

Omiten funcionarios atender contaminación visual

Ven en propaganda conflicto de interés

Alertan proliferación
en los bajopuentes,
bardas y arbolado
de Alcaldía Tlalpan

IVÁN SOSA

Funcionarios capitalinos a cargo de evitar la contaminación visual y mantener limpios los espacios públicos han omitido retirar la propaganda política, pues actualmente también son aspirantes a cargos públicos, alertó la Fundación por el Rescate y la Recuperación del Paisaje Urbano.

Jorge Negrete, presidente del organismo, advirtió que uno de los casos es el de Carlos Ulloa, titular de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), dependencia encargada de vigilar la Ley de Publicidad Exterior.

“Ulloa tiene el Periférico y las calles de Tlalpan llenas de propaganda con su nombre”, criticó Negrete.

El lunes, REFORMA publicó que el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) notificó a las 16 alcaldías y al Gobierno capitalino para que retiren propaganda política de las calles, en los casos en los que se contengan nombre o apellido de quien se encuentre participando en un proceso político, así como en

aquella publicidad en la que no se identifique el procedimiento en el que se participa.

Las bardas con dichas alusiones también deben ser blanqueadas.

En calles de la Alcaldía Tlalpan pueden encontrarse bardas con el nombre y apellido del titular de la Seduvi, así como mantas en las que el funcionario aparece retratado junto al ex Secretario de Seguridad Ciudadana, Omar García Harfuch, quien actualmente aspira a encabezar a Morena en la contienda por la Jefatura de Gobierno.

“Si tuviera algo de dignidad lo haría (retiraría la propaganda), pero, si está utilizando los espacios que están prohibidos, evidentemente no va a pasar”, apuntó Negrete.

Otro caso es el de Mariana Boy, titular de la Procuraduría Ambiental y del Ordenamiento Territorial (PAOT) y quien también participa en la encuesta para definir al candidato o candidata de Morena a la Jefatura de Gobierno.

La PAOT, indicó Negrete, tiene también atribuciones para contener la contaminación visual y podría emitir

una recomendación al Gobierno, sin embargo, también ha evitado pronunciarse.

“Se basan en el hecho de que no hay una regulación como tal, de que como no está prohibido y tampoco permitido, no la van a mover, se tapan entre ellos”, puntualizó Negrete.

En última instancia, la propaganda produce contaminación visual.

“Esto no había pasado, procesos electorales internos que inundaran de propaganda, pintas por todos lados. Entonces, hay necesidad de que se regule, como en su momento se reglamentaron las precampañas”, requirió Negrete.





Iván Sosa y especial

CERCANÍA QUE SE PRESUME. En la propaganda a favor de Carlos Ulloa, titular de la Seduvi, el funcionario incluso aparece retratado al lado de Omar García Harfuch.



2023-10-24

Propaganda electoral invade espacio público en la CDMX a pesar de que las campañas aún no inician

Autor: Genoveva OrtizLa Prensa

Género: Nota Informativa

La propaganda electoral ya invade el espacio público a pesar de que aún no inicia oficialmente el periodo de precampaña, lo que dejará a la Ciudad de México un volumen de desechos de alrededor de 20 a 25 mil toneladas, el doble de lo que generaron las elecciones intermedias de 2021.

Así lo denunció Jorge Carlos Negrete Vázquez, presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU) al solicitar al Instituto Electoral de la Ciudad de México hacer cumplir la ley, aplicar las sanciones correspondientes y obligar a los partidos políticos a hacerse cargo del retiro y disposición de la "basura electoral" que se genere durante las campañas proselitistas de sus candidatos, a distintos cargos de elección popular, y este costo no se endose al erario de la Ciudad.

TE RECOMENDAMOS: "Harfuch, el Batman chilango y el héroe que la CDMX necesita", dicen en mitin en la GAM

Expresó su preocupación por la anarquía que se observa en la colocación indiscriminada y sobresaturación del espacio público con pendones, carteles y todo tipo de formato de propaganda política, cuando apenas se han retirado 665 de los 1,200 anuncios espectaculares que deberían haberse ya bajado. Lo que demuestra la incapacidad de la autoridad para hacer valer la ley.

En conferencia de prensa, Jorge Carlos Negrete informó que la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) ha otorgado más de mil acuerdos de viabilidad a empresas de publicidad exterior, para la colocación de anuncios en nuevos espacios y con formatos.

Destacó que la falta de transparencia, sobre el proceso de retiro de anuncios espectaculares, y el opaco otorgamiento de acuerdos de viabilidad han generado muchas dudas y sospechas, ya que Seduvi no ha actualizado esta información en su página oficial desde mayo pasado.

La autoridad, debe explicar por qué sí se han retirado solo 665 de los 1,200 anuncios en azoteas ha otorgado 1,081 licencias o acuerdos de viabilidad. "Que aclare qué tipo de autorización entregó, a qué empresas y por qué en lugar de aplicar las sanciones a las empresas que no han cumplido con el retiro de sus anuncios, ahora las premia, permitiendo la privatización del espacio público", puntualizó Jorge Carlos Negrete.

Durante la conferencia de prensa, el líder de la FRRPU presentó diversas fotografías en las que se puede observar anuncios que incumplen la Ley en materia de Publicidad Exterior en diversos puntos de la Ciudad, como es en edificios, vallas, mupis e infraestructura urbana.

Indicó que la Ley prohíbe la publicidad en puentes peatonales; sin embargo, de forma tramposa, se permite la publicidad en "conexiones elevada interurbana", "que no es otra cosa que un puente peatonal y lo que se hizo fue solo cambiarle el nombre", lo que confunde y provoca que se evada la ley.

Negrete Vázquez hizo un desglose a detalle del uso que se le está dando a los acuerdos de viabilidad que ha otorgado Seduvi, con el propósito de recolocar los anuncios espectaculares que supuestamente se han retirado de las azoteas a algún otro espacio publicitario.

2023-10-25

La propaganda electoral contamina el espacio público en la CDMX, pese a que las campañas todavía no empiezan

Autor: Redacción

Género: Nota Informativa

Martín Aguilar

La propaganda electoral ya invade y contamina el espacio público a pesar de que aún no inicia oficialmente el periodo de precampaña, lo que dejará a la Ciudad de México un volumen de desechos de alrededor de 20 a 25 mil toneladas, el doble de lo que generaron las elecciones intermedias de 2021.

Así lo denunció Jorge Carlos Negrete Vázquez, presidente de la Fundación por el Rescate y Recuperación del Paisaje Urbano (FRRPU) al solicitar al Instituto Electoral de la Ciudad de México hacer cumplir la ley, aplicar las sanciones correspondientes y obligar a los partidos políticos a hacerse cargo del retiro y disposición de la "basura electoral" que se genere durante las campañas proselitistas de sus candidatos a distintos cargos de elección popular, y este costo no se endose al erario de la Ciudad.

Expresó su preocupación por la anarquía que se observa en la colocación indiscriminada y sobresaturación del espacio público con pendones, carteles y todo tipo de formato de propaganda política, cuando apenas se han retirado 665 de los 1,200 anuncios espectaculares que deberían haberse ya bajado. Lo que demuestra la incapacidad de la autoridad para hacer valer la ley.

En conferencia de prensa, Jorge Carlos Negrete informó que la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) ha otorgado más de mil acuerdos de viabilidad a empresas de publicidad exterior, para la colocación de anuncios en nuevos espacios y con formatos.

Destacó que la falta de transparencia, sobre el proceso de retiro de anuncios espectaculares, y el opaco otorgamiento de acuerdos de viabilidad han generado muchas dudas y sospechas, ya que Seduvi no ha actualizado esta información en su página oficial desde mayo pasado.

La autoridad, debe explicar por qué sí se han retirado solo 665 de los 1,200 anuncios en azoteas ha otorgado 1,081 licencias o acuerdos de viabilidad. "Que aclare qué tipo de autorización entregó, a qué empresas y por qué en lugar de aplicar las sanciones a las empresas que no han cumplido con el retiro de sus anuncios, ahora las premia, permitiendo la privatización del espacio público", puntualizó Jorge Carlos Negrete.

Durante la conferencia de prensa, el líder de la FRRPU presentó diversas fotografías en las que se puede observar anuncios que incumplen la Ley en materia de Publicidad Exterior en diversos puntos de la Ciudad, como es en edificios, vallas, mupis e infraestructura urbana.

Indicó que la Ley prohíbe la publicidad en puentes peatonales; sin embargo, de forma tramposa, se permite la publicidad en "conexiones elevadas interurbana", "que no es otra cosa que un puente peatonal y lo que se hizo fue solo cambiarle el nombre", lo que confunde y provoca que se evada la ley.

Negrete Vázquez hizo un desglose a detalle del uso que se le está dando a los acuerdos de viabilidad que ha otorgado Seduvi, con el propósito de recolocar los anuncios espectaculares que supuestamente se han retirado de las azoteas a algún otro espacio publicitario.

Indicó que dichos acuerdos de viabilidad se están otorgando como si fueran permisos para colocar en espacios a

nivel de calle, envolvertes (alrededor de los edificios) o en estructuras de espectaculares autosoportados, lo que ha provocado una sobresaturación del espacio público, porque lo único que se hizo fue bajar lo que estaba arriba a nivel de calle.

Explicó que diversos estudios internacionales han documentado que la exposición a contaminación visual por exceso de publicidad en espacios públicos genera estrés en la población, además de ser un elemento distractor como es el caso de las pantallas electrónicas y constituir un riesgo inminente en materia de protección civil, para edificios y otras estructuras urbanas.