

Ciudad de México, a 27 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 PERSONA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, A DAR CUMPLIMIENTO A LAS DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR**, lo anterior al tenor de los siguientes:

ANTECEDENTES

La Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México¹, publicada el 6 de junio de 2022 se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México, tiene como objetivo *“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”*.

En este sentido, el artículo 3 de la Ley referida establecen entre sus fines el:

- Proteger, respetar, procurar, recuperar y regenerar el espacio público y el paisaje urbano de la Ciudad mediante acciones que eviten la saturación

¹ 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. Gaceta Oficial de la Ciudad de México No. 866 Bis.
https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetitas/ea2040307a2fdde31c53588ff5ea44c5.pdf

publicitaria en el espacio público o cualquier otro bien visibles desde el exterior en la vía pública;

- Garantizar el derecho de las personas a un entorno natural y urbano sostenible a fin de generar una mejor calidad de vida;
- Preservar el paisaje urbano, así como las edificaciones y elementos culturales étnicos que conforman las características propias de la Ciudad, lo anterior evitando el abuso de elementos no arquitectónicos;
- Salvaguardar el patrimonio y seguridad e integridad de las personas, y
- Hacer que la comunicación visual publicitaria no contenga mensajes discriminatorios por cualquier motivo.

A fin de lograr el objetivo y los fines de la Ley, se instituye el Consejo Consultivo para Medios Publicitarios, como órgano de opinión y asesoría a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda en la implementación de acciones en materia de publicidad exterior.

De conformidad con lo establecido en el artículo 64 de Ley, el Consejo se integra por las personas titulares de:

- La Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, quien preside;
- La Secretaría de Gobierno;
- La Secretaría del Medio Ambiente;
- La Secretaría de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil;
- La Secretaría de Administración y Finanzas;
- La Secretaría de Movilidad;
- Del Instituto de Planeación Democrática y Prospectiva;
- De la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial;
- De las Alcaldías, y
- Por tres diputadas o diputados integrantes de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana del Congreso de la Ciudad de México.

Asimismo, la persona titular de la presidencia del Consejo, tiene la facultad para designar como invitados a las del Consejo a:

- Cinco representantes de asociaciones, cámaras, personas físicas o morales cuando sus actividades se desarrollen en materia de publicidad, y
- Dos representantes de instituciones académicas.

El Consejo contará con una Secretaría Técnica, quien ocupe dicho cargo será designada por la Presidencia y tendrá, entre otras atribuciones, elaborar los lineamientos de operación y funcionamiento de este órgano de consulta, los cuales deberán ser presentados en la sesión de instalación del mismo. GS

En esta tesitura, el Congreso de la Ciudad de México estableció en las disposiciones transitorias del Decreto, un plazo de 180 días hábiles, contados a partir de la entrada en vigor de la Ley, para la instalación del Consejo atendiendo la importancia que el mismo tiene en relación con la materia encomendada para el desarrollo de la Ciudad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación del Consejo Consultivo para Medios Publicitarios previsto en la Ley de Publicidad Exterior tiene como fin, ser un órgano de consulta que coadyuve con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda a lograr los objetivos en materia de publicidad exterior a través de acciones que eviten la publicidad excesiva en el espacio público, la cual puede generar contaminación visual.

En las disposiciones transitorias se estableció una serie de plazos a fin de instaurar herramientas tecnológicas y órganos que en conjunto coadyuven a cumplir los objetivos de la Ley; en el caso del Consejo Consultivo para Medio Publicitarios se previó un plazo máximo de 180 días hábiles, contados a partir de la entrada en vigor de la Ley referida, para llevar a cabo la instalación del mismo.

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

****Énfasis añadido***

Es decir, la Ley entró en vigor el 7 de junio de 2022, por lo tanto, haciendo suma de los 180 días hábiles que se dispuso para la instalación del Consejo, esta venció el 17 de febrero de la presente anualidad, fecha máxima en se tuvo que haber instalado este órgano de consulta en materia de publicidad exterior; ante esta situación, el titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Gobierno de la Ciudad de México, se encuentra en incumplimiento de esta disposición.

Por lo tanto, la tardía respuesta que a la fecha se presenta para la conformación de dicho Consejo, es indicativo del interés por parte de las autoridades de la Administración Pública central, para contar con espacios de deliberación pública.

GS

Asimismo, previo a la instalación del Consejo, la presidencia, debe designar a la persona que ocupará el cargo de la Secretaría Técnica para que esta a su vez elabore los lineamientos de operación y funcionamiento del propio órgano y los someta a consideración en la sesión de instalación como se dispone en el artículo 69 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, el cual a la letra señala:

“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. ... a III. ...”

**Énfasis añadido*

Por lo anterior y para evitar más omisiones y áreas de oportunidad no atendidas por la Administración Pública en materia de publicidad exterior, se exhorta a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México para que designe a la persona titular de la Secretaría Técnica del Consejo Consultivo, y se proceda en términos legales para contar con los elementos y disposiciones necesarias para que opere el Consejo citado.

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.”

**Énfasis añadido*

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

GS

“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 de la Ciudad de México a 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.

3. ... a 7. ...

H. ... e l. ...”

II LEGISLATURA

**Énfasis añadido*

QUINTO. Que el artículo 1 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, señala que dicha disposición, tiene por objeto regular lo concerniente a los medios publicitarios en el espacio público:

GS

“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 62, 63 y 64 de la Ley referida en el considerado anterior señala la constitución, facultades e integración del Consejo Consultivo para Medio Publicitarios como órgano de consulta de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda:

“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.”

**Énfasis añadido*

“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.”

GS

***Énfasis añadido**

“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.”**

***Énfasis añadido**

SÉPTIMO. Que el **DÉCIMO** transitorio de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México señala el plazo en que debe instalarse el Consejo Consultivo para Medios Publicitarios:

GS

“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.”

**Énfasis añadido*

OCTAVO. Que el artículo 4 fracción XXXVIII de la Ley Orgánica; 2 fracción XXXVII y 100 del Reglamento, ambos ordenamientos del Congreso de la Ciudad de México, señalan que:

“Artículo 4. Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

I. ... a XXVII. ...

XXXVIII. Punto de acuerdo: La proposición que implica algún exhorto o cualesquiera otra solicitud o declaración aprobada por el Pleno o por la Comisión Permanente, que deberá ser respondida por los poderes, órganos, dependencias, entidades o Alcaldías correspondientes en un plazo máximo de 60 días naturales, salvo en caso de urgencia se deberá resolver de manera inmediata. De no encontrarse en posibilidades de cumplir con lo solicitado se deberá remitir por escrito la causa justificada de la omisión;

XXIX. ... a LIV. ...”

**Énfasis añadido*

“Artículo 2. Para los efectos del presente reglamento se entenderá por:

I. ... a XXXVII. ...

XXXVIII. Punto de acuerdo: La proposición que implica algún exhorto o cualesquiera otra solicitud o declaración aprobada por el Pleno o por la Comisión Permanente, que deberá ser respondida por los poderes, órganos, dependencias, entidades o Alcaldías correspondientes en un plazo máximo de 60 días naturales, salvo en caso de urgencia se deberá

resolver de manera inmediata. De no encontrarse en posibilidades de cumplir con lo solicitado se deberá remitir por escrito la causa justificada de la omisión;

GS

XXXIX. ... a LI. ...”.

**Énfasis añadido*

Artículo 100. *Las proposiciones con punto de acuerdo tendrán por objeto un exhorto, solicitud, recomendación o cualquier otro que se relacione con la competencia del Congreso, pero que no sea materia de iniciativas, propuestas de iniciativas o de acuerdos parlamentarios. Toda proposición con punto de acuerdo deberá discutirse ante el Pleno conforme al siguiente procedimiento:*

I. ... a IV. ...”

**Énfasis añadido*

NOVENO. Que el artículo 5, fracción I, del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, se reconoce el derecho de los diputados a iniciar proposiciones:

Artículo 5. *Son derechos de las y los diputados:*

*I. Iniciar leyes, decretos y **presentar proposiciones** y denuncias ante el Congreso;*

II. ... a XIII. ...”

**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 a la persona titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, para que, de manera inmediata lleve a cabo la designación de la persona que ocupará el cargo de la Secretaría Técnica del Consejo Consultivo para Medios Publicitarios, y elabore los

Lineamientos de Operación y Funcionamiento del Consejo, a fin de someterlos a consideración de sus integrantes en la respectiva Sesión de Instalación.

GS

SEGUNDO. El H. Congreso de la Ciudad de México exhorta respetuosamente a la persona titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México, para que, en su calidad del Presidente del Consejo Consultivo para Medios Publicitarios, convoque los integrantes de este órgano de participación, dando cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 64 de la Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México.

Dado en el Salón de Sesiones del Recinto Legislativo de Donceles a los 27 días del mes de marzo de 2023.

ATENTAMENTE

Gaby Salido

DIP. MARÍA GABRIELA SALIDO MAGOS

CONGRESO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO