, la imagen urbana y el mejoramiento del entrono urbano y del espacio público de la ciudad.

Dado en el Recinto Legislativo de Donceles a los 28 días del mes de enero del año 2021 , firmando para constancia y de conformidad las y los integrantes de la Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público:

Nombre del Diputado (a).	**Voto a Favor**	**Voto en Contra**	**Abstención**
María Gabriela Salido Magos Presidenta	DocuSigned by: Gaby Salido 613BCADB6C034C0...		
Paula Adriana Soto Maldonado	DocuSigned by: Paula Soto 69CAEF366E744B0...		

DocuSign Envelope ID: 118E3958-17AA-4EBD-957E-E2C88B37859B

Nombre del Diputado (a).	Voto a Favor	Voto en Contra	Abstención
Vicepresidenta			
Víctor Hugo Lobo Román Secretario	DocuSigned by: VÍCTOR HUGO LOBO ROMÁN D193B13C726B4FE...		
Efraín Morales Sánchez Integrante			
Martha Soledad Ávila Ventura Integrante	DocuSigned by: MARTHA SOLEDAD ÁVILA VENTURA 445BF0DB9E4641E...		
Lilia María Sarmiento Gómez Integrante	DocuSigned by: LILIA MARÍA SARMIENTO GÓMEZ 1D8B1CCE8F76453...		
Miguel Ángel Macedo Escartín Integrante	DocuSigned by: MIGUEL ÁNGEL MACEDO ESCARTÍN F5CACC1505B6485...		

La presente hoja de firmas forma parte de la Opinión respecto de la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforma la fracción XXIII del artículo 6 de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.