

La ciudad, colapsada por la cantidad de anuncios espectaculares: Seduvi

ÁNGEL BOLAÑOS SÁNCHEZ

En la Ciudad de México “estamos totalmente colapsados por la contaminación visual” de la publicidad exterior, cuyas estructuras representan, además, un riesgo en materia de seguridad, afirmó el titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), Carlos Alberto Ulloa Pérez.

En reunión de trabajo con la Comisión de Uso y Aprovechamiento del Espacio Público del Congreso capitalino, el funcionario indicó que el último censo que realizó la dependencia durante la pasada administración, en 2018, del número de armazones publicitarios “no tiene nada que ver con la realidad”.

Explicó que a partir del plan de trabajo para el retiro de publicidad se inició un nuevo levantamiento —que concluyó la semana antepasada— únicamente en tres vialidades: calzada de Tlalpan, Viaducto Miguel Alemán y avenida Revolución.

En la primera se registraron 28 espectaculares de azotea y 35 auto-soportados, 68 y 64 en la segunda, así como 35 y 16 en la última.

Agregó que a partir de que se abrió la ventanilla para trámites y servicios, en la dependencia se acumuló un centenar de solicitudes de publicidad que no se han autorizado en tanto no se tengan reguladas las existentes.

En el caso de anuncios adosados a muros, Ulloa dijo que si bien existe el registro de las licencias correspondientes, estimó que “por cada cédula tenemos multiplicados por cinco o seis”, y refirió que en la alcaldía Miguel Hidalgo se detectó la instalación de placas de acero en

una avenida donde incluso se había sacado el cableado del alumbrado público del camellón para iluminar el espectacular que se pretendía instalar, “es una acción de la que nos percatamos, pero no sabemos qué estará pasando en otras partes de la ciudad”.

Comentó que a partir del censo se han retirado sólo cuatro anuncios en condiciones de alto riesgo, al tiempo de solicitar a las empresas de publicidad que de manera voluntaria los quiten, ya que hacerlo tiene un alto costo para la ciudad, desde la colocación del sello por parte del Invea.

Su desmantelamiento requiere no sólo la renta de grúas y contratación de personal especializado, sino una logística en la que intervienen equipos de otras áreas, como la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial, el

C5, las secretarías de Seguridad Ciudadana y de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil y la Consejería Jurídica.

En su exposición para presentar los ejes del plan de trabajo de la dependencia en materia del espacio público, señaló que tampoco existe información histórica de las inmobiliarias que no han cumplido con sus obras de mitigación, “se está haciendo ese trabajo y es más fácil detectar a los más recientes, “pero hay desarrollos funcionando al 100 por ciento que nunca cumplieron y fueron aprobadas las aperturas y ocupaciones”.

▲ Sin importar que incluso cubran las ventanas de edificios, las empresas de publicidad se expanden de forma irregular.
Foto Roberto García Ortiz



