

México D.F. a 25 de marzo de 2010

BOL -299

BOLETIN DE PRENSA

Urge una Ley para Regular la Publicidad Exterior en el DF

****Esta Ley permitirá ordenar el paisaje urbano, regularizar actividades económicas que actualmente no tienen un marco jurídico adecuado y fortalecerá las finanzas públicas del Distrito Federal***

Es urgente y necesaria la implementación de una ***Ley que Regule la Publicidad Exterior en el Distrito Federal***, pues genera preocupación en los ciudadanos por los riesgos que constituyen anuncios mal instalados, además de que es una fuente de tensión constante entre vecinos, anunciantes, empresas de publicidad y autoridades, sostuvo el diputado Víctor Hugo Romo Guerra al presentar la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal. Como una obligación de continuar con los trabajos efectuados por las anteriores legislaturas y como un acto de justicia intelectual, el diputado Romo Guerra tomó como antecedente la propuesta hecha por el entonces diputado Tomás Pliego Calvo, el pasado 16 de abril de 2009 y que no fue dictaminada durante la IV Legislatura, sin embargo hoy es urgente darle salida legislativa en beneficio de la ciudad, dijo el diputado del Partido de la Revolución Democrática.

“La publicidad exterior se dirige al público en general por medio de anuncios en forma de carteles, vallas, rótulos luminosos, mobiliario urbano, espectaculares y toda una serie de estrategias comunicativas que tienen un alto impacto en todas las ciudades modernas del mundo”, expuso Víctor Romo.

Sin embargo, reconoció que “también es generadora de empleos directos, promueve la actividad económica, bien ordenada puede mejorar el paisaje urbano y ser respetuosa con el entorno y el medio ambiente”.

Además explicó el legislador que “algunas modalidades de publicidad exterior pueden ayudar a mejorar la iluminación de vialidades públicas, con lo que se mejora la seguridad de los ciudadanos y los bienes, permite el cerramiento a bajo costo de obras en construcción, aligera la carga económica de los gobiernos en el momento de instalar mobiliario urbano y facilitar la emisión de mensajes de interés público”.

Agregó que: “la publicidad exterior, es también un detonante del comercio a todas las escalas ya que hace posible que den a conocer sus productos y servicios tanto las grandes empresas como los pequeños comercios que requieren difusión específica en las colonias en las que se ubican”.

Romo Guerra dijo “en ese sentido, la publicidad exterior en el Distrito Federal requiere adecuarse al desarrollo urbano que ha existido en los últimos años mediante una ley que regule de manera global todo tipo de publicidad exterior”.

En ese sentido el diputado del PRD resaltó que “actualmente la publicidad exterior en la Ciudad de México está regulada por diversos ordenamientos como la Ley de Desarrollo Urbano, la Ley de Espectáculos Públicos, la Ley de Salud para el Distrito Federal, el Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano, el Reglamento para el Ordenamiento del Paisaje Urbano, y el Reglamento de Transporte, todos ellos del Distrito Federal”.

“Precisamente el objeto de crear una Ley de Publicidad Exterior en el Distrito Federal, es compactar y agrupar todas las disposiciones generales que existen en la materia y que son competencia local, en una sola Ley. El propósito de la Ley es regular la fijación, instalación, distribución, ubicación, modificación y retiro de toda clase de publicidad exterior, incluyendo los anuncios emplazados en mobiliario urbano, en transporte, en vía pública o visibles desde la vía pública, en todo el territorio de la Entidad”, explicó Romo.

Romo Guerra, añadió que “uno de los aspectos más complejos en la vida citadina, lo constituye la relación entre los habitantes con la publicidad exterior que implica un estrecho vínculo con la imagen urbana y el medio ambiente. En esta dinámica se han dejado de lado los aspectos positivos o beneficios que la publicidad exterior proporciona a los habitantes debido al desarrollo de medios que proporcionan seguridad e iluminación adicional a los transeúntes, asimismo es importante mencionar que la una publicidad exterior moderna, ordenada y vanguardista forma parte importante de la imagen de la ciudad y es el escaparate de la misma”.

“Una de las finalidades de esta Ley es garantizar en todo momento las medidas de seguridad y mantenimiento adecuado de los anuncios minimizando los riesgos para los habitantes de la ciudad. En esta Ley que se propone también se pretende regular la propaganda electoral como parte de la publicidad exterior, con el objeto de que los partidos políticos se hagan responsables de la misma”, agregó el legislador del sol azteca. La Asamblea Legislativa ha asumido en forma responsable las atribuciones en materia legislativa, y en este sentido es necesario contar con un nuevo ordenamiento en materia de publicidad exterior que considere a la ciudadanía así como a los miembros de la industria propiciando un desarrollo congruente con la realidad de la publicidad exterior.

Es importante mencionar que ante la difícil situación económica que prevalece se han detectado familias cuya única fuente de ingresos es el dinero que perciben por rentar espacios a la industria de la publicidad exterior para la colocación de anuncios y que sin estos ingresos tendrían dificultades hasta para el pago de contribuciones como el impuesto predial.

En México, a partir de la segunda mitad de los años noventa, en virtud de los elevados costos en los medios electrónicos (mientras que en televisión el costo promedio por anuncio es de 150 mil pesos y el de radio de 30 mil pesos por minuto, los costos de los espectaculares oscila entre los 7 mil y 45 mil pesos mensuales), la publicidad exterior



GPPRD

COMUNICACIÓN SOCIAL



obtuvo relevancia como un medio alternativo para los anunciantes que requieren acercar sus productos o servicios a los consumidores de una forma económica, puntual y eficiente, sin embargo la legislación no avanzó paralelamente para regular esta actividad lícita.

00o00