

ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO  
FEDERAL  
V LEGISLATURA  
**ESTENOGRAFIA PARLAMENTARIA**



**PRIMER AÑO DE EJERCICIO**

**Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana**  
*Regulación, Seguridad y Sustentabilidad hacia una Ley de Publicidad Exterior  
en el Distrito Federal*  
**Foro**

**VERSIÓN ESTENOGRÁFICA**

**Hotel Hilton-Juárez 70**

**15 de junio de 2010**

---

**EL C. MODERADOR JESUS CARRASCO GOMEZ.-** Si gustan pasar a tomar asiento, ya vamos a proceder a la inauguración del evento. Nos hacen favor de tomar asiento para poder proceder a la inauguración del evento.

Buenos días a todos. Bienvenidos a este foro de regulación, seguridad y sustentabilidad hacia una Ley de Publicidad Exterior en el Distrito Federal, que organiza la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, a través de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana.

Le damos la más cordial bienvenida a la diputada Alejandra Barrales Magdaleno, Presidenta de la Comisión de Gobierno de la Asamblea.

Al diputado Guillermo Sánchez Torres, Presidente de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, de la Asamblea Legislativa.

Al diputado Leonel Luna, integrante de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana.

Al diputado José Alberto Couttolenc, que se está incorporando con nosotros, también de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana.

Al diputado Víctor Hugo Romo, que fue quien presentó también una iniciativa en torno a esta nueva ley. Bienvenidos, diputados.

Sin más preámbulos, le pediríamos al diputado Guillermo Sánchez, que nos dirija su mensaje inaugural.

**EL C. DIPUTADO GUILLERMO SANCHEZ TORRES.-** Buenos días. Gracias por acompañarnos, diputada Alejandra Barrales Magdaleno, Presidenta de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Diputados integrantes de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, gracias por su existencia.

Gracias, diputado Víctor Hugo Romo, señores empresarios de publicidad exterior, gracias por asistir; señoras y señores, sean ustedes bienvenidos.

Gracias a todos ustedes por asistir y participar en el foro regulación, seguridad y sustentabilidad, hacia una ley de publicidad exterior en el Distrito Federal.

Este foro se organiza debido a que en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, el diputado Víctor Hugo Romo y un servidor, presentamos una iniciativa para generar una ley para regular la publicidad exterior, ya que sea una actividad que por diversas razones se ha quedado pendiente de que se emita una normatividad específica y en consecuencia se ha prestado para el desorden administrativo.

Con los resultados que hoy tenemos, en que la publicidad exterior en la Ciudad de México está afectando seriamente la imagen urbana, pero además en algunos casos, representa un riesgo para los bienes de las familias, incluso para la vida de las personas.

En este contexto, la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana de la Asamblea Legislativa acordó que como parte del proceso para el dictamen de esta iniciativa de ley se lleve a cabo este foro.

De hecho en la denominación del foro, plasmamos los objetivos de esta ley que pretendemos emitir, ya que debe existir regulación para que continúe desarrollándose esta actividad, que genera empleos y propicia la actividad

económica, pero que con las medidas de seguridad requeridas, para brindar tranquilidad a la ciudadanía de que pueden transitar sin el riesgo de que se vayan a ver afectadas.

Es por ello el objeto de este foro, es que se generen propuestas que nos brinden elementos para establecer un marco jurídico que permita una relación armónica y equilibrada, entre los diferentes elementos del paisaje urbano, así como entre éste y la dinámica económica y social de la ciudad.

Actualmente la publicidad exterior en la Ciudad de México está regulada por diversos ordenamientos. Esta dispersión en las disposiciones legales ha generado traslapes y a su vez vacíos que propician que este tipo de publicidad no tenga una regulación efectiva.

Por otra parte, recientemente se adoptó la moda de instalar publicidad en mantas que se adhieren a los edificios y en muchos casos cubren total o parcialmente sus ventanas, lo cual propicia un incremento en el consumo de electricidad, por requerir iluminación adicional o bien por la necesidad de utilizar ventilación artificial.

Lo anterior, independientemente del riesgo civil, por las estructuras de los espectaculares o por las lonas que cubren los edificios, ya que la Secretaría de Protección Civil, reporta entre 2007 y 2010, que se han atendido 140 casos de emergencias por espectaculares o lonas caídas o en riesgo de caer.

Los diputados de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, estamos conscientes de que esta actividad genera empleos directos e indirectos, promueve la actividad económica y es un detonante del comercio, ya que es un medio para dar a conocer los productos y servicios, tanto de las grandes empresas como a los pequeños comercios que requieren difusión específica en las colonias en que se ubican.

Sin embargo también reconocemos que los anuncios publicitarios son una de las principales causas de contaminación visual en la ciudad, porque impide que las personas aprecien el entorno natural, un estado democrático que promueva mejor las condiciones de vida de la población, no debe tolerar la saturación y desarticulación del paisaje urbano.

Es por ello que nuevamente agradezco su participación en este foro, estoy cierto que con sus aportaciones, juntos lograremos arribar a un mejor marco normativo para la conservación de la imagen urbana de la Ciudad de México.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas gracias, diputado Guillermo Sánchez.

Le pediríamos al diputado Víctor Hugo Romo, si nos hace favor de brindar su mensaje.

**EL C. DIPUTADO VÍCTOR HUGO ROMO GUERRA.-** Muy buenos días a todas y a todos los miembros de la industria de publicidad exterior.

La verdad todo se origina bajo el esquema de que existe una conciencia colectiva por parte de los actores aquí presentes. Esta conciencia colectiva es, se necesita un marco jurídico que permita que su actividad se realice de manera adecuada, que la inversión y el sinnúmero de empleos directos, indirectos que se generan, estén perfectamente coordinados y armonizados con los planteamientos que exigen en esta ciudad, unos planteamientos de orden jurídico y la idea es cuidar la actividad, cuidar el hecho de que se pueda realizar publicidad, pero de manera ordenada, que efectivamente no exista contaminación visual, sobresaturación y que a su vez también nosotros entender nosotros como legisladores y hay que comunicarlo bien, a la sociedad civil, al público en general, que esta modalidad de publicidad viene desde 10 años acá a desarrollarse como un bum mediático.

En otras partes del mundo sucede, aquí no es la excepción, las pequeñas, la micro y medianas empresas que ofertan sus productos, pues prácticamente ustedes son el puente trasmisor, efectivamente por la accesibilidad y la carestía que tienen las tarifas de televisión y de radio. Eso hay que decirlo con sus palabras.

Evidentemente nosotros tenemos que poner un marco jurídico, es nuestra obligación, hay una sobresaturación, no he escuchado de ningún empresario de esta industria que diga que no existe esta saturación en la ciudad.

¿Qué hay que hacer? Nosotros pensamos que los reglamentos, que la misma autoridad quedó rebasada y que ahorita la Asamblea Legislativa tiene la

obligación junto con ustedes, junto con la autoridad, junto con la sociedad civil, de generar un marco cuerpo que permita que todos tengamos un punto de equilibrio y una ley adecuada a las nuevas condiciones y a la realidad.

Entonces yo celebro este foro, la verdad es que prácticamente nosotros como diputados venimos a escuchar a los que se dedican al día a día a esta actividad, para que evidentemente recojamos los planteamientos, las observaciones, los puntos de vista y se enriquezca un planteamiento que nos conlleve a un nuevo modelo, el actual modelo que tiene la ciudad es un modelo anárquico, debemos de arribar a un modelo que nos permita que ustedes tengan las condiciones de hacer su actividad y su trabajo, pero también el gobierno tenga las herramientas que le permitan hacer su obligación como autoridad.

Bueno, esperamos sean enriquecidas con su planteamientos, hay un conjunto de ponentes; mañana se hará una mesa de trabajo con la autoridad, con algunos urbanistas y académicos, y bueno empieza el proceso parlamentario en vísperas de arribar a una ley de publicidad exterior.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas gracias, diputado Víctor Hugo.

Nos va a brindar un breve mensaje también el diputado Leonel Luna. Gracias.

**EL C. DIPUTADO LEONEL LUNA ESTRADA.-** Muchas gracias. Muy buenos días a todas y a todos. Voy a ser muy breve, ya que el objetivo de esta reunión es justamente el escuchar las propuestas de cada una y de cada uno de ustedes aquí presentes.

Ha sido una constante de los trabajos de esta V Legislatura, el procesar las leyes, las normas de esta gran ciudad, a través de encuentros, de foros, de conocer la opinión de los ciudadanos, de los actores involucrados en cada una de estas normas que hemos venido procesando.

Justamente como bien lo comentaba el diputado Sánchez Torres, el objetivo es justamente el conocer cuál es su opinión, el conocer cuáles son sus propuestas.

Este es un segundo encuentro que llevamos a cabo, el primero se llevó a cabo hace unas semanas con el Secretario de Desarrollo Urbano y Vivienda y con el Secretario de Protección Civil, y se trazaron una serie de líneas.

La primera, como comentaba el diputado Romo, es generar un ordenamiento acorde a la realidad, a las características de esta ciudad. Tenemos una carencia de especificidad en la norma, pretendemos crear una norma especial, es decir una ley de publicidad exterior en la Ciudad de México y en ese encuentro que tuvimos con los secretarios que hemos comentado, se definieron una serie de propósitos, uno tiene que ver justamente con la protección civil, que ese no tiene vuelta de hoja, es un asunto que debemos de procesar todos los que estamos aquí presentes.

Ha habido como bien ha dicho el diputado Sánchez Torres, una serie de informes donde vemos que ha habido colapsos en las estructuras, que hay estructura muy deterioradas, que hay algunas que no deben estar, y sobre todo en edificios o construcciones que presentan deterioro, comentamos con el Secretario de Desarrollo Urbano y Vivienda que era importante generar una norma que propicie tener una imagen urbana adecuada.

Comentamos también que es muy importante el regular inclusive los contenidos, de pronto encontramos anuncios que no son precisamente los más acordes a lo que pretendemos todas y todos.

En fin, son una serie de medidas que debemos ir procesando de manera conjunta en un marco de propuesta, en un marco de una norma precisa, que no solamente vaya entorno a los espectaculares, que no solamente vaya en torno a las vallas, sino que también genere una norma para los pendones que se colocan de pronto en los postes, los carteles que se pegan en las diferentes calles de esta gran ciudad, los anuncios en tiendas, en comercios, la misma publicidad que genera el gobierno de la ciudad y el Gobierno Federal.

En fin, una norma que nos lleve a tener una ciudad ordenada, una norma que nos lleve a tener una ciudad digna, una norma que nos lleve a tener un espacio público acorde a esta realidad que tenemos, hay una serie de propuestas al día, y bueno pues justamente lo que queremos es conocer la opinión de cada uno y de cada una de ustedes.

Muchas gracias por su presencia nuevamente.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas gracias, diputado Leonel Luna.

Le pedimos a la diputada Alejandra Barrales si nos hace favor de declarar inaugurado este evento.

**LA C. DIPUTADA MARIA ALEJANDRA BARRALES MAGDALENO.-** Muchas gracias. Muy buenos días, bienvenidas, bienvenidos todos quienes nos acompañan esta mañana.

Quiero agradecer la oportunidad de acompañarlos en este foro, en estas mesas de trabajo. De manera en particular quiero agradecer al Presidente de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, el diputado Guillermo Sánchez, a sus integrantes, y me parece muy importante destacar la importancia de esta convocatoria que es institucional, es una convocatoria que realizan todos los partidos políticos representados en esta comisión.

Esta Comisión sin duda se va a enriquecer en la medida que se sumen a los trabajos, el resto de los legisladores, de otras fracciones, quiero destacar también la presencia del diputado Couttolenc, del Partido Verde, a quien agradecemos su presencia y hacemos la convocatoria para que sean la totalidad de los legisladores que integran esta comisión, los que enriquezcan con sus visiones, sus acuerdos o desacuerdos, el trabajo que pueda alcanzar esta Comisión.

Yo quisiera compartir antes de la declaratoria de inauguración de esta mesa de trabajo, de este foro, quisiera comentar con ustedes lo que reconocemos como una de nuestras principales preocupaciones, quienes tenemos la encomienda de legislar, de hacer leyes para los habitantes de una de las ciudades más grandes del mundo, sin duda la más grande del país, en esta ciudad como ustedes saben, convivimos, tenemos domicilio casi 5 millones de habitantes en esta capital, pero convivimos diariamente en la zona metropolitana prácticamente 20 millones de habitantes. No es menor el dato y tampoco es menor el reto que tenemos los responsables de hacer estas leyes de convivencia, que tienen como objetivo reflejar la realidad política, económica, social, del territorio que estamos representando.

Por eso tiene especial relevancia el trabajo que hoy nos convoca, el tema, el objetivo de regular la publicidad en espacios exteriores, es un tema importante en este contexto que estamos comentando y también una parte de esta dinámica que es especialmente relevante, pues es el método que hemos encontrado en esta V legislatura, para poder hacer leyes que verdaderamente se cumplan, que verdaderamente resuelvan la problemática que se pretende atender y por ello es importante la participación de todos, de todas ustedes hoy aquí presentes, representantes de tan importante industria, porque es precisamente escuchándolos a ustedes, los verdaderos actores de este tema tan trascendente que vamos a poder lograr un mejor resultado.

Es este el reto que tenemos en esta legislatura, cómo podemos armonizar los intereses de todos los que participan en un tema tan trascendente como el de la publicidad exterior.

Primero, para nosotros es muy importante transparentar estos intereses, nos parece que es donde gana la ciudadanía, nos parecen absolutamente legítimos los intereses de los industriales, de los empresarios, que le apuestan a la publicidad exterior como un negocio, nos parece absolutamente legítimo, nos parece igual de legítima la preocupación del gobierno por prever o prevenir cualquier incidente que se pudiera presentar al amparo de esta la dinámica desde la colocación hasta la estancia de esta publicidad, el impacto que esto tiene, nos parece también muy importante.

Entonces ese es el reto y por ello estamos convencidos que una vez que escuchemos todas sus experiencias, sus visiones, sus preocupaciones, tendremos mejores elementos, tendremos una mejor condición para proponer una reforma, una revisión al marco jurídico, que nos permita regular tan importante tema.

Un dato reciente que nos comparte la Secretaría de Desarrollo Urbano, SEDUVI, pues nos señala que solamente en vías primarias de nuestra ciudad, tenemos aproximadamente 8 mil espectaculares ubicados en las vías principales de trayecto de acceso que ubican a nuestra ciudad, son datos que tiene esta Secretaría y nos preocupa saber que menos de la mitad apenas 3 mil 900 se encuentran registrados.

Eso sin duda fue un papel fundamental, nosotros no ponemos en duda estas cifras, nosotros no buscamos responsables, nosotros lo que buscamos es regular un tema que es real, un tema que se convierte en la forma de vida, que se convierte en la generación, la posibilidad de generar empleos en esta ciudad, que es un tema que nos interesa cuidar, que nos interesa promover, pero insistimos en la importancia de que este interés no esté peleado, no trastoque el interés de otros, que también legítimamente tienen un papel importante que jugar en los temas de publicidad exterior.

Entonces es parte de nuestro reto, es parte de nuestro interés, de parte de los asambleístas en estas V Legislatura, hacer patente nuestro compromiso, por abrir todos estos espacios, por escuchar todos sus planteamientos, por conocer sus experiencias y por buscar reflejar en nuestras próximas reformas al máximo posible, la posibilidad de armonizar todos estos intereses que acabamos de comentar.

Quiero también señalar que para los que estamos en esta V legislatura, el tema de regulación en publicidad exterior es tan importante que vamos a ponerlo en la agenda para nuestro próximo periodo extraordinario que estaremos trabajando a finales de este mismo mes.

¿Por qué? Porque nos parece que ustedes conocedores de este tema, porque nos parece que el propio gobierno, los datos y la dinámica que se viene teniendo, nos parece que los legisladores involucrados también en conocer este tema, especialistas, académicos, investigadores que nos van a compartir su visión a lo largo de estos próximos días, ustedes saben que el día de mañana estarán con nosotros académicos, estarán con nosotros especialistas, arquitectos, conocedores de estos temas, nos van a ayudar a reflejar a la brevedad posible, alternativas, encontrar alternativas para poder armonizar y trabajar de la mejor manera este tema que es tan trascendente.

Nuestro objetivo es muy claro, darle certeza jurídica a quienes participan en este tema de publicidad exterior, dar certeza, dar seguridad a los ciudadanos, a la ciudadanía en la medida que saben que están ubicados este tipo de espectaculares, que nadie tenga miedo, que nadie tenga duda, de que el espectacular que está colocado, está colocado con una responsabilidad, con un registro en el gobierno, con una claridad, con una generación de empleo

transparente, que está colocado con publicidad lícita, que paga impuestos, que le da las garantías a todos los que convivimos en esta ciudad.

Ese es nuestro objetivo y abiertamente sí estamos trabajando para colocar al Distrito Federal a la vanguardia como ciudad, como territorio en tan importante materia. Entonces sin más señalamiento, pues hacer la convocatoria, saludar la asistencia de todas, de todos ustedes y el reto de nueva cuenta, la convocatoria a todas y a todos nuestros compañeros legisladores, es a poder reflejar con sensibilidad, con visión la experiencia y la propuesta de todos ustedes, actores reales de tan importante tema.

Antes de solicitar ponernos de pie para declarar inaugurado este foro, quiero saludar la presencia también del diputado de Acción Nacional, Rafael Calderón, que se suma a enriquecer los trabajos de esta mesa. Bienvenido, diputado.

Muy bien. Siendo el día 15 de junio del 2010 a las 10:40 horas, declaramos formalmente instalado este foro de regulación, seguridad y sustentabilidad hacia una Ley de Publicidad Exterior en el Distrito Federal.

Enhorabuena, felicidades para todas y para todos ustedes asistentes. Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas gracias, diputada.

Vamos a dar un receso de 5 minutos para organizar ya las ponencias y despedir a la diputada Alejandra Barrales.

Muchas gracias.

**(R e c e s o)**

**EL C. MODERADOR JESUS CARRASCO GOMEZ.-** Vamos a dar inicio a los trabajos de este foro, si nos hacen favor.

Vamos a reiniciar los trabajos. Le pediríamos a los ponentes si nos hacen favor de acompañarnos acá en la mesa.

Primero al doctor Oscar Terrazas Revilla, si nos hace favor.

Al señor Pedro Medina, de la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior A.C.

Al señor Ramiro Pérez, del Consejo de Industriales de la Publicidad.

Al señor Raúl González, del Consejo de Industriales de la Publicidad Exterior.

Al señor Marcos Acluxqui, de Relación Mexicana para el Mejoramiento Urbano y Medio Exterior.

Al licenciado Carlos Piña, de México.

Al señor Fernando Hoyos, Vicepresidente de Asuntos Legales y Negocios, CBS.

Al licenciado Jesús Andonie Mena, de la empresa SECOM.

A Filiberto Trinidad Viamontes, Imágenes y Muebles Urbanos.

Al señor Gustavo Araujo, representante legal de la Industria de la Publicidad Exterior.

Voy a permitirme, primero presentarme Jesús Carrasco Gómez, soy Secretario Técnico de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, a sus órdenes.

Comentarles la mecánica del foro. En el foro tenemos previsto un moderador, que es el doctor Oscar Terrazas Revilla, tenemos una serie de ponentes ya enlistados con sus ponencias listas, donde cada ponente expondrá durante 10 minutos y al final de cada exposición abreviamos 15 minutos para que todos ustedes tengan la oportunidad de intervenir, de comentar, de cuestionar o de sugerir en torno a la ley de publicidad exterior, el tema es ley de publicidad exterior.

Al término de las ponencias vamos a analizar, hay algunos que han pedido hacer uso de la palabra también, vamos a analizar si están agotados los temas o si se considera prudente incorporar a otras ponencias, eso al final lo veremos, vamos a votar primero el orden del día tal como lo tenemos establecido, reitero, ponencias de 10 minutos y exposición abierta de 15 minutos.

El doctor Oscar Terrazas nos va a hacer favor de moderar esta presentación y al final presentarnos una breve relatoría de lo que se ha expuesto durante el desarrollo del evento. También se hará un análisis a la mitad de las exposiciones, si consideran hacer prudente hacer un receso o nos seguimos de frente.

Entonces sin más preámbulo, le voy a ceder la palabra al doctor Oscar Terrazas Revilla, que es doctor en estudios urbanos y maestro en urbanismo, es arquitecto también, miembro del área de Investigación en Estudios Urbanos de la Universidad Autónoma Metropolitana de la unidad Azcapotzalco, miembro del sistema nacional de investigadores, responsable del programa de maestría y doctorado en estudios urbanos del postgrado del diseño de la UAM Azcapotzalco y autor del libro “la Ciudad de los caminos”.

Muchas gracias, doctor Oscar Terrazas, por su apoyo para el desarrollo de este evento.

**EL C. DR. OSCAR TERRAZAS REVILLA.-** Buenos días. Me toca hoy la labor de moderar la sesión. Intentaré ser muy preciso en los tiempos y en las indicaciones, conviene que todos los ponentes participen, que tengamos el tiempo de 15 minutos después de cada ponencia para la participación abierta.

En este periodo de 15 minutos, les solicitamos que sus intervenciones sean breves, seguramente serán sustanciosas las de todos, pero la idea es que varios participen en estos 15 minutos y que sean breves, me estoy imaginando 2, 3 minutos de una participación, que daría oportunidad a que otros respondieran a esta primera intervención y que participáramos más de los asistentes y más aportaciones podríamos tener al final de la sesión.

Con esta idea, como mecánica también, yo a cada uno de los ponentes, una vez que inicien su presentación, cuando les falten dos minutos, labor un poco engorrosa y no muy agradable, pero les indicaré que les falta 2 minutos y cuando lleguen a los 10 minutos, haré una solicitud de que ya cierren su presentación. Esto nos va a dar la posibilidad de que la sesión se desarrolle de la manera que la tenemos prevista y especialmente que todos participemos y aportemos a esta nueva ley.

Con esta idea, solicito que tomen la palabra por favor, de acuerdo al orden tenemos en esta primera lista 8 expositores, si hacemos un cálculo de tiempos de presentación y de participaciones, pues estamos muy justos para cumplir con el programa, de manera que esta indicación de tiempos es indispensable respetarla.

El señor Eduardo Molina, de la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior, tengo aquí una breve semblanza del ingeniero.

El ingeniero Molina es cofundador y Gerente General digamos o Responsable General de Difusión Panorámica, S.A. de C.V., una importante empresa de publicidad exterior con presencia en la República Mexicana.

El ingeniero preside la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior desde el 2005, la asociación bajo su mandato ha incrementado de manera importante el número de asociados incorporando empresas que operan diversos formatos de publicidad exterior y empresas ubicadas en varias ciudades del país.

La asociación trabaja activamente en cuatro aspectos que se consideran fundamentales para el desarrollo ordenado de la publicidad exterior, que son:

- 1.- Propone la creación y mejora de leyes y reglamentos que proporcionen seguridad jurídica a la industria, en eso estamos, me parece.
- 2.- Apoya el sistema de medición desarrollado por IBOPE, que le genera a los anuncios un valor, un justo valor mercadológico.
- 3.- Ha desarrollado una norma de calidad para las empresas de la asociación de tal manera que ayude a mejorar los procesos y controles.
- 4.- Promueve el desarrollo de la creatividad para el medio exterior, mediante el patrocinio de cursos y de un concurso anual.

Finalmente el ingeniero Molina tiene una maestría en administración en el Tecnológico de Monterrey, y es graduado en Ingeniería industrial por la Universidad Iberoamericana.

Ha recibido y participado en innumerables seminarios, cursos y congresos.

Con esta breve semblanza le solicitamos al ingeniero Molina que nos...

**EL C. ING. EDUARDO MOLINA.-** Buenos días.

La presentación y la propuesta de la asociación, parte de que todos estos actores que aparecen aquí en la pantalla, que creemos deben estar involucrados y comprometidos, son los actores de la industria, los anunciantes, los compradores de medios, las autoridades, las asambleas de publicidad, porque ahí tenemos desde mi punto de vista un punto de congruencia y un

punto de unión, en donde todos buscamos una mejor ciudad y todos detectamos y buscamos seguridad jurídica y todos queremos una mejor industria y una mejor ciudad. Por lo tanto, hay que involucrar y comprometer a todos estos actores en un reordenamiento, en un programa de reordenamiento.

Hablábamos de que hay una situación real, una situación que existe, que es evidente que todos lo vemos en las calles y esa situación actual y real es desordenada. Lo que buscamos es una situación ordenada y creo que estamos todos de acuerdo.

El problema es cómo transitamos de la situación real actual a una situación ordenada, en una situación que cumpla las expectativas, de alguna manera estos actores, y yo creo que ese es el tema importante, cómo transito, es el proceso de transición de una situación actual a una nueva situación, y para eso necesitamos involucrar y comprometer a todos los actores; parte de lo que estamos haciendo aquí es eso, involucrar a los actores, lo que está haciendo la Asamblea es eso, permitiéndonos un marco en el cual pudiéramos trabajar en ese proceso de transición todos los actores.

La siguiente gráfica, hablamos de cuáles sería los principios; cuál es el modelo que nosotros planteamos que debería ser parte de ese proceso de transición. Tiene que haber un registro de empresas, tiene que haber un registro de anuncios, tiene que haber esta información de los anuncios y de las empresas que están en esta industria tiene que ser pública, tiene que ser precisa y debemos buscar que estas empresas y estos anuncios estén certificados.

¿Qué quiere decir certificada? Para nosotros certificar a una empresa y certificar a una estructura, quiere decir que cumple con una serie de requisitos, una estructura tiene que estar construida de acuerdo a una técnica y de acuerdo a un ordenamiento tecnológico que permita la seguridad y debe estar revisada con cierta periodicidad de tal manera que asegure que esa estructura permanece y permanece en las condiciones ideales para evitar cualquier accidente, en las empresas es lo mismo, las empresas deberán de estar certificadas, deben de estar en un registro que de tal manera que siempre sepamos quién es el responsable de las estructuras y quienes son los que operan estas estructuras y las operan, y ese es el compromiso, operarlas

dentro de la reglamentación y dentro del marco legal al que estaríamos buscando.

Después creo que hay una serie de compromisos que la autoridad o las diferentes autoridades y la industria deberíamos de ir haciendo, deberíamos de ir buscando. Es claro que en el tema de vallas hay una reglamentación actual, se puede buscar alguna otra, pero en el tema de estar todos en el mismo canal de información y estar todos comprometidos, pues hay vallas que realmente violentan esta estructura y este marco legal y deberíamos buscar que se reformateen, deberíamos de buscar que se certifiquen por una autoridad independiente, deberíamos de usar el uso, deberíamos proponer y deberíamos de buscar el uso social de las vallas y de los anuncios, de los espacios disponibles y deberíamos de buscar que difundir públicamente los anuncios que están legales y que están registrados.

En el tema de anuncios espectaculares que posiblemente sea un tema bastante, el más complicado, uno de los más complicados, existe desde hace unos años, se firmaron dos convenios de reordenamiento con la autoridad, y eso generó y ha generado un parteaguas en el número de anuncios que hay, hablábamos que hay 15 mil tal vez estructuras en la Ciudad de México, de los cuales 5 mil están, 4 mil perdón, están en el programa de reordenamiento.

Ese programa de reordenamiento y ese padrón creo que es un buen o nosotros pensamos que es un buen principio donde iniciar y dónde plantear el proceso de transición. Nosotros creemos que el ejemplo y el caso de éxito que tuvimos en el tramo del Periférico, del Toreo a San Jerónimo, donde había más de 400 estructuras y a final de cuentas la industria se organizó, se reordenó y terminaron o quedaron 84, tal vez no concluyó como debería de haber concluido, pero la verdad es que es un caso de éxito y lo podemos ver, últimamente creo que ha habido un poco de, seguro que ha habido un poco de, se está desvirtuando, pero una primera parte que nosotros planteamos es hay una serie de estructura que están fuera del padrón y esas deberíamos de buscar con todos los actores otra vez, con todos los actores comprometidos, buscar el retiro.

Emitir las licencias condicionadas dentro del padrón, el padrón se quedó en un proceso para ir emitiendo licencias de esos 4 mil anuncios y yo creo que hay

que seguir en ese proceso, yo creo que hay que seguir el proceso regularizando esas estructuras, esas estructuras cumplen las que están regularizadas, las que están dentro del padrón que tiene su licencia condicionada, cumplen con todos los aspectos de la ley y creo que es un buen proceso y sería una buena iniciativa continuar con ese padrón como parte del proceso de transición, emitir las licencias condicionadas y buscar que todos los anuncios paguen, hagan su pago de derechos.

La ley actual de Ingresos en el Distrito Federal penaliza de forma radical el pago de derechos por exhibición de publicidad, lo hace realmente fuera del alcance de los anuncios, es totalmente real e injusto y eso hace que las empresas también eviten el pago, porque a veces el pago es mayor que lo que se genera un anuncio en un año.

De tal manea que con una ley de ingresos, con un pago de derechos razonable, justo y proporcional al servicio que da la autoridad, se podrían generar, son 4 mil anuncios a 20 mil pesos mensuales pudiera ser, perdón, anuales, 20 mil pesos anuales pudiera ser un dinero bien interesante.

¿Cómo transitamos para ese reordenamiento? En el tramo reordenado hay una serie de estructuras que están evidentemente fuera, hay que evidenciarlas, hay que emitir las licencias faltantes, hay que generar el pago de derechos, iniciar los procesos de retiro y hacer un programa social con la autoridad, de tal manera que podamos que podamos usar los espacios disponibles en campañas sociales.

En los tramos por reordenar, la industria, nosotros proponemos que la industria en el proyecto, en algún proyecto de ley que vi por ahí se crea una comisión de autoridad con industria, lo cual pudiera caber perfectamente bien aquí, la industria y la autoridad definen tramos a reordenar, definen la modulación, no tiene que ser para toda la ciudad igual, se retira toda la publicidad, se levanta un inventario, y se reordena de acuerdo a los anuncios del padrón. Habría que reestructurarlas y habría que retirar lo que no cabe, y lo mismo, hacer un plan de uso social de los espacios disponibles.

Esto parecería muy fácil dicho, muy fácil planteado aquí, requiere de un gran esfuerzo por parte de la industria, por parte de los actores como pueden ser las

empresas que compran la publicidad como pueden ser las empresas que se anuncian, como puede ser la autoridad misma y sobre todo con un marco jurídico que nos permita llevar a cabo esto.

Nosotros pensamos que la industria tiene la capacidad para reordenarse, que la industria tiene la capacidad para hacer las cosas bien, siempre y cuando tengamos un marco adecuado y tengamos un marco adecuado que nos permita caminar hacia allá.

Es importante hacer notar que las empresas asociadas en la asociación que yo presido, estamos totalmente de acuerdo en que la ciudad necesita un reordenamiento, que la ciudad necesita, que hay mucha saturación de anuncios en la ciudad, yo creo que es la primera parte, reconocemos que hay un problema, que hay una situación irregular dada y repito lo que dije al principio, hay una situación desordenada que por diferentes factores está, pero por otro lado sabemos a dónde queremos ir y tenemos que trabajar todos los actores en un proceso de transición, cómo llegar a una mejor ciudad, a una mejor industria, que nos sirva mejor a todos, que nos sirva a los anunciantes y a los ciudadanos de mejor manera.

Gracias.

**EL C. MODERADOR.**- Gracias, ingeniero.

Abrimos entonces el tiempo para las preguntas, comentarios, aportaciones.

**EL C.** .- Gracias. ¿Cómo está el Hampe en relación a las 43 empresas que firmamos el convenio y cómo podríamos o qué ha pensado o cómo hemos pensado como podremos ser incluyentes después de 5 años con todos los que estamos? Nada más.

**EL C. ING. EDUARDO MOLINA.**- Los convenios del reordenamiento están firmados por 43 ó 44 empresas, es a lo que refieres, Jesús, efectivamente esos se firmaron hace 4 años e involucran 4 mil anuncios. Tu pregunta es referente a que cuántas empresas de Hampe están en esas 44.

**EL C.** .- Sí se va a abrir o si se puede abrir, de qué forma podremos de alguna forma o si empezáramos empezar a pensar de cómo podemos incluir todo lo que existe hoy, al día de hoy, de una forma equitativa.

**EL C. ING. EDUARDO MOLINA.**- Lo que pasa es que es bien complicado. En realidad, un parteaguas es decir, el padrón, una de las características para inscribirte en el padrón era que fueran anuncios construidos antes del 2001. Todos hemos visto crecer el número de anuncios en todos estos años.

Entonces nosotros en la asociación estamos dispuestos a aceptar eso como base, o sea de 2001 para atrás, el problema es que si lo abrimos a más, entramos en temas de valores y de temas de prioridades en el reordenamiento.

Ejemplo, un anuncio que se construyó hace 6 meses, tiene el mismo valor para efectos de reordenarse que un anuncio que se construyó hace 6 años o 15 años o 20 años, entonces eso complica mucho la situación, parecería que es bastante más racional pensar sobre la base de que tenemos 4 mil anuncios registrados y sobre esa base hacer un reordenamiento.

Las empresas que se registraron hace 5 años, primero fue voluntario y después son las empresas, gran parte de las 44 son empresas de la asociación y son empresas que siempre nos hemos distinguido o nos hemos diferenciado por querer participar en programas de reordenamiento, por querer tener una situación legal y jurídicamente legal, se complica mucho el decir que el mismo derecho tiene una estructura que evidentemente se construyó después de los programas reordenamiento, cuando parte de la idea del programa de reordenamiento era no construir ni una estructura más.

Entonces es muy complicado y yo sé que se afecta a muchas empresas, se afecta mucho a la industria, pero tenemos que partir de algo más o menos sólido y hoy la industria, lo más sólido que tiene, es el padrón de anuncios.

No sé si hay por ahí alguna.

**EL C.** .- Señor Presidente y señor Presidente de la Comisión, amigo Guillermo Sánchez.

La ley que saldrá es una ley para lo que viene, para lo que va a estar, no es retroactiva. Entonces quisiéramos rogarle a usted, ver la forma de cómo los transitorios impulsamos las ideas que está planteando el señor Presidente de Hampe, de hacer los reordenamientos, de ir haciendo reordenamientos en las zonas para que vaya adecuándose la ciudad y se cumpla esa parte que está

diciendo él con claridad, de cómo estamos, a cómo queremos estar, porque si no, entonces la ley que viene, pues es para lo que se vaya a instalar.

Pero ahorita ahí ya tenemos un problema, como decía el Secretario de SEDUVI, que tienen 8 mil lugares y entonces yo me digo dónde está la autoridad que no hizo nada, dónde está la autoridad.

Muchas gracias.

**EL C. ING. EDUARDO MOLINA.**- Déjeme ampliar un poquito sobre ese tema.

Ese proceso de transición es una ley no puede plantear únicamente el debiera ser, así quiero que se vea la ciudad, cuando tenemos una realidad, si el artículo más importante de una nueva ley es el transitorio, y no me refiero a los artículos transitorios legales, sino como paso, cómo prevengo pasar, cómo planeo pasar y cómo genero los elementos adecuados y el marco adecuado para pasar de la situación actual, a una situación ideal, que es la que quisiéramos ver.

De ahí es que, mi presentación es lo que trata de decir, la ley debe de incluir un proceso, un marco que nos permita transitar ordenadamente, conjuntamente, autoridad, industria, y todos los actores, que nos debemos de comprometer de una situación actual a una situación ideal, no puede ser automática, no puede ser así como por arte de magia, es poco a poco, así se ha hecho en las grandes ciudades, es vialidad por vialidad, es ordenando segmentos de vialidad con, en mi opinión, con diferentes modulaciones, o sea no quiere decir que toda la ciudad tenga que tener los mismos tamaños en las mismas distancias, las avenidas son diferentes, las vialidad son diferentes, circulan a diferente velocidad. Entonces la modularidad como son en las grandes ciudades en todo el mundo, la modularidad es diferente, son diferentes tamaños en diferentes avenidas y son diferentes esparcimientos en diferentes avenidas.

**EL C.** .- Qué tal, buenos días. Señor Presidente, nada más para reforzar esa idea, sí creemos y coincidimos con esa oposición del reordenamiento, coincidimos con la oposición, pero creemos que lo nuevo y lo anterior, debe estar en el mismo sentido, es decir, debe de ser concordante, debe ser concurrente, y todo en la ley creemos que debe estar como bien

establecido todo en ley, no dejar acuerdos para el futuro, no dejar ventajas para la discrecionalidad, porque la discrecionalidad es el que le ha hecho mucho daño a esta industria, tener muchos años en la discrecionalidad son los que han provocado este problema.

Creemos que sí debe de incorporarse el programa reordenamiento, pero debe estar en el mismo sentido del ordenamiento, es decir, pongamos en la ley ordenamiento, pongamos en la ley transitorios del reordenamiento que sean concurrentes y que esté todo bien establecido en la ley, medidas, tamaños, distancias, etcétera y que podamos incorporar todo en la ley. Creemos que en eso hay un consenso en el sector y que podamos establecerlo y sí vale la pena incluir todo en la ley, que no dejemos nada para mañana.

Gracias.

**EL C. ING. EDUARDO MOLINA.-** Ahí hay una obviamente, podemos pensar poner todo en la ley si tenemos todas las avenidas y nosotros pensamos que la otra vertiente puede ser una comisión de industria autoridad que va definiendo los tamaños, la distancia, la modulación conforme se va llegando a reordenar avenida por avenida, ese es un tema el cual la propia industria divide, tenemos diversas opiniones.

Sí, Ricardo.

**EL C. RICARDO ESCOTTO.-** Muy buenos días. Efectivamente desde hace 20 años que se publicó en 1998, un poco más, el Reglamento de Anuncios, en el último día del Presidente Miguel de la Madrid, un reglamento más o menos bueno, pero adolecía desde esa fecha hasta el día de hoy, todos los ordenamientos de qué hacer con lo que ya está instalado, y lo que creemos que puede ser algo muy riesgoso para la ciudad, es que discrecionalmente a través de una comisión o a través de unas facultades que se puedan dar a ciertas autoridades o ciertos actores, se defina esto.

Si lo ponemos en la ley, estamos hablando aquí en voz de los diputados, de certeza jurídica, de certeza operativa y que no haya duda que es lo que tenemos que hacer en la ciudad, pues qué mejor que quede integrada en la ley y eliminar la posibilidad discrecional que se pueda dar incluso por un tema de cambio de administración, cambio de titular, cambio de lo que ustedes se

quieran imaginar, que en una ciudad democrática se pueda presentar y llegar con nuevos criterios a establecer este tipo de programas, que mejor que tenerlo en la ley con toda la claridad y que sea una situación de largo plazo que permita hacer las inversiones en esta adecuación.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Si no tuviéramos más preguntas, solicitaríamos la exposición del siguiente ponente.

Previamente quiero anunciar la incorporación a este foro del diputado Juan Pablo Pérez, que igual que los diputados que estuvieron aquí con los diputados que estuvieron aquí con nosotros en la mesa y que están por aquí, es integrante de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana.

También como otro detalle de organización, les propongo que antes de iniciar sus comentarios, en este periodo de tiempo para las intervenciones, que digan por favor su nombre, la empresa que representan, en fin su identificación y hagan su intervención.

Una vez comentado esto, tenemos como siguiente expositor al señor Raúl González, del Consejo de Industriales de la Publicidad Exterior.

Voy a leer su semblanza, el licenciado Raúl Román González Arredondo, tiene la licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma de México.

Actualmente es Director de Medios Publicitarios Exteriores, MEPEXA; tiene 28 años, desde 1982 trabajando en el medio de la publicidad exterior.

Asimismo es Presidente del Consejo de Industriales de la Publicidad Exterior, A.C., CIPE, y reside actualmente en la Ciudad de México.

Licenciado, entonces le pedimos su intervención.

**EL C. LIC. RAUL ROMAN GONZALEZ ARREDONDO.-** Buenos días; buenos días señores legisladores; buenos días, colegas de la industria de la publicidad exterior, representantes de los medios de la comunicación, señoras y señores.

Mi exposición será básicamente sobre lo que es la industria de la publicidad exterior. Esto existe desde la época de los mercaderes, a lo largo de la historia ha beneficiado a la generación de comercio, generación de empleos, riqueza a

través de colaborar en la actividad de cadenas productivas, exhibiendo los productos y servicios de los anunciantes.

Productores y prestadores de servicio que con sus actividades a su vez generan derrama económica en las cadenas productivas que participan, el sector de la publicidad en exterior es una actividad lícita con más de 70 años de actividad legal a nivel nacional.

Este sector ha sido y es fuente de trabajo legal de miles de familias mexicanas y constituye un factor importante en la cadena productiva de esta ciudad.

Actualmente genera más de 15 mil empleos directos y más de 150 mil indirectos en la actividad propia de la industria, a la que hay que agregar decenas de miles de familias que reciben de este negocio recursos por el arrendamiento de sus inmuebles donde se encuentren instalados los anuncios exteriores.

La industria de la publicidad exterior es un sector empresarial que aporta una importante cantidad de recursos a la ciudad a través del pago de impuestos y de derechos que genera la prestación de sus servicios a los anunciantes que exhiben sus campañas publicitarias en el medio de la publicidad exterior.

El modelo actual del negocio de la publicidad exterior, permite la operación de una cadena de procuraduría importante, impresos, el acero, el transporte, el monitoreos, pinturas, etcétera, todas estas empresas eslabón generan además de las fuentes de trabajo, ingresos tributarios para las autoridades, con el debido pago de los impuestos como el IVA, el IETU, el Impuesto producto del trabajo, FONACOT, 2 por ciento de nómina que se tiene que cubrir por su actividad económica, así como los pagos que genera al instituto mexicanos del Seguro Social por cuotas patronales.

En una ciudad como la del Distrito Federal, considerada por muchos como la más grande del planeta, la promoción de la venta de bienes y servicios es fundamental en la actividad económica de la ciudad y en buena parte de nuestro país.

La función que cumple la publicidad exterior es imprescindible para las empresas y sus consumidores, es a través de la publicidad que se da a

conocer nuevos productos y servicios, mejoras a los ya existentes en el mercado y novedades tecnológicas que marcan un nuevo estilo de vida.

La influencia de la publicidad en los hábitos de consumo de la población, es tal que la mayoría de la gente prefiere aquellos productos o servicios de los que ha recibido un mensaje publicitario.

En este sentido y ante los elevados costos que representan otros medios de comunicación como la televisión, la radio, los periódicos o las revistas, los anuncios exteriores se convierten en un medio de comunicación altamente eficaz y versátil, productivo y rentable con un costo sensiblemente menor para las empresas privadas y entidades del sector público que sin esta opción de medios de comunicación, se verían imposibilitadas de difundir sus campañas publicitarias.

Además de lo anterior, la publicidad exterior es ideal para campañas de amplia cobertura, ofreciendo sus productos y servicios o para cubrir mercados segmentados geográficamente a gran escala. Es un medio capaz de impactar al consumidor con mayor frecuencia y eficacia.

Ventajas que tenemos de la publicidad exterior, los anuncios exteriores son un medio que combina grandes niveles de alcance y frecuencia, una atractiva presentación de productos y servicios a un costo atractivo para los anunciantes.

Los exteriores ofrecen una de las mejores y últimas oportunidades para llegar a los consumidores antes de la compra. En este sentido combina las mejores características de la radio, la televisión y el punto de venta, reforzando la eficacia de estos otros medios de comunicación.

Los exteriores ofrecen la posibilidad de llegar a porciones determinadas de un mercado geográfico o demográfico, como sucede en el caso de las campañas electorales, donde los anuncios espectaculares cubren de manera certera, el distrito electoral, delegacional o ciudad en donde se realizan los comicios, pero su mayor fuerza reside en su capacidad para llegar en forma barata y veloz a toda la población que está en movimiento.

Algunos puntos importantes y a favor de los anuncios espectaculares, es que complementa las campañas exhibidas en otros medios, las imágenes gráficas

de los exteriores, combinar con los periódicos ofrecen un impacto visual muy atractivo.

Vi la iluminación a las áreas cercanas en donde estos se localizan, cumplen con una función social, son fuente de ingreso para miles de familia, provocan la integración de una cadena productiva, además es importante mencionar que la mayor parte del anuncio exterior ofrece una cobertura de mercado durante las 24 horas que es su exhibición. Es por ello que los mensajes de los exteriores siempre están trabajando para aumentar las compras o posicionar algún candidato de algún candidato político.

Finalmente, hay que mencionar que los anuncios exteriores ayudan a las empresas y gobiernos y partidos políticos a alcanzar a esos grupos difíciles de población como son los consumidores jóvenes, tanto adultos como adolescentes, quienes usan poco los medios impresos y con mucha frecuencia están fuera del hogar, durante buena parte del día moviéndose dentro de la ciudad, desarrollando sus actividades diarias como el estudio o el trabajar, de manera que los anuncios exteriores tienen la capacidad de mantener cierto nivel de conciencia de productos, servicios y personajes políticos.

Los anuncios exteriores cumplen también con esta función social, ya que sirven para difundir campañas de altruismo, logros de gobierno locales y federales. Este sector de la industria de la publicidad exterior es un frente empresarial común que agrupa a las principales asociaciones del sector de la publicidad y que representan al 90% de las empresas del ramo.

Las asociaciones que conformamos la industria de la publicidad exterior, y que estamos presentes, son el Consejo de Industriales de la Publicidad Exterior, la Asociación Mexicana de Vallas y Medios, la Asociación para el Mejoramiento Urbano y Medios Exteriores, la Asociación Mexicana de Publicidad Exterior.

¿Qué propuestas tiene la industria? La industria de la publicidad exterior está a favor de un ordenamiento del sector con base en un marco legal que brinde certidumbre y transparencia, que implique una disminución del número de anuncios instalados que actualmente se tienen en funcionamiento. Un

reordenamiento adecuado beneficiará a la ciudadanía, al sector de la publicidad exterior, al gobierno local, a los anunciantes y a la ciudadanía.

Las propuestas iniciales que nosotros hacemos como industria es continuar con el Programa de Reordenamiento y respetar los convenios firmados entre industria y las autoridades. Se propone la aportación de 10 mil pesos de cada uno de los inscritos en el Programa de Reordenamiento, con el cual se generará un fondo de más de 38 millones de pesos que se podrán destinar al desmantelamiento de anuncios no registrados en el convenio, esto permitirá bajar más de 1,300 anuncios en una etapa inicial.

Para garantizar el cumplimiento de lo anterior se propone la inclusión de la industria en la conformación del Consejo de la Publicidad Exterior, donde exista participación del Gobierno del Distrito Federal, hacer público el padrón de empresas que están dentro del Programa de Reordenamiento, que se reabra la Ventanilla Única de las delegaciones políticas para que se permita la expedición de licencias y pagos de derechos.

Con el reordenamiento las arcas de la ciudad recibirán cada año por lo menos 210 millones de pesos por concepto de pagos de derechos, incluyendo lo que son espectaculares, vallas y muros y la reducción del 50% del inventario de muros publicitarios.

Consideraciones finales.

Los miembros de la industria de la publicidad exterior aspiramos a alcanzar de manera conjunta con la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y el Gobierno del Distrito Federal una legislación moderna que brinde orden, certeza, transparencia, equidad al sector de la publicidad exterior y que garantice el adecuado respeto por el paisaje urbano.

Consideramos que es un error diseñar una ley que beneficie a unos cuantos y que atente contra la equidad y la transparencia. No puede garantizarse el orden público ni el interés social mediante la expedición de una norma legal de carácter especial que no trata de manera similar todos los aspectos de la publicidad exterior.

En un estado de derecho las leyes deben de apegarse al pleno respeto de los derechos humanos. En una democracia se debe de favorecer el libre mercado y la competencia leal.

No estamos de acuerdo con el establecer los artículos 101 y 102, así como todo el Título Noveno de la Ley de Desarrollo Urbano porque criminaliza nuestra actividad al establecer sanciones penales injustas para quienes trabajamos en esta industria.

Cuando se modifica el marco legal se prohíbe una actividad comercial que anteriormente se encontraba reglamentada, se atenta contra el principio de certeza que todo gobierno debe garantizar.

Confiamos y reiteramos nuestra disposición para trabajar de manera conjunta con legisladores y autoridades en la búsqueda de esta nueva legislación en materia de publicidad exterior.

Nuestra industria reclama a las autoridades del Gobierno del Distrito Federal una regulación con responsabilidades compartidas, con un gobierno que atienda eficientemente sus obligaciones de regulación, de inspección y control de la planta instalada y regularizada, que permita efectuar el pago de derechos por las licencias de anuncios mediante la apertura de las Ventanillas Únicas de las delegaciones políticas del Gobierno del Distrito Federal, cerradas desde el 2007 por el actual Jefe de Gobierno y con cuya acción imposibilitó el que se gestionaran las nuevas licencias de anuncios, así como la renovación de las emitidas y autorizadas con anterioridad.

Con la Ley de Publicidad Exterior propuesta por SEDUVI se exterminarán a las empresas mexicanas de publicidad exterior que con libertad de comercio ofrecemos nuestros servicios a los anunciantes, tanto privados como de dependencias de gobierno y también de los partidos políticos para la exhibición de sus campañas políticas sin distingo de marca ni de siglas.

Confiamos y reiteramos nuestra disposición para colaborar de manera conjunta con legisladores y autoridades en mesas de trabajo en la búsqueda de esta nueva legislación en materia de publicidad exterior.

Muchísimas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Gracias, licenciado. Abrimos entonces el tiempo para comentarios, intervenciones a esta ponencia. Me recuerdan que les solicite su nombre.

**EL C. CARLOS FERNÁNDEZ.-** Soy Carlos Fernández, mi empresa se llama INCOMEDIA y quería preguntarle a Raúl, si le he entendido bien, lo que se propone es que se haga un reordenamiento, pero nosotros estamos diciendo en conjunto que vamos a tratar de incorporar a todas las empresas del sector, porque nada más a una parte de ellas sería inviable.

**EL C. RAÚL GONZÁLEZ.-** Sí, igual como se ha mencionado, al final de cuentas este Programa de Reordenamiento no es una forma o un convenio privado entre las empresas que nos dedicamos a esta industria, es un convenio en el cual interviene y regula la Secretaría de Desarrollo Urbano y yo creo que hay reglas, como se han mencionado, en donde seguramente muchos de los anuncios que no están registrados en el padrón a lo mejor cumplen ciertos condicionamientos que se pusieron, por ejemplo la antigüedad de su existencia, el no amontonamiento y que a lo mejor por determinadas causas las empresas en su momento decidieron no afiliarse a este programa, cubriendo los costos que estas acciones han representado para las industrias que han estado apegadas a estos lineamientos.

**EL C. MODERADOR.-** Tenemos otra pregunta.

**LA C. LETICIA RODRÍGUEZ MOCTEZUMA.-** Gracias. Leticia Rodríguez Moctezuma, de Anuncios Técnicos Moctezuma.

Raúl, yo he leído en los periódicos y también he visto algunas propuestas de nodos publicitarios. Quiero saber cuál es tu punto de vista.

**EL C. RAÚL GONZÁLEZ.-** En ese tema nosotros como industria y como percibimos que está establecida esta información, desgraciadamente la información es muy vaga y desgraciadamente a pesar de que esa información es vaga ya la autoridad, hablemos del titular de SEDUVI, en medios expone un nuevo formato de publicidad, el cual la verdad es que no se sabe, yo creo que definitivamente es algo en lo cual no estamos de acuerdo.

Este tipo de proyectos de nueva industria exterior tiene muchas limitantes, muchas limitantes tanto para la sociedad en la exposición de sus campañas,

porque habla de nodos publicitarios, no sabemos en dónde van a estar, dicen que a futuro van a tener eso o están haciendo ese estudio, está confinado a parques públicos, a áreas comunes y yo creo que es totalmente diferente el objetivo que va a cubrir esto, que es un mobiliario urbano del cual desgraciadamente en la ciudad tenemos, y hay fotografías, está a la vista también, a nivel banqueta es una contaminación aberrante también, o sea vemos en donde no hay un control.

Nosotros siempre hemos dicho, creo que como industriales merecemos también una autoridad que sea corresponsable y no que vea nada más enfrente el culpable. Yo creo que esta situación sí se ha dado, es porque la autoridad en su momento no ha ejercido lo que le corresponde.

Hablábamos hace rato, la exposición que hacía el ingeniero Molina sobre el tramo que se reordenó en Periférico, el cual fue un esfuerzo de la industria, no de las autoridades, esto fue de los industriales, que se tuvo que bajar un año prácticamente todas las estructuras, absorbiendo todos los costos que esto representaba.

Desgraciadamente de 85 anuncios que se autorizaron y que quedaron registrados en el padrón de SEDUVI, ahora resulta que nos menciona el Secretario de Desarrollo Urbano que esto no sirve, que hay que echarlo a la basura, hay que hacer otro proyecto, eso es lo que justifica para trabajar o exponer los nodos publicitarios. Nada más que hay que recordar hay una autoridad que es corresponsable y a ella le correspondería haber evitado la instalación de estos nuevos anuncios, se tienen muy bien identificados, yo creo que tienen un censo de en qué predios están autorizados los anuncios de ese tramo y pudieron haberse bajado.

Lo pongo como una muestra nada más. Yo creo que hay otras situaciones en las cuales vemos, regresando a lo que es el tema y tu pregunta, Lety, la situación de lo que son los nodos publicitarios, nosotros vemos mucho mobiliario urbano concesionados, vemos mupis en donde hay una serie de falta de control, es una contaminación enorme, si vemos se junta tres, cuatro, cinco.

Tú sales de una caseta de una estación del Metro y son cuatro, cinco casetas que obstruyen la banqueta. En un momento de una evacuación yo ahí sí

quisiera, yo creo que ahí sí le correspondería más a la Secretaría de Protección Civil el atender esa situación, en una situación de un desastre o de alguna emergencia en una estación de Metro yo no sé cómo se va a evacuar, está lleno de puestos de fritangas, igual de anuncios.

Vemos que hay mucho mobiliario urbano que está concesionado, resulta que la autoridad no controla y ya después no sirven para el objetivo que fue creado, ya son para poner puestos de tamales, tacos, garnachas. Yo creo que esa es una situación también preocupante.

Si nosotros hacemos un ejercicio, y quitémonos la etiqueta de que lo estamos diciendo los que nos dedicamos a la publicidad exterior, como ciudadanos veámoslo en cualquier avenida en donde ustedes salgan, no hay un control y esto sí le corresponde a SEDUVI.

Entonces, imagínense quitarnos la fuente de empleo que actualmente tenemos, que aceptamos que necesitamos una reordenación, que aceptamos que necesitamos una disminución de la planta instalada, pero que también exigimos que se nos dé certidumbre y que nos regularice lo que se pueda y se tenga que regularizar.

**LA C. JACQUELINE NÚÑEZ CADENA.-** Respetables diputados y representantes de las asociaciones. Yo soy Jacqueline Núñez Cadena y represento a una empresa que se llama Cartel-BI, una empresa que por supuesto no está inscrita en el padrón y que se ha quedado en el intento de poderse inscribir para qué, para poder entrar en un reordenamiento.

Lo único que yo pido, exijo, porque atrás de mí se encuentran muchas empresas que no estamos dentro de un padrón pero que queremos participar, queremos reordenarnos. Si en esta nueva ley únicamente se va a tomar como base aquellas empresas que únicamente han estado inscritas en un convenio, estamos prácticamente más de la mitad de la industria fuera. Entonces, exigimos, pedimos que nos permitan participar y que esta ley tome en cuenta a todas las empresas, no únicamente a las que se encuentran dentro del convenio, porque somos demasiadas las que nos quedaríamos fuera.

Gracias.

**EL C. RAÚL GONZÁLEZ.-** Efectivamente estamos conscientes de eso, también digo tenemos muchos años en la industria y desgraciadamente nuestra industria está muy pulverizada.

El compromiso que cada uno de nosotros como responsables de nuestras empresas ha tomado en la cuestión a veces de programas de reordenamiento, y lógicamente nos obligan a pagar ciertos costos, nos limitan en nuestro afán de crecimiento, en nuestra generación de ingreso, a final de cuentas yo creo que aquí es importante que sí también tomen ustedes mucha conciencia de que hubo periodos bastante amplios, si no mal recuerdo fueron dos intentos en los cuales se abrió el reingreso de nuevas empresas, hubo algunas en las cuales y muchas desgraciadamente, de eso sí estamos conscientes, no tuvieron ese acercamiento con la autoridad, ni siquiera es una situación de que esto tenga que ser a través de asociaciones, que quede muy claro, esto no lo coordinamos o no lo limitamos nosotros como asociaciones, son lineamientos que a final de cuentas nos va estableciendo la autoridad.

Yo sé que es a lo mejor punto a estudiar junto con las autoridades, conocer ese universo, porque desgraciadamente así como ustedes, y con justa razón lo mencionas, consciente de que tienes un compromiso atrás de empleados, de compromisos comerciales, de generación igual también de empleos, de impuestos, porque seguramente son muchas de ellas empresas también formalmente establecidas, yo creo que aquí en la industria son las menos las que son las empresas irregulares, como a veces se nos tilda, de que no pagamos impuestos, de que no tenemos a nuestro personal en el Seguro Social.

Entonces, yo creo que consciente de esa situación habría que buscar los mecanismos, lógicamente hay reglas que deberán entender que no es a libertad de estarlo abriendo cada vez que se junte gente y quieran renovar esa petición.

**EL C. RICARCO ESCOTO.-** Buenos días nuevamente. Soy Ricardo Escoto, Presidente de la Asociación de Publicistas en Exterior, que integra aproximadamente un 40% de la planta instalada en el Distrito Federal.



Entonces, sí decimos puede ser que sí, la ciudad va creciendo, va mejorando, o sea vamos no puede renunciar a eso, nada más que sí yo hacía la acotación yo creo que es importante que también visualicemos en una cuestión, así como ahorita se nos prometió meternos a un Programa de Reordenamiento y cuando la otra parte, que es la autoridad corresponsable, no limita a aquellos que están violando los acuerdos, ni modo que nosotros como industriales nos pongamos a detener eso, son montajes que les soy sincero, no es de que se fue la patrulla y como regresó en media hora ya terminó el anuncio instalado, son maniobras que nos requiere, porque lo conocemos nosotros, fácil si es un auto-soportado 5 ó 6 horas si somos muy rápidos, entonces esa situación ha sido también por corrupción y es por las dos partes, pero a final de cuentas es lo que nosotros decimos, esos nodos en donde bajan en una planta y nos vamos a ir a meter a los nodos es totalmente diferente. Una cosa es que seamos comerciales, sí, pero el que comercializa zapato y el que comercializa ropa y el que comercializa vestidos es totalmente diferente aunque estemos dentro de la misma rama.

Ahora, equidad y proporcionalidad, yo creo que ahí igual también lo hemos dicho, yo creo que son temas muy cuestionables porque hubo empresas que en un momento dado han estado montando anuncio, en el cual ahora al meter la proporcionalidad y la equidad salen muy beneficiados. Yo creo que esto sí tiene que ser muy bien estudiado y tiene muchas aristas.

**EL C. MODERADOR.-** Tenemos una última pregunta, queda muy poco tiempo ya de esta exposición. Le pediría que fuera breve.

**EL C. LUIS ALFONSO ROSAS.-** Soy Luis Alfonso Rosas, soy Subdirector de Operaciones de Grupo Vallas.

¿Qué pasaría, en el peor de los escenarios, si esta ley llega a salir y llega a afectar con los empleos, con toda la gente que depende de esta industria? Desde su punto de vista.

**EL C. RAÚL GONZÁLEZ.-** No es mi punto de vista, yo creo que eso es general, vendría una situación de un desempleo brutal, con una expertise de gente que en dónde se va a ocupar, o sea es gente muy especializada con la que nosotros trabajamos, digo o sea podemos ver a lo mejor al obrero, que es al que nosotros tenemos trabajando, y que no es cualquiera, de decir se va un

obrero y contratamos otro, hay muchos, hay mucho desempleo. No, esto es tan delicado y tan específico que no cualquiera se sube a una estructura, la cual por naturaleza se mueve, porque el acero tiene flexibilidad y es necesario que se tenga, o sea no es fácil. De todo eso vendría una situación de pérdida de empleo.

Así como vemos la ley, que en 6 meses decía baja la planta instalada, y esa a dónde la mandas, o sea tenemos la propia liquidez, venimos de una crisis de fines de 2008, llevamos más de año y medio en donde no hablemos nada más de la publicidad exterior, hablamos de todos, si nosotros lo sentimos es porque las cadenas productivas todas están generando menos ventas, están generando desempleos. A final de cuentas ahorita nos dicen “baja la planta” y después cómo liquidamos personal, porque a final de cuentas ese personal tiene que ser liquidado. “Ahora vente a los nodos, pero los nodos y la inversión la haces tú”. Entonces a dónde vamos, o sea a final de cuentas es exterminio total de la industria.

**EL C. MODERADOR.-** Pasamos a la siguiente presentación. Muchas gracias, licenciado González.

He tenido propuestas, les comento, de cómo poder hacer más ágil la mesa, hay algunas limitaciones, el formato ha sido definido por la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, está muy claro este proceso, y por otra parte el sentido de las intervenciones no puedo yo calificarlo y decir esta intervención está bien, dígame y ésta no, es un foro abierto. Estimo que no todos ustedes han estado juntos muchas veces, hay muchas cosas que decir, es un evento muy importante, manifiéstense como cada quien quiera, digamos de decir lo que quieran, con las limitantes de tiempo digamos que nos impone.

El señor Jorge Elizalde, tengo aquí su semblanza. Jorge Elizalde Castillo es licenciado en administración de empresas por la Universidad del Valle de México, cuenta también con estudios de contabilidad y finanzas en el ITAM y un diplomado en mercadotecnia de la Universidad de San Diego, es empresario en el sector de la publicidad con más de 15 años de experiencia en el sector.

Participó en el Programa de Reordenamiento realizado entre los industriales y la SEDUVI en 2007 y actualmente es miembro del Consejo de Industriales de la Publicidad Exterior. Señor Elizalde por favor.

**EL C. JORGE ELIZALDE CASTILLO.-** Buenos días señores legisladores, colegas de la industria de la publicidad exterior, representantes de los medios de comunicación.

Efectivamente coincidimos con la diputada Alejandra Barrales en el consenso de la Ley de Publicidad Exterior, ella conoce perfectamente la Ley de Publicidad Exterior y aquí lo que no podemos permitir es que algunos diputados no coincidan con el punto de vista de ella, eso es muy importante, es un argumento muy fuerte que deberá ser consensuado.

Señoras y señores:

Hemos analizado cuidadosamente los planteamientos que contiene la nueva propuesta de la Ley de Publicidad Exterior elaborada por SEDUVI. Les preguntamos ¿Qué pasó con la ley del diputado Víctor Hugo Romo, acaso fue una ocurrencia?

Al respecto deseo manifestar nuestro total rechazo a la presentación de querer exterminar a la industria de la publicidad exterior de golpe y porrazo, porque no se puede ni se debe hacer esto con un sector productivo con más de 70 años de antigüedad, que genera más de 150 mil empleos y es parte fundamental de la cadena productiva.

Esta propuesta es a todas luces inaceptable por ser una ley que atenta contra los más elementos, principios, el de la libertad de expresión y el del derecho del trabajo.

La nueva propuesta de Ley de Publicidad Exterior contiene planteamientos inaceptables por querer desaparecer a todas las empresas del sector y dejar sin empleo e ingresos a miles de familias, pero más aún promueve el monopolio y la discrecionalidad.

Es inconcebible que un partido de izquierda quiera beneficiar a trasnacionales por encima de la pequeña y mediana empresa, empresas mexicanas. Un

partido y gobierno de izquierda no puede quitarle el empleo y las oportunidades a trabajadores mexicanos que se ganan la vida de manera honrada.

Por lo anterior, no estamos de acuerdo con la creación de los llamados nodos publicitarios, ya que éste esquema va en contra de la equidad y la transparencia, lo que no concuerda con el discurso político del partido que gobierna esta ciudad y es mayoría en la Asamblea Legislativa. Dicho nodos no existen en ninguna parte del mundo como una única opción de publicidad exterior, más aún son inviables desde el punto de vista comercial, le están quitando a la pequeña industria de anunciantes la manera efectiva de publicitarse en el medio más barato que existe en México.

No entendemos por qué el Gobierno del Distrito Federal pretende controlar el negocio de la publicidad en la ciudad.

La industria pregunta, señores diputados: ¿A quién quieren beneficiar con la extinción de toda una industria? ¿Por qué el Gobierno del Distrito Federal quiere controlar la publicidad exterior? ¿Con qué empresas o consorcios ya pactó para controlar el mercado de publicidad exterior? ¿No le importa dejar sin trabajo e ingresos a miles de familias? A ver, señor diputado.

¿Ahora los cuerpos policíacos van a perseguir a trabajadores y empresarios en lugar de estar luchando contra la delincuencia que aqueja a todos los ciudadanos? La industria no puede ser tratada como delincuentes, lo rechazamos categóricamente, por lo cual solicitamos al Jefe de Gobierno del Distrito Federal derogar los artículos 101 y 102, así como el Capítulo IX de esta Ley de Desarrollo Urbano que fue votada por todos ustedes.

Exigimos respeto al compromiso contraído por el Gobierno del Distrito Federal para el reordenamiento de la industria de la publicidad exterior, ya que no tratamos con funcionarios, tratamos con instituciones oficiales, respondan como tal.

El esquema que detalla la nueva propuesta de ley deja a la completa discrecionalidad de las autoridades el otorgamiento de las licitaciones para estos nodos, ya que serán solamente la SEDUVI y un denominado Consejo de Publicidad Exterior los que decidan quiénes pueden participar en esta nueva opción de negocio.

No estamos de acuerdo con la creación de un Consejo de Publicidad Exterior, donde la publicidad no tiene presencia ni voz ni voto. Como ustedes seguramente sabrán, no existen consejos en otros sectores en donde la industria involucrada no tenga presencia y participación. Este Consejo lo único que hará es avalar la designación a discreción de todos los contratos de publicidad, atentando contra la transparencia y la equidad.

Todo lo que no es transparente, señores diputados, es sujeto de generar corrupción. Así que aquí tenemos que tener todos nosotros los que estamos aquí enfrente los ojos muy bien puestos para poder ver y checar cada una de esas concesiones y de esos nodos que quieren pretender hacer.

No podemos pensar en democracia cuando se privilegia solamente a unos cuantos y cuando no somos escuchados como una industria, no hay diálogo y se dicen verdaderas mentiras o verdades a medias. Este tipo de acciones el partido en el gobierno se contradice en su discurso, ya que por una parte habla de fomentar el empleo y reactivar la economía de la ciudad, pero por otro lado quiere desaparecer una industria y promueve una ley que elimina el sustento de más de 150 mil familias, espero que sepan lo que representa esto, en plena crisis económica mundial, señores.

Se los decimos de todo corazón, no agachen la cabeza, mírennos a los ojos, porque aquí todos vamos a involucrarnos y no nos vamos a dejar. Lo decimos una vez más, no estamos de acuerdo con la extinción de la industria de la publicidad exterior, no estamos de acuerdo con la creación de los nodos publicitarios.

El Gobierno del Distrito Federal no puede controlar el negocio de la publicidad exterior. No queremos que se estaticen los espacios publicitarios y menos que se liciten, porque de antemano ya sabemos quiénes son los que van a ganar: ¿Acaso las transnacionales? Señores diputados.

Señores legisladores, la nueva propuesta de ley contraviene la Constitución ya que atenta contra la libertad de expresión y es discriminatoria, además es una ley que atenta contra el libre comercio, con esta ley se alentará la corrupción. Con todo respeto preguntamos: ¿Eso es lo que pretenden?

Con esta ley no habrá participación democrática. Con esta ley se va a encarecer la publicidad exterior y dejará de ser un medio barato. No estamos ante una propuesta que genere certeza jurídica, esta nueva ley no contiene algún artículo que garantice la participación de las empresas de la industria de publicidad exterior.

En los nuevos esquemas propuestos el periodo de transición que se establece para desmontar anuncios es inviable y por lo tanto insuficiente. En dónde queda la inversión que hicimos las empresas responsables cuando retiramos de manera voluntaria el 60% de la publicidad exterior en el primer tramo reordenado.

¿Por qué la autoridad ha hecho caso omiso a las denuncias que interpusimos sobre los anuncios colocados fuera de Programa? Nos preguntamos: ¿Dónde está la autoridad?

No vayamos tan lejos, el pasado fin de semana en Avenida de las Palmas al cruce con Periférico montaron un espectacular a plena luz del día. ¿Con la complicidad de quién se hizo esto? Solamente los anuncios que autorice la SEDUVI podrán ser comercializados en los nodos. Esto creará además un monopolio con la empresa que fabrica los anuncios, que seguramente patentará y que participará para vendernos los muebles. ¿Este es otro negocio que pretenden controlar?

Esta ley favorecer una política capitalista en detrimento de las pequeñas y medianas empresas. Por si fuera poco, y como lo comenté hace unos momentos, esta propuesta va en contra de la libertad de expresión, va en contra de la creatividad de los anunciantes y las agencias de publicidad.

Con esta ley se restringe el acceso a la información en salud pública, como las campañas y mensajes de los medicamentos o los anuncios que promueven la previsión y protección sexual. Esto es contrario a otras leyes aprobadas por esta misma Asamblea Legislativa.

En fin, esta nueva propuesta de ley tiene muchas inconsistencias, sanciones desmedidas, regularización de lo que sí está prohibido, como las pantallas electrónicas instaladas en vía pública. Se están concesiones a diestra y siniestra que nos roban el espacio peatonal.

Esta nueva propuesta de ley tampoco deroga la criminalización de los trabajadores, los empresarios y los anunciantes de la publicidad, lo cual nos preocupa mucho.

Señores legisladores, de la manera más respetuosa solicitamos a usted construir acuerdos de manera conjunta y no imponer criterios unilaterales cuyas repercusiones económicas, sociales y políticas no se han medido todavía.

Esta nueva propuesta de ley no se ajusta a la realidad de la Ciudad de México, van a destrozarse la economía de muchas empresas y van a quebrar a otras tantas.

No tenemos solamente críticas, también tenemos propuestas y ésta es muy importante, que se les quede muy grabado. No queremos que se legisle al vapor, solamente mesas de trabajo donde participemos los assembleístas, el gobierno y la industria.

Muchas gracias por su atención.

**EL C. MODERADOR.-** Pasamos entonces a darles el tiempo para las intervenciones. Allá atrás tenemos dos.

**EL C. FRANCISCO RODRÍGUEZ.-** Buenos días. Soy Francisco Rodríguez, de ATM.

Quise tomar la palabra para decirles esto. En una ocasión estuvimos con el Gobierno de la Ciudad porque estaba inconforme con los anuncios espectaculares, que inclusive les mandó cartas a nuestros clientes de que eran unos anuncios peligrosos y a final de cuentas para su campaña de Presidente las utilizó.

Entonces, queremos que tengan mucho cuidado porque en aquel tiempo también nos dijeron que por qué la publicidad que estaba en las azoteas no la bajábamos a nivel de la banqueta. Algunas gentes se aprovecharon de eso y llenaron las banquetas de publicidad, que son las vallas, pero discrecionalmente. Vayan ustedes a Polanco y verán que ya no es el Polanco que había hace seis años, hace ocho años. Entonces, mucho cuidado por favor

con esa ponencia que quieren traer, porque alguna gente la puede utilizar para hacer un desorden, como los que les estoy notificando.

Muchas gracias.

**EL C. MARTÍN OYAMBURO.-** Buenos días. Martín Oyamburo, pequeño empresario.

Yo creo que se tocó un punto muy importante, señores legisladores, que es el buen juez por su casa empieza. Yo pregunto: ¿También se van a meter a la cárcel cuando se anuncien ustedes? ¿No es más fácil meter a la cárcel a publicistas que a secuestradores? Por qué no legislan eso, hay una demanda de la sociedad de eso, nosotros ayudamos a que no haya eso.

Ahí tienen el caso o varios casos anunciando, pidiendo que agarren a secuestradores. La seguridad se logra con empleos y ese es un slogan de ustedes, no nuestro.

Yo creo que es el momento de pensar que el otorgar licencias a precios de mercado, hay una ley que está por encima de todas, que es la ley de la oferta y la demanda. Si ustedes dan licencias con precios elevados se va a bajar todos los espectaculares basura, nadie quiere tener esos espectaculares, no son rentables, pero si ustedes otorgan licencias le van a dar certidumbre a la industria y le van a dar certidumbre a todos y cada uno de los empleados que viven de esta industria.

Ustedes están para apoyar a las industrias y los empleos. Yo pregunto: ¿Si somos delincuentes por qué se anuncian con nosotros? No vengán a pedirnos cada tres años o cada seis que los apoyemos, porque si ustedes creen que somos delincuentes, el buen juez por su casa empieza.

Gracias.

**EL C. DIPUTADO JOSÉ ALBERTO COUTTOLENC GÜEMEZ.-** Buenas tardes. Como se dijo aquí, estamos en una democracia y cada quien podemos dar nuestro punto de vista.

Nos gusta mucho la idea que nos están expresando aquí, por eso incluso convocamos a estas mesas de trabajo, o sea nos gusta ver cuál es la idea que tiene la iniciativa privada, sabemos que es un negocio y que hay que proteger

los empleos, pero también estamos aquí para regular, es decir tenemos aquí dos ideas, la SEDUVI que piensa en una ciudad diferente, una ciudad más limpia, una ciudad con menos contaminación visual, y por otro lado tenemos una industria que son ustedes, que hacen su reclamo válido.

Nosotros queremos legislar de la mejor forma posible si no, no haríamos estas mesas, o sea estamos oyendo exactamente los puntos de vista. Nos gusta mucho la idea que marcaron, la ley debe de marcar precisamente incluso en su reglamento en forma específica, para darle certeza a ustedes, qué tipo de anuncios debe de haber en este tipo de avenidas, en este tipo de calles, en este tipo de nodos, o sea no excluir nada.

Sabemos que la publicidad es una de las partes más importantes de la mercadotecnia, o sea sabemos que las industrias viven de las ventas y las ventas suben a medida que se hace una buena publicidad, es una industria, la reconocemos, no estamos en contra de ella, simplemente queremos también explicarles el otro punto de vista de la ciudadanía, una ciudad más limpia nos ayudaría a todos, por lo tanto de eso se trata exactamente, hacer una ley oyendo sus puntos de vista.

Para mí la idea más importante es que esta Comisión que ustedes marcan debería ya pasar a lo concreto y especificar “en las avenidas de tantos carriles sería bueno manejar de esta forma la limpieza”, darle certeza a ustedes, qué tipo de anuncios y cómo serían, en las avenidas más pequeñas sería de este tipo, en los nodos, que también podríamos participar, sería esto, y tendríamos una ciudad limpia, o sea tendríamos una ley específica.

Hay que pasar al reglamento, que el reglamento sea concreto y específico para limpiar todos, y así podríamos ganar y ganar, o sea ustedes seguirían con la industria, no se trata de acabar con la industria, quiénes son los buenos y quiénes son los malos, nosotros lo que queremos hacer es una legislación que satisfaga a toda la sociedad y queremos por otro lado proteger la idea de la SEDUVI de crear una mejor ciudad, estamos tratando de crear una mejor ciudad.

Hay gente que está en contra de las vías rápidas, hay gente que está en contra de lo de la basura, pero tenemos que implementar sistemas que ayuden a

todos, que ayuden a la mayoría y no se trata de pisar a alguien ni acabar con una industria.

Entonces, yo soy de la idea de que la iniciativa privada con esta Comisión más rápido debería saber primero cuál es el plan, a dónde quiere llegar, especificar exactamente “la ciudad debe ser así y así en estas avenidas” y ya sabiendo ese plan obviamente ser incluyentes para todas las industrias, no manejar que sean unas solas industrias, implementar exactamente la casilla para que la gente pueda, cualquier industria por pequeña que sea pueda registrarse en este tipo de sistema y darle certeza para que la industria pequeña pueda crecer y la industria grande que actualmente maneja los espectaculares se mantenga bien pero en forma razonable.

También hay que prever, tal vez en esta misma comisión ustedes decidan espectaculares de tal medida encima de casas sí es un problema, sí puede causar un daño, vamos a prohibirlo, vamos a dejarlo de esta forma, y se trata de regular, no se trata en ningún momento aquí de acabar con alguien o de que nosotros somos los buenos o somos los malos, o sea nosotros gente mexicana igual, que hemos trabajado toda la vida en la industria, trabajamos ahora en esta parte de la legislación, tratamos de hacer la legislación lo mejor posible y solamente estas mesas de trabajo, escucharlos a ustedes perfectamente, tomar nota de lo que se necesita, trabajar con ustedes y hacer una cosa en concreto es lo que les va a dar la certeza.

Muchísimas gracias.

**EL C. DIPUTADO VÍCTOR HUGO ROMO GUERRA.-** Muchas gracias.

Agradezco a Jorge Elizalde la ponencia que dio.

Yo creo que lo que tenemos que ir ubicando es de que ya empezó el proceso parlamentario, es parte de esta lógica, escuchar planteamientos aunque sean severos, duros, evidentemente también vamos a escuchar a otro tipo de actores como es la sociedad civil organizada, académicos y el propio gobierno.

Yo creo que hay que serenarnos todos porque de verdad vamos a arribar a un modelo en donde no se le atropelle derechos a nadie. Yo creo que evidentemente tan justo es lo que ustedes están planteando de cuidar los empleos, de tener un orden, de generar licencias con toda la transparencia, de

generar equidad, entre otras cosas, pero también es justo ver por el interés público.

Hay evidentemente, y creo que aquí todos coincidimos, he escuchado a todos y de verdad ya hay una saturación del espacio público, hay que ordenarlo, hay que generarnos un programa adecuado, hay distintos modelos, se habla de los nodos, se habla de corredores, se habla de un modelo mixto, hay que entrarle a ese tema técnicamente hablando.

La verdad es que la Asamblea Legislativa y por lo menos los diputados que estamos aquí enfrente de ustedes, viéndolos cara a cara y dando aquí el debate, la verdad es que no somos sus enemigos, somos los más preocupados para generar un orden en esta ciudad y yo creo que ese orden les importa más a ustedes.

Sus empresas actualmente no valen lo que valdría si esto estuviera regulado, se los digo como economista, como simple medidor del tema del plusvalor. Entonces, hagamos un esfuerzo tanto ustedes como nosotros, dótennos de su experiencia del día a día, de distintos modelos a nivel mundial, está el tema de Bogotá, el tema de Sao Paulo, está el tema de Berlín, está el tema de Japón, hay distintas experiencias internacionales que nos pueden arribar a que nosotros aquí en esta ciudad arribemos a un modelo que ustedes tengan con la certeza absoluta de que pueden hacer su actividad, pero evidentemente cuidando el orden visual, cuidando que debe de existir una regulación, un nuevo marco jurídico, o sea es mucho.

Está la Ley de Transporte, está la Ley de Salud, está la Ley de Espectáculos Privados, está la Ley de Desarrollo Urbano, al rato ustedes van a estar regulados por diez leyes, si existiesen más. Creo que hasta por un asunto de orden parlamentario tenemos que compactar de distintas leyes en una sola, hacer un asunto temático.

Pero, reitero, aquí venimos nosotros a escuchar sus planteamientos, ojalá arribemos a planteamientos muy técnicos, muy precisos, muy objetivos y quitémosle la paja política, a veces yo creo que eso afecta, no se van a atropellar ningún derecho de la industria, eso sí se los aseguramos y queremos arribar a un modelo.

SEDUVI tiene un planteamiento por lo debe de tener, malo si no lo tuviera, estaríamos nosotros preocupados y tiene un modelo de ciudad, y es evidente que nosotros como legisladores tenemos que escuchar a ustedes, al gobierno, a la sociedad civil, a las distintas fracciones parlamentarias, porque también hay visiones complejas de cómo arribamos a un planteamiento.

Entonces, yo creo que, se los digo con toda la honestidad del caso, estamos empezando el proceso parlamentario, vamos bien, yo he escuchado riqueza en los planteamientos, claro algunos duros, severos, pero saben qué, esto nos va ayudar a nosotros a generar un modelo más rico que permita que no se cometa ninguna injusticia, que no se atropelle absolutamente a nadie pero que sí exista por fin, porque han existido varios intentos en años pasados en legislaturas pasadas. Nosotros como legisladores de la V Legislatura esperamos que ésta, la tercera, sea la vencida.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Cerramos esta ronda con dos participaciones más, una aquí y otra allá.

**EL C. CÉSAR SEPÚLVEDA.-** Gracias. Mi nombre es César Sepúlveda y soy empleado de la publicidad exterior, no soy empresario.

Mi visión de la propuesta de ley y precisamente de los nodos publicitarios, perdonen que insista, quisiera ver si ya hicieron las cuentas, hablando de lo que dijo el Secretario de Desarrollo Urbano, de que de 20 a 25 anuncios tendría cada nodo y que serían cien nodos, alcanzaría la cantidad de 2,500 anuncios, considerando 43 empresas inscritas en el programa, les tocaría como de 58 anuncios.

Yo a lo que voy es si con esa cantidad de anuncios ustedes, señores legisladores, piensan que se van a mantener las fuentes de empleo, que dicen que están cuidando en estas mesas.

Mi pregunta es: ¿Cuánto tiempo le dedicaron en este análisis, sobre todo ustedes dos señores diputados, que hacen una propuesta, a investigar en - efecto cuántas familias, cuántas personas dependen de esta industria? Esa es la pregunta: ¿Cuánto tiempo le dedicaron en la Asamblea a investigar la realidad de las familias y las personas que viven de esto?

Gracias.

**LA C. GABRIELA GUERRA.-** Buenas tardes. Gabriela Guerra, Publicidad GJ.

Nada más para reiterar habemos yo creo que aquí el 80% o el 60% de empresas que no estamos en el padrón por una o por otra cuestión. Yo tengo 27 años en el medio, quitamos anuncios voluntariamente, llenamos los papeles y finalmente no nos llegó una hoja que teníamos que firmar al final. Yo creo que hay que estudiar cada caso, que sí abran la apertura de los anuncios.

Estoy de acuerdo que hay saturación, estoy de acuerdo en que se vayan del 2001 para atrás, o sea yo creo que tenemos que estar toda la industria porque es una ley que la van a hacer para todos y no que nos excluyan a todos los que no estamos en el padrón, eso se lo pedimos a los legisladores.

Gracias.

**EL C. DIPUTADO GUILLERMO SÁNCHEZ TORRES.-** Gracias.

Este foro que es de ustedes fue hecho para eso, para buscar alternativas a lo que es la propuesta de ley. Lo de menos es trabajar en comisiones y aprobar algo que vaya en contra de la industria de la publicidad.

Lo importante, no he escuchado, aunque han dicho que hay propuestas, es qué otras propuestas hay para enriquecer la ley. Por supuesto que no somos expertos, somos legisladores y por eso los invitamos a ustedes, y sí hemos ido a otros países a informarnos cómo está la publicidad, porque esa es nuestra obligación, pero la de ustedes también es entrar en un marco regulatorio, que no se ha dado porque SEDUVI ha estado cerrada, hay que abrirla y eso es lo que tenemos que hacer todos, pero sobre todo aquellos que se la jugaron y entraron a un programa de regulación, eso sí nos tiene que quedar claro y me queda claro a mí, más allá de aquellos que no están en el padrón, porque aunque no tuvieron resultados positivos hace seis o cuatro años, dijeron “yo me llamo Juan Pérez”, y ahí se quedó.

Recorriendo las calles, no sólo de la Ciudad de México, de otros lados, incluso del interior de la República, vemos que hay otro tipo de publicidad, no ésa que está arriba en los cielos y que entre ustedes mismos buscan que no sea vea.

Es increíble que sale uno de cualquier estación del Metro y ve seis, siete, ocho espectaculares. Yo le preguntaría a los que se anuncian: ¿Les conviene ese tipo de anuncios donde ya no se ve nada? Yo creo que no.

Entonces, de aquí vamos a sacar experiencias, como dice Jorge Elizalde, pero hay que ser propositivos también.

En lo personal no me ofende cuando dicen que si vamos a estar nosotros ahí en las propagandas cuando hay campañas electores. He sido tres veces candidato y no le debo ni un espectacular a ninguno de ustedes, se los he pagado, para que seamos claros, porque luego avientan la pelota y esconden la mano. Si alguien los engaña con que si me das propaganda luego te voy a ayudar, es bronca de ustedes.

Pero la responsabilidad de hacer una ley que junte los intereses de los empresarios, de las autoridades y de los ciudadanos es nuestra responsabilidad, y creemos que en ustedes está la alternativa de buscar nuevos espacios publicitarios regulados.

Por supuesto que no estoy de acuerdo que SEDUVI se convierta en un monopolio, no hacemos leyes para eso, ni que sea parte del negocio la SEDUVI. El negocio es de ustedes, se los he dicho, pero si no lo cuidan va a haber otros que sí les interese el negocio, en nudos o en nodos, como sea que se llame la palabra nueva, no he escuchado alguien que diga: ¿Y los bipolares, y los puentes? Muchas otras opciones que hay que no sea arriba de los inmuebles, están como aferrados a que sean inmuebles, inmuebles e inmuebles, “nos vale si se caen, como no estamos regularizados no sabemos a quién echarle la bronca”, fui delegado y nadie se hace responsable de sus espectaculares cuando se caen.

Apenas el jueves pasado, la otra semana veía ahí donde está la Chaparrita, ahí en Calzada de Tlalpan y del Hueso, tiene que ir la SEDUVI, los Bomberos porque una manta estaba sobre los cables de alta tensión. Entonces, sí hay que regular, compañeros, perdónenme, y reitero los expertos son ustedes.

Sí tenemos la ley que se ha ido enriqueciendo, ha ido cambiando, pero la parte crítica, la parte que conoce son ustedes y el negocio es de ustedes, si

fuera mío no estaría aquí, estaría de la otra parte diciendo “yo quiero esto y esto”.

Entonces, que se escuche todo lo que quieran decir los dueños de la industria de la publicidad para que finalmente se aterrice en una ley que ordene esto que genera muchas fuentes de empleo.

Gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Tenemos una última al fondo.

**EL C. ALBERTO CRIC.-** Buenas tardes. Mi nombre es Alberto Cric, yo no soy de la industria, yo soy una persona que recibía una renta por tener vallas en un taller automotriz.

La verdad, no nada más es la gente que trabaja en la industria, también son aquellas familias que reciben un plus, un ingreso adicional, y que a veces no es nada más un ingreso adicional, es un ingreso muy importante, no den de tener eso en la vista, es una parte muy importante para muchas familias. A mí en el taller me ha ayudado mucho porque también en la industria automotriz ha habido altos y bajos, el no tener ya ese ingreso de vallas me ha perjudicado.

SEDUVI quiere tener una ciudad más limpia. Vayan a Leonardo Da Vinci esquina Benvenuto Cellini, está lleno de graffiti, ya me cansé de pintar y ya no voy a pintar, porque nadie puede controlar el graffiti, por lo menos consigamos graffiteros que pinten algo bonito y no me dejen la fachada como está, pero ya me cansé de pintar, cuando estaban las vallas, Valla se encargaba de pintar y de mantenerlo en orden, llegaba alguien a graffitear, quitaban y limpiaban. Creo que también esa es una parte importante que hay que visualizar.

No se olviden de esas familias. Tal vez el negocio lo podemos llevar, pero hay otras familias que sí necesitan de ese ingreso y si se los quitan van a tener problemas.

Todo el relajó que ha habido ahorita aquí, en que si la ley, que si no lo ley, lo único que quiero comentarles es la única forma en la que podemos crear algo es trabajando conjunto.

Tristemente a veces legisladores emitimos una ley base muy al extremo para que alguien reclame y lleguemos a un justo medio. Yo no sé mucho de esta ley,

me alarma mucho saber que si alguien pone un anuncio se va a la cárcel, el que lo monta, el dueño del predio, qué tan cierto es eso, no sé si sea, pero sí es cierto, yo creo que se fueron a un extremo que hace que a cualquiera se le paren los pelos, y por el otro lado un graffitero puede estar allá afuera pintando a las tres de la mañana, pasan las patrullas y no pasa nada.

Hay otras personas allá afuera que sí son delincuentes, a mi hijo ya le pusieron una navaja a diez metros de un Metro, lo asaltaron, no pasa nada. Esa inseguridad, hay ciertas cosas que sí son importantes de legislar con mano dura.

Yo creo que habría que invitar a trabajar en conjunto para hacer una ley que sí hay que legislar, hay que controlar, pero hagámoslo en conjunto, señores. Si ahorita nada más nos echamos pedradas, va a salir de esto una porquería. Yo creo que tenemos que hacerlo en conjunto y los invito, no nada más por la industria, no por las leyes, sino también por aquellas familias que recibían un ingreso vía esto.

Gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Continuamos con el señor Ernesto García Piña Rivero, su experiencia profesional es Director General de Grupo Trilogic, empresa de publicidad exterior fundada en 1998, General Manager de Trilogic Outdoor, empresa de publicidad exterior fundada en 2004 en Miami, Florida; fundador y Vicepresidente de la Asociación para el Mejoramiento Urbano y Medios Exteriores, AMURMEX S.C., es una sociedad civil fundada en 2006.

**EL C. ERNESTO GARCÍA PIÑA RIVERO.-** Buenas tardes.

Cambiando un poquito la dinámica, atendiendo a lo que comenta el diputado Sánchez, vamos a hacer un poco más propositivos. Me voy a dar a la tarea de leer un documento que preparamos.

Antes que nada queremos agradecer en nombre de la industria de la publicidad exterior y de la Asociación para el Mejoramiento Urbano y Medios Exteriores la apertura de este foro que nos brinda la posibilidad de lograr un avance sin precedentes en la historia de la industria.

Es importante destacar que hemos trabajado por más de 70 años sin un marco jurídico integral de la publicidad exterior, ahora lo estamos haciendo de la mano de la sociedad y de las autoridades, por lo que veremos logros de enorme trascendencia para el beneficio común de la ciudad y de esta industria de la publicidad, que es generadora de miles de empleos directos e indirectos, motor de la economía y que ofrece un medio que al ser el más económico está al alcance de la pequeña y mediana empresa.

Haciendo un poco de historia, todos los aquí presentes hemos sido testigos de una gran cantidad de intentos por lograr un consenso entre la autoridad y la publicidad exterior, porque sin éste no ha habido, hay ni habrá viabilidad de ordenar ni operar los tres medios que principalmente conforman la tan nombrada publicidad exterior: espectaculares, vallas y muros. De éste último me voy a permitir exponer brevemente.

La historia del muro en la Ciudad de México se remonta casi a un siglo donde en un trabajo meramente artesanal se pintaban las paredes de colindancia de los edificios con las más originales imágenes para promocionar productos y servicios.

Con la evolución de la tecnología en los sistemas de impresión digital de lonas, podemos hoy tener una publicidad de absoluta vanguardia, como podemos ver en las grandes ciudades del mundo. Lo más importante es que son sumamente seguros, no existe registro en el mundo de algún accidente de consecuencias fatales ocasionado por el desprendimiento de una manta o de una lona en un muro.

Nuestra presencia en esta Ciudad ha ido de la mano del desarrollo de la misma. Quien no recuerda los anuncios de calcetines Durex o de calzados Canadá en Insurgentes 300, o del anuncio luminoso de Coca-Cola en Benjamín Franklin y Revolución, o de los anuncios de Pedro Infante y Cantinflas pintados a mano a falta de la tecnología con que contamos en el presente muchos de ellos y con los publicitarios representantes de la historia cultural de la Ciudad de México.

Nuestra intención hoy es en definitiva sumarnos al proyecto de la Ciudad y del Gobierno del Distrito Federal para poder por fin lograr el tan anhelado orden y

contar con certeza jurídica, aprovechando la tecnología actual y futura y haciendo uso de la infraestructura urbana sin afectar el paisaje.

Ante la oportunidad que estamos teniendo como ciudadanos y como empresarios, es nuestra obligación el ser muy propositivos, queremos aprovechar al máximo esta ventana que se nos está brindando para participar en la creación de esta tan urgente y necesaria Ley de Publicidad Exterior, por lo que nuestra presentación se centra en exponer qué somos, qué queremos y qué ofrecemos.

¿Qué somos?

Para explicar este medio enumeraremos algunas de sus características principales. Las lonas publicitarias en muros son una tendencia de vanguardia en las principales ciudades del mundo, se aprovecha la ya existente estructura urbana autorizada, los edificios, se ocultan y mejoran muros en mal estado o en muebles desocupados. Los muros por su naturaleza no roban cielo ni hacen sombra, es el medio más seguro para utilizar el edificio como estructura del anuncio. No pueden proliferar indiscriminadamente ya que el número de muros publicitariamente factibles en la Ciudad es finito. Al carecer de estructura no representan un riesgo a inmuebles o ciudadanos ante sismos o eventos meteorológicos ya que por su material de fabricación resisten mejor las variaciones climatológicas y fenómenos atmosféricos. Además estas lonas, en el remoto caso de llegarse a romper, no caen completas ya que desde su fabricación se segmentan por partes y de la misma manera se desarman desgarrándose por lienzos, teniendo en cuenta que su peso máximo es de 440 gramos por metro cuadrado, no causan daños mayores. Al estar instaladas sobre el muro del edificio las lonas no presentan ninguna resistencia al aire, por lo que no afectan las estructuras de estos; se evita la invasión de edificios desocupados, así como el vandalismo y el graffiteo.

Por la esencia de nuestro medio utilizamos edificios, por lo que con los ingresos de publicidad beneficiamos a un elevado número de habitantes, con los cuales ellos pueden preservar, mantener y remodelar sus propiedades de manera que conserven su valor y no representen un riesgo por deterioro de sus fachadas. Haciendo alusión al número de personas que se benefician de este medio, tan sólo un edificio ubicado en Insurgentes tiene más de 600 familias,

entonces yo creo que nos quedamos muy cortos con la cifra del beneficio que da para la ciudadanía y para los arrendadores.

¿Qué queremos?

Queremos ser reconocidos como un medio publicitario, se ha hablado mucho de las carteleras, se ha hablado mucho de las vallas, el muro es un elemento que ha estado ahí durante décadas y siempre ha estado en un vacío legal, nunca ha sido delimitado y permitido.

Queremos estar incluidos en el nuevo programa de reordenamiento, somos representantes de muchas pequeñas empresas que no están integradas en el con convenio, en el famoso programa de reordenamiento por la razón, por la propia naturaleza del medio que representamos. El muro, en su evento en el 2004 me parece que fue el programa de reordenamiento, no nos fue permitido participar en dicho programa por la naturaleza de nuestro medio, yo creo que no podemos estar ciegos ante lo que está sucediendo en la calle, hay un gran número de elementos de este tipo y creo que tienen necesariamente que ser considerados en esta nueva ley.

Queremos también derogar el artículo 102, el título IX de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal. Queremos la apertura de la ventanilla única en las delegaciones políticas para efectuar pago de derechos a través de la expedición y obtención de licencias correspondientes. Queremos participar en el proceso de la elaboración de la ley. Queremos contar con representación con voz y voto en el comité que está por conformarse en la nueva ley. Espero podamos ser todos partícipes y apoyar.

¿Qué ofrecemos?

Como asociación ofrecemos reducir al 50% la planta de anuncios de Amormex que tiene, que es de aproximadamente mil anuncios. Esto es propositivo. Ofrecemos aportar el 15% de ingresos proyectado por SEDUVI, se habla de un monto aproximado de 200 millones de pesos al año. Nosotros, una vez reducidos al 50%, eso equivaldría al 3.5% del universo total de anuncios, vamos a aportar el 15% de lo que está solicitando la autoridad. Ofrecemos también no más instalaciones de envolventes en edificios, que en edificios con ventanas abatibles en salidas de emergencia, en puertas y escaleras.

Ofrecemos también identificar todos los sitios con placas de contacto que incluyan el asociado, la empresa, un teléfono de contacto 24 horas, número de póliza de seguro, el número del director responsable de obra y un número de licencia para tener perfectamente identificado todos los sitios, así como también identificar a los que no estén queriendo ordenarse de algún modo.

Ofrecemos también una participación auditada en campañas de comunicación social del Gobierno del Distrito Federal en tiempos muertos de los anuncios y ofrecemos donar las mantas que nos reclaman nuestros clientes para proyectos de ONG o en comunidades rurales, buscando un poco el beneficio social que podemos dar a cambio del paisaje urbano que tenemos ahorita en el exterior. También la creación de un comité de vigilancia para que de la mano de la autoridad se denuncie la instalación de anuncios ilegales y fuera de la norma.

Por todo lo anteriormente escrito y con la mejor de las intenciones, esperamos formar parte de este importantísimo esfuerzo de las autoridades para tener una mejor Ciudad para todos.

Gracias.

**EL MODERADOR.-** ¿Participaciones ante esta ponencia?

Fuimos muy explícitos la sesión anterior.

Pasamos al siguiente ponente, continuamos con la ponencia de Fernando Hoyos. Él es Vicepresidente y abogado regional para Latinoamérica de CBS Outdoor Vendor, como tal es responsable de todos los aspectos legales de las operaciones de la empresa en Argentina, Brasil, Chile, México y Uruguay; también es responsable de los asuntos inmobiliarios de la compañía en esos mercados. Se integró a Vendor en 2004. Antes fungió como director reestructuras corporativas y litigio de City Bank México y como director jurídico del grupo financiero Mifel. Es licenciado en Derecho por la Universidad Iberoamericana, tiene una maestría en Derecho por la Universidad de Nueva York y una maestría en Derecho por la Universidad Kiosho en Japón.

**EL C. FERNANDO HOYOS.-** Buenas tardes a todos.

Tengo el gusto de conocer a muchos de ustedes desde hace casi 6 años y creo que hemos estado todos metidos en un esfuerzo muy parecido al que hoy queremos de alguna u otra manera pulir y en ese sentido creo que nos tenemos que congratular, finalmente estamos discutiendo con quien tenemos que discutir un tema que es en extremo relevante para toda la industria, creo que es la oportunidad de felicitar, de agradecer a los diputados que se están prestando para este diálogo. Me parece que la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda también está abierta al diálogo y en ese sentido también de nuestra parte agradecemos esa disposición.

Yo diría que, en afán de no polarizar las posiciones, valdría la pena tomar en cuenta cuando menos dos proyectos de ley que se circularon y que estoy seguro todo el mundo viendo, está el proyecto del diputado Romo y está el proyecto como parte de la invitación a esta reunión, que entendemos todos es la propuesta de SEDUVI. Creo que es no es necesario polarizar porque me parece que son propuestas, es decir estamos aquí para discutir qué es lo que más conviene a la industria y cómo todos podemos participar en lo que parece es ya una resolución de parte de la propia industria, de las autoridades y de la Asamblea.

En ese sentido me parece que hay temas que ya no están a discusión, que afortunadamente aquí se han confirmado como acuerdos previos y lo trato de hacer un paralelismo con lo que se plantea como objetivos de la ley. El primero siempre ha sido el tema de la seguridad y me da gusto oír que todos los industriales aquí presentes han confirmado su compromiso con ese tema. Entiendo en ese sentido que los diputados, que la Secretaría se sentiría tranquila, satisfecha de que cuando menos estamos todos conscientes que esta es una situación a atender.

Valdría la pena aclarar que no es un tema que ha estado en el cajón, es un tema que se ha atendido siempre con oportunidad y lo que hoy se dijo no sería más que la reiteración del compromiso de seguridad que todas las empresas estaríamos asumiendo.

Por otro lado, hasta donde entendemos nosotros desde la empresa que yo represento, el otro gran objetivo es el reordenamiento y me parece que también el punto de partida representa ya un acuerdo que es que la Ciudad está

saturada y que necesitamos reducir la presencia de nuestro negocio en la misma, es decir, sin utilizar términos de tamaño yo diría lo que estamos aquí confirmando es que estamos en la disposición de integrarnos a un proyecto de Ciudad, de integrarnos al entorno de la Ciudad y de participar con los diputados, con la Secretaría en darle una mejor cara a la Ciudad, creo que también este es un compromiso ya asumido por todos nosotros a lo largo de esta reunión y del ejercicio que hemos venido haciendo en múltiples foros en las últimas semanas.

Yendo a los proyectos en particular, nos gusta, desde la empresa que represento, el planteamiento que hace el diputado Romo respecto de la situación de la industria en la Ciudad, es decir, parte en reconocer que tenemos que integrarnos o se tiene que considerar forzosamente a nuestra industria en cualquier proyecto de ciudad, reconoce que somos generadores de empleo, reconoce que no hay necesidad de prohibir el negocio, reconoce que hay que ajustar las cosas para que nuestra industria se siga desarrollando; reconoce un lugar bien ganado a lo largo de muchísimos años de esfuerzo. Hasta donde yo entiendo, la industria está presente en la Ciudad desde inicios del siglo pasado, entonces llama la atención el planteamiento de uno de los proyectos porque parte del reconocimiento de una situación que desde luego me imagino en lo general nadie aquí debatirá.

En el mismo sentido me llama la atención la propuesta de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda cuando reconoce que el tema de la publicidad exterior no somos nada más los que estamos aquí, es decir, no es nada más un tema de vallas o de carteleras o de muros, el proyecto de ley que plantea la Secretaría de Desarrollo Urbano atiende a otros medios que también pertenecen a la industria de la publicidad exterior y que seguramente también tienen que participar en un proceso de reordenamiento. Algunos de ustedes mencionaron el mobiliario urbano y otros medios que desde luego se tienen que considerar. Si vamos a iniciar un proceso de reordenamiento o vamos a continuar un proceso de reordenamiento ya iniciado, habrá también que bajar los ojos un poquito a la calle para entender que ahí también hay elementos que atender, eso está en el proyecto cuando menos el que tuvimos a la mano de la Secretaría de Desarrollo Urbano, cosa que yo rescataría del mismo.

En afán de ir a los puntos que nos parecen han generado controversia, está los famosos nodos que entiendo e insisto me parece que es una propuesta de parte de la Secretaría de Desarrollo Urbano. Nosotros como propuesta nos permitiríamos calificarla, porque además tomo las palabras de los diputados, teóricamente aquí está reunido un grupo de personas que conoce del tema y en consecuencia que tiene calidad de opinión y diríamos los nodos parecen una posibilidad de empezar a arreglar el tema, pero seguramente no son la única, es decir el pensar en cerrar este negocio a que nos desarrollemos nada más en una relación con el gobierno, es un poco difícil. Aquí hay varios colegas míos litigantes connotados que seguramente tienen argumentos que son tajantes frente a eso.

En consecuencia, nuestra propuesta va más hacia el sentido de considerar vialidades, seguramente las principales que tendrán que ser motivo de reordenamiento un poco siguiendo el ejercicio que hemos hicimos en el Periférico y complementar esta situación con los famosos nodos, es decir nosotros estamos hablando de un esquema mixto en una mesa en la que estamos haciendo propuestas, nos parece que ese esquema mixto en principio atiende la preocupación de todos nosotros como industriales y atiende también una propuesta de parte de la Secretaría.

Pensaría que estamos de acuerdo todos los aquí presentes en que vemos con buenos ojos los espacios que ahora nos está ofreciendo la Secretaría, pero estamos calificando, no es la única forma de arreglar el tema, solicitamos que estén abiertos también a oír opiniones de este lado, que partimos de la base que son o vienen de gente informada de muchos años de experiencia en el tema y de la disposición total de arreglar las cosas.

No sé si valga la pena tener discusiones sobre algo que ya está más o menos establecido en la experiencia de otras ciudades en el mundo. Hemos oído todos de voz del Secretario, vía los medios, que lo que quisieran hacer es acercarse a ciudades como Barcelona; en Barcelona nuestro negocio existe tanto en el espacio público como en el espacio privado y seguramente ustedes en este momento están pensando en muchos otros ejemplos que lo que confirmaría. Entonces la impresión que aquí si nos vamos a casar con una idea

casémonos con una idea que corresponda a la continuación, al desarrollo de la industria.

Por último, no se puede echar abajo un esfuerzo ya iniciado que son los famosos programas de reordenamiento, no sé si este sea el foro para discutir con qué detalle o cómo entramos a los famosos programas de ordenamiento, lo cierto es que hay que hacer un compromiso para reordenarse y también es cierto que hay algunas empresas, habrá que consultar la Gaceta Oficial para confirmar cuáles son, que hicieron ese compromiso de reordenamiento ya hace algún tiempo y eso me imagino que se ponderará de alguna manera.

Me llamó la atención y retomo y lo pongo en la mesa los compromisos de la gente de Amurmex en el sentido de que da la impresión que no hay necesidad de esperar a que concluyamos con este ejercicio de promulgación de una nueva ley para atender temas que son urgentes, que son evidentes, y sueltas preguntas, no son más que ideas o planteamientos y por eso las planteo en forma de preguntas. ¿Valdrá la pena bajar estructuras que sabemos que en ninguno de los proyectos está contemplada? ¿Valdrá la pena identificar todas las estructuras que están en la Ciudad para que sepamos con quién estamos hablando cuando entremos a reordenar una u otra vialidad? Insisto, son preguntas.

Ustedes han estudiado los proyectos, hay estructuras que definitivamente no van a tener cabida en ninguno de los proyectos de ley, entonces valdría la pena pensar en que la industria iniciara o continuara con su proceso de autorregulación y no forzosamente esperar a que se resolviera este tema desde la autoridad.

Sin más, les agradezco a todos, y reitero la apertura de nuestra empresa para participar activamente en este esfuerzo y en todo caso para discutir y detallar lo que queremos debe ser finalmente una situación buscada por todos que es la confirmación de nuestro negocio en un cuerpo legal.

Muchas gracias.

**EL MODERADOR.-** Gracias, maestro Hoyos.

Abrimos el espacio de participaciones.

**EL C. JOAQUÍN MENDIZABAL.-** Señor diputado, como usted ha visto, hay un gran número de comentarios importantísimos de cada uno de los empresarios y nosotros quisiéramos ver la forma de que la sensibilidad de la diputación del Distrito Federal no fuéramos a tener un fasttrack en este asunto, es muy importante bajar algunas cosas que han dicho los ponentes que son importantísimas y que sin duda llevan varias horas de trabajo en algunas mesas de trabajo, como vialidades primarias, secundarias, con el propósito de que ajustáramos muy bien y no nos adelantáramos a hacer un fast-track que haría un grave problema para la industria. Eso yo con la calidad de amigo que tengo de usted hace muchos años le agradecería mucho nos atendiera y nos ayudara en eso.

**EL MODERADOR.-** ¿Alguna intervención más?

Pasamos a la siguiente ponencia. El licenciado Jesús Andoni Mena, le solicitamos que si pudiera hacer una breve presentación de su posición, antes de su presentación.

**EL LIC. JESÚS ANDONI MENA.-** Yo soy Presidente de Central Corporativa de Medios. Llevamos 12 años en este medio en México, hemos adquirido empresas en ese transcurso que lleva más de 30 años aquí en México. Hemos llegado a administrar más de 100 mil vistas publicitarias con participación en mercados muy exitosos como Brasil, Chile, Argentina y Uruguay, estamos abriendo oficinas ahorita en Panamá, El Salvador y en Canadá.

He escuchado lo que tenemos todos que platicar, creo que todos estamos en lo mismo, creo que todos queremos defender lo nuestro y quisiera dar esta propuesta independiente.

Creo que esta ley lo que se busca es resolver algunas situaciones por el normal crecimiento urbano que se da en las urbes, que se da en el país, que se da en esta Ciudad y busca ser incluyente. No hemos escuchado nada de los 20 millones de que pasamos por aquí todos los días, no hemos escuchado nada de nuestros hijos, somos el único medio que nadie le puede cambiar. Imagínense uno de estos anuncios que ponemos en las esquinas con alguna idiosincrasia de algún otro país, imaginémoslo en la sala de la casa, en el baño, como nos sentimos. La contaminación visual no sólo afecta al paisaje, está

afectando a nuestras mentes, está afectando el desarrollo de nuestros niños, está afectando el desarrollo de todos nosotros aquí presentes, estudios psicológicos lo marcan clarísimo, incluso a nivel mundial existe desde hace unos 10 años para acá un movimiento de reordenamiento para recuperación al paisaje urbano, no nada más porque se ve bonito. Es un aspecto psicológico, es un aspecto mental. La publicidad exterior. Somos el único medio que no le puedes cambiar. Tus hijos lo van a ver, nuestros hijos lo están viendo todo lo que anunciamos ahí.

Yo estoy muy de acuerdo en que las 43 empresas seamos reconocidas, que sea esto el antes y después, creo que somos empresas que llevamos 5 años retirando anuncios, creo que ha sido muy exitoso el retiro de los anuncios, creo que el Periférico llegó a estar en un tramo bastante limpio, creo que se hicieron muchos esfuerzos, creo que dejamos las empresas que tenía más tiempo en esto, por ejemplo como Vendor, rentable, que tomaran la batuta, incluso los cuarenta y pico estuvimos de acuerdo, dijimos bien, al final honor a quien honor merece, a quien invirtió. Estamos aquí tratando de regular un animal muy diferente a todos, este es finito, este se termina, este no puede ser una ley completamente abierta que trascienda, porque el espacio se termina, no hay más espacio. Entonces yo creo que por eso estos foros, todo este lío, porque