

Empresas de publicidad exterior piden más tiempo

Solicitan a los legisladores **analizar todos los elementos de la reforma** que avanzó en comisiones del Congreso local

**LAURA ARANA
Y OMAR DÍAZ**

—metropoli@eluniversal.com.

Asociaciones de publicidad exterior manifestaron su preocupación porque en pleno del Congreso capitalina se avale la nueva en la materia antes del cierre de periodo de sesiones que termina este martes.

Al respecto, Román González, vocero de la Asociación de Profesionales en Comunicación Exterior del Valle de México (Aproce), comentó que esta iniciativa promovida por la jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum, favorece la publicidad ilegal.

En entrevista con EL UNIVERSAL, sostuvo que llama la atención la rapidez con la que se quiere aprobar esta reforma, sin que exista un parlamento abierto, tal y como ocurrió con la iniciativa para modificar al Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

“Nos desconcierta mucho que cuando vemos la iniciativa, el viernes que se pasó a comisiones, no toma en cuenta ninguna de las propuestas que se ha hecho con la industria, entonces eso nos preocupa porque es una iniciativa que se presenta unilateralmente, sin un tema de parlamento abierto, sin tomar en cuenta a la industria que nos de-

dicamos a esto. Si tuviéramos que calificar la iniciativa en un par de palabras sería que la vemos técnica y jurídicamente inviable”, sostuvo.

En este sentido, precisó que les preocupa que se quiera desconocer el Programa de Reordenamiento de Anuncios que se creó en 2004, cuando era jefe de Gobierno Andrés Manuel López Obrador.

Detalló que al desconocer este programa, se da vía libre para que los anuncios irregulares se conviertan en regulares.

De igual forma, comentó que este dictamen, crea confusión entre las facultades de alcaldías y gobierno central.

Asimismo, el vocero de Aproce comentó que el transitorio que ordena a la empresas retirar en un plazo de un año los anuncios de azoteas es inviable y les generaría pérdidas.

“Se tendrían que retirar 100 anuncios de azotea al mes, que te da 3.5 estructuras de azotea al día. Esto no sólo es económicamente inviable, sino que técnicamente es imposible, eso para empezar”, destacó.

Piden no seguir línea

En este sentido, el presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU), Jorge Carlos Ne-

grete Vázquez, solicitó a los legisladores que hagan un estudio de todos los elementos que están en la ley y que no sigan la línea de la jefa de Gobierno.

“Pareciera de acuerdo a la velocidad que se aprobó en comisiones, que siguen una línea de parte de Claudia Sheinbaum, que les está imponiendo lo que tienen que hacer, en lugar de preocuparse realmente por las personas que votamos por ellos y que son quien en esencia sufrimos las consecuencias de la publicidad ilegal”, acotó.

Apuntó que tuvieron reuniones con el Gobierno, cuando se elaboró el dictamen del año pasado; sin embargo, en esta propuesta no se les abrió la puerta, “fue después de presentar la propuesta, una vez hecho el dictamen, no hay nada que platicar”, indicó.

Puntualizó que el actual plan abre puerta a la corrupción: “La ley no es clara, abrirá las puertas al amiguismo, a la corrupción, a que se hagan negocios turbios al amparo de un reglamento que no se ha dictado y que se puede ir moviendo a la conveniencia de las autoridades. Estamos muy preocupados”.

El dictamen avanzó en comisiones y diputados locales afirman que buscan poner orden en la materia. ●



LOS CAMBIOS PLANTEADOS A LA INDUSTRIA

Este martes cierra el período de sesiones y diputados locales evalúan si subirá a pleno.

- Esta iniciativa contempla, entre otras cosas, **dar un año a las empresas para quitar los anuncios** especulares en azoteas, aunque tengan permisos.
- Esta reforma establece el término de "autosoportado". Además, **se incluyó la definición de "equipamiento auxiliar de transporte"**, como el espacio

donde se ubicaría el anuncio publicitario en el transporte público de pasajeros.

- **Este dictamen crea un Consejo Consultivo para Medios Publicitarios**, cuyo objetivo es apoyar y asesorar a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvvi), para hacer valer la ley y dar política a las acciones en la materia.

ROMÁN GONZÁLEZ
Vocero de la Aproce

"Nos preocupa porque es una iniciativa que se presenta unilateralmente, sin un tema de parlamento abierto"

DIEGO SIMÓN, EL UNIVERSAL



De acuerdo con el dictamen que avanza sobre publicidad exterior, en un año los anunciantes deben retirar estructuras de las azoteas, lo cual dicen empresarios, es irviable.

