

MIENTRAS ESTÁS EN CASA

Los centros comerciales de la Ciudad de México reabrieron sus puertas bajo medidas de prevención de contagios de covid-19, y las visitas no se hicieron esperar. Cientos de personas acudieron a comprar, al mismo tiempo que cientos más contrajeron el virus en la capital del país. Y como es típico de los ciudadanos, algunos dejaron todo al último y se reflejó en los centros de atención del INE, durante el último día para tramitar su credencial de elector, ignorando las medidas de sana distancia, una escena que se replicó en el Metro.





#SéFuerteMéxico

Fotos: Daniel Betanzos, Elizabeth Velázquez, Héctor López y Eduardo Jiménez



Rechazan autoridades autorizar espectaculares

Inundan anuncios el Segundo Piso

Concentra tramo de Periférico diversos formatos prohibidos por la ley capitalina

IVÁN SOSA

En el Segundo Piso de Periférico la concentración de espectaculares es cada vez mayor pese a que la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) asegura no haber otorgado permisos para colocar más anuncios.

“No hay ninguna autorización nueva y, en todo caso, ahí la revisión que se hace con el Invea (Instituto de Verificación Administrativa) para quitar anuncios espectaculares, de hecho, pues se han quitado muchísimos anuncios”, expuso la Jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum.

En un recorrido por el Segundo Piso de Periférico, en el tramo de San Antonio a San Jerónimo en ambos sentidos, REFORMA constató la presencia de una diversidad de anuncios, notables para los automovilistas que circulan en el tramo libre de peaje.

“Ayúdanos a prevenir la corrupción”, señala uno de los letreros en una manta adosada al edificio de la Fiscalía Especializada en Delitos Electorales, a la altura de San Ángel.

“Erradica la violencia política contra las mujeres”, cita otro anuncio de este tipo del Instituto Nacional Electoral (INE), adherida a un inmueble

en la misma zona.

La Ley de Publicidad Exterior de Ciudad de México ordena que quedan prohibidos los anuncios de propaganda comercial e institucional integrados en lonas, mantas, telones, lienzos y, en general, en cualquier otro material similar, sujetos, adheridos o colgados en los inmuebles públicos o privados.

El ordenamiento especifica que la distancia entre anuncios autosoportados, respecto de otro instalado en una misma acera, debe ser de 250 metros, delimitados por un diámetro de 100 metros.

Fuera de tal especificación, en la sucesión de anuncios observados por los conductores sobresale la cercanía entre las estructuras.

La creatividad también ha aumentado con anuncios como el que incluye en su estructura una enorme caja, que representa un envío en paquetería y llama la atención de los automovilistas.

Mantas envolventes de edificios, también restringidas por la ley, son parte de los anuncios.

Las obras en construcción sobre la vialidad igualmente muestran mantas con letreros de venta de inmuebles.

Desde el Segundo Piso también es notable para los conductores una enorme manta adherida a la fachada

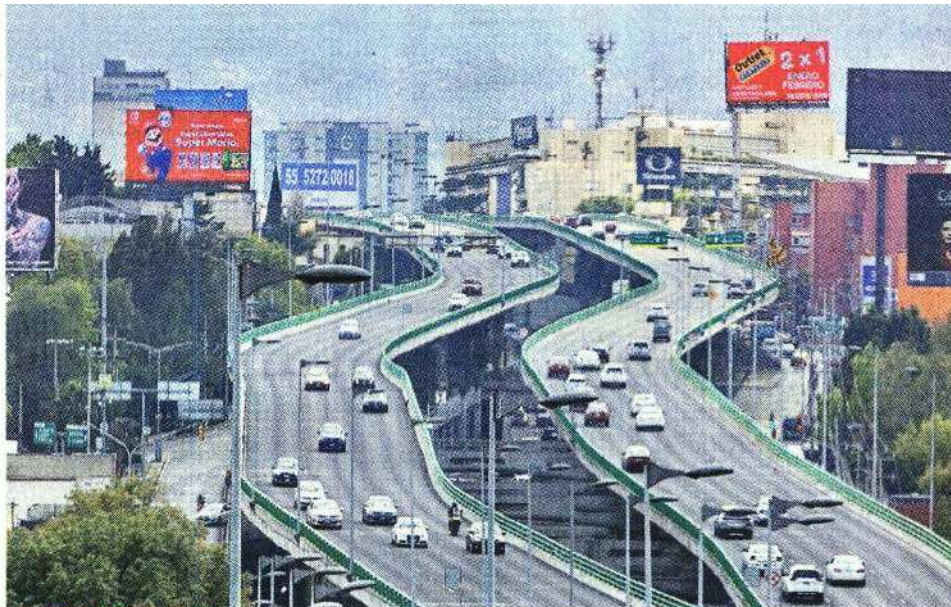
de la torre del World Trade Center, conocido también como el Hotel de México, sobre Avenida Insurgentes.

Finalmente, estructuras de anuncios sobre azoteas son parte del muestrario de publicidad exterior en el tramo elevado, el cual se extiende a los segmentos de cuota de Periférico.





Varios de los anuncios son ocupados por publicidad de órganos de Gobierno tanto federal como local.



Héctor García

DISTRACTORES. Entre los espectaculares se incluyen los instalados en azoteas.

