

Ciudad de México, a 22 de marzo de 2023

DIP. FAUSTO MANUEL ZAMORANO ESPARZA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL
CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
II LEGISLATURA
PRESENTE

La que suscribe, **Diputada María Gabriela Salido Magos**, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, del Congreso de la Ciudad de México II Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29 apartado D inciso a), apartado E y 30 numeral 1, inciso b) de la Constitución Política de la Ciudad de México; 2 fracción II, 13 fracción IX y 21 de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; 1, 2 fracción XXXVIII, 5 fracción I, 79 fracción IX, 94 fracción IV, 99 fracción II y 100 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración del Pleno de este H. Congreso, la siguiente: **PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA A LA JEFA DE GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y A LA PERSONA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, PARA QUE DE FORMA INMEDIATA DEN CUMPLIMIENTO A LAS DISPOSICIONES VIGENTES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**, lo anterior al tenor de los siguientes:

ANTECEDENTES

El pasado 6 de junio de 2022, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se abroga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

Dicha Ley señala en su artículo 1, que tiene por objeto *“regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de medios publicitarios en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior”*.

En este sentido, para lograr el objeto de la misma, dispone que se deberá contar con normatividad administrativa que permita la implementación de la Ley, por lo que de conformidad con lo establecido en el OCTAVO transitorio del Decreto, se debe expedir

en el plazo de 120 días hábiles a partir de la entrada en vigor, el Reglamento correspondiente. GS

Y se establece como salvedad que, en tanto se emita dicha normatividad administrativa, se continuará aplicando el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal.

Al respecto, resulta importante señalar qué se entiende por *reglamento*, a fin de visibilizar la importancia del mismo: de conformidad con el Diccionario Jurídico Mexicano, se entiende por reglamento a la “*norma de carácter general, abstracta e impersonal, expedida por el titular del Poder Ejecutivo, con la finalidad de lograr la aplicación de una ley previa*”¹, es decir, “*es una norma que complementa y amplía el contenido de una ley*”, asimismo, se señala que, cuando una ley es reformada, derogada o abrogada “*el reglamento se verá afectado con las mismas consecuencias, a pesar de que no se hubiere reformado, derogado o abrogado expresamente por otro reglamento*”.

Por su parte, la Cámara de Diputados prevé como concepto de *reglamento* las:

*“normas jurídicas de menor jerarquía que las leyes, que sirven para completar y ampliar el contenido de una ley”*²

Es decir, en estos se determinan disposiciones para la observancia y cumplimiento de una ley.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A fin de dar certeza a las personas físicas o morales ante el actuar de las autoridades, es importante que se emitan en los tiempos establecidos por el legislador, las normas administrativas que permitan dar cabal cumplimiento a la Ley, sin embargo, se han dejado vacíos normativos ante la falta de expedición oportuna de dichos documentos.

¹ Reglamento. Diccionario Jurídico Mexicano. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1174/15.pdf>

² Reglamentos y Prácticas del Congreso de la Unión. Cámara de Diputados. http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Eje_tematico/d_reglamentos.htm#:~:text=Los%20reglamentos%20y%20las%20pr%C3%A1cticas,m%C3%A1s%20eficiente%20el%20trabajo%20legislativo.

Ejemplo de ello, es la emisión de los Lineamientos referentes al proceso de retiro de publicidad que prohíbe la Ley vigente: GS

“SÉPTIMO:

1. ... a 9. ...

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.”

****Énfasis añadido***

Los Lineamientos referidos debieron expedirse a más tardar el 20 de junio de 2022, sin embargo, se publicaron el 6 de julio de 2022 en la Gaceta Oficial³, por lo que su emisión se realizó 12 días hábiles después de lo ordenado por la Ley.

Hoy existe un claro incumplimiento al no expedir las disposiciones administrativas que señalan las normas transitorias de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, pues no se ha emitido en los plazos previstos el Reglamento de la Ley.

Pues a más de nueve meses de haberse publicado la Ley, al día de hoy no se cuenta con el Reglamento respectivo, aun cuando se dispuso que este debía expedirse en un

³ Lineamientos para la aplicación del Séptimo Transitorio del Decreto por el que se aboga la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal y se expide la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, publicado el 06 junio de 2022 en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México No. 866 Bis. Gaceta Oficial de la Ciudad de México No. 888 Bis. 6 de julio de 2022.

https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/fcda4bcf8daa7094672cfbc47e1c9eef.pdf

plazo de 120 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de la Ley. Para una mejor referencia se transcribe la disposición transitoria. GS

“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.”

**Énfasis añadido*

Haciendo un recuento de los días hábiles señalados en el Octavo transitorio el plazo venció el pasado noviembre, por lo que se está en incumplimiento por casi cuatro meses, mismo tiempo que el Reglamento anterior se ve rebasado en cuanto a su alcance, por no ser acorde de forma íntegra a las nuevas disposiciones legales.

Si bien es cierto que la facultad de emitir los reglamentos de las leyes corresponde a la persona titular del Poder Ejecutivo, también es atribución de la persona titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, el proponer a la persona titular de la Jefatura de Gobierno la expedición de disposiciones reglamentarias, tal como se señala en la fracción II del artículo 7 de la Ley de Publicidad Exterior.

