

A cuentagotas, el retiro de publicidad prohibida en azoteas de edificios

ROCÍO GONZÁLEZ ALVARADO

En cumplimiento a lo dispuesto en la Ley de Publicidad Exterior sólo se han retirado de manera voluntaria 136 de los mil 200 anuncios espectaculares instalados de manera irregular en las azoteas de edificios en la Ciudad de México.

Sin embargo, el titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), Carlos Ulloa, señaló que los empresarios tienen hasta el 31 de diciembre para desmontar 200 estructuras y el resto hasta junio del próximo año, cuando se vence el plazo establecido en la normatividad.

Indicó que se trabaja con las empresas para que cumplan con la ley y no le cueste al gobierno de la ciudad, ya que retirar cada uno tiene un costo de 150 mil pesos o más, pues se tienen que contratar grúas, personal y seguro.

El pasado 6 de junio el Congreso capitalino aprobó la Ley de Publicidad Exterior en la que se prohíbe la instalación de anuncios espectaculares en las azoteas, por lo que se dio un año a las compañías para que los retiren de forma voluntaria.

El funcionario indicó que también se efectúan acciones para impedir la colocación de anuncios envolventes, que son aquellos que cubren los muros laterales de los edificios, porque además de que son un exceso de contaminación visual, tampoco están permitidos.

“Estamos también trabajando recordándole a las marcas que contraten espacios permitidos y no espacios donde en la Ciudad de México están prohibidos”.

A su vez, el consejero jurídico y de gobierno, Néstor Vargas, confirmó que la Suprema Corte de Justicia de la Nación desechó las controversias constitucionales que promovieron las alcaldías de oposición en contra de la citada ley con el argumento de que invadían sus facultades, por lo tanto se mantiene en sus términos.