“Artículo 7. Son atribuciones de la Secretaría:

I. ...

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. ... a XX. ...”

**Énfasis añadido*

En esta tesitura, contar con el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, es necesario para poder contar con determinaciones administrativas que permitan implementar la Ley; por ejemplo, la creación de la Plataforma Digital de Publicidad Exterior, la cual se constituye como:

“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”.

**Énfasis añadido*

Lo anterior esa así, ya que las características con las que habrá de contar dicha Plataforma, de deben detallar en el Reglamento, a fin de permitir el simple inicio de alguno de los trámites a que se refiere la Ley, pues, a pesar de contar con Lineamientos a destiempo, los mismos no podrían aplicarse a casos concretos si los mismos deben tramitarse a través de la Plataforma Digital. GS

Si bien el Octavo transitorio de la Ley señala que: *“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”*, este último no contempla, ni hace referencia a una Plataforma Digital, dejando sin directriz normativa la creación de la Plataforma.

Lo anterior además de referir el incumplimiento de la existencia de dicha Plataforma, no genera certeza jurídica en el actuar de las autoridades al no contar con la infraestructura y las normas administrativas para el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de publicidad exterior.

Por lo anterior, es urgente exhortar a las personas titulares de la Jefatura de Gobierno y de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, para que de acuerdo con sus facultades y atribuciones, expidan el Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, tal como se mandata en el Octavo Transitorio de la Ley.

CONSIDERANDO

PRIMERO. Que el artículo 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la Ciudad de México es una entidad federativa que goza de autonomía en todo lo concerniente a su régimen interior y a su organización política y administrativa.

SEGUNDO. Que el artículo 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que:

“Artículo 43. Las partes integrantes de la Federación son los Estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila de Zaragoza, Colima, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán de Ocampo, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave, Yucatán y Zacatecas; así como la Ciudad de México.”

GS

**Énfasis añadido*

TERCERO. Que el artículo 44 de la citada Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que:

“Artículo 44. La Ciudad de México es la entidad federativa sede de los Poderes de la Unión y Capital de los Estados Unidos Mexicanos; se compondrá del territorio que actualmente tiene y, en caso de que los poderes federales se trasladen a otro lugar, se erigirá en un Estado de la Unión con la denominación de Ciudad de México.”

**Énfasis añadido*

CUARTO. Que el artículo 16, apartado G, numeral 2, de la Constitución Política de la Ciudad de México, refiere la obligación del Gobierno local de evitar, entre otras problemáticas, la contaminación visual provocada por publicidad:

**“Artículo 16
Ordenamiento territorial**

Se entenderá por ordenamiento territorial la utilización racional del territorio y los recursos de la Ciudad de México, y su propósito es crear y preservar un hábitat adecuado para las personas y todos los seres vivos.

A. ... a F. ...

G. Espacio público y convivencia social

1. ...

2. *El diseño y gestión de los espacios públicos deberán estar en armonía con la imagen y el paisaje urbano de las colonias, pueblos y barrios originarios de acuerdo con el ordenamiento territorial y con los usos y necesidades de las comunidades. Su diseño se regirá por las normas de accesibilidad y diseño universal. El Gobierno de la Ciudad regulará su cuidado y protección a fin de evitar la contaminación visual, acústica o ambiental provocada por cualquier publicidad o instalación de servicios.*

GS

3. ... a 7. ...

H. ... e l. ...”

**Énfasis añadido*

QUINTO. Que el artículo 1 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, señala que el ordenamiento legal tiene por objeto:

“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.”

**Énfasis añadido*

SEXTO. Que el artículo 7 fracción II de la Ley referida, señala como atribución de la persona titular de la Secretaría:

“Artículo 7. Son atribuciones de la Secretaría:

I. ...

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. ... a XX. ...”

**Énfasis añadido*

SÉPTIMO. Que el Octavo Transitorio de la Ley referida, señala el plazo para que se emita su Reglamento:

“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.”

GS

**Énfasis añadido*

Por lo anteriormente expuesto y fundado, someto a consideración de esta soberanía, el siguiente:

PUNTO DE ACUERDO

PRIMERO. El H. Congreso de la Ciudad de México, exhorta de manera respetuosa a la persona titular de la Jefatura de Gobierno para que, de manera inmediata dé cumplimiento a las disposiciones transitorias de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad y en consecuencia emita el Reglamento de dicha Ley, para que de esta forma se garantice el Derecho a la Buena Administración Pública y se brinde certeza jurídica en materia de Publicidad Exterior.

SEGUNDO. El H. Congreso de la Ciudad de México, exhorta de manera respetuosa, a la persona titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, para que, en uso de su atribución conferida en la fracción II del artículo 7 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, proponga de manera inmediata a la persona titular de la Jefatura de Gobierno, las disposiciones que deberá contener el Reglamento de la Ley referida.

Dado en el Salón de Sesiones del Recinto Legislativo de Donceles a los 22 días del mes de marzo de 2023.

ATENTAMENTE

Gaby Salido

DIP. MARÍA GABRIELA SALIDO MAGOS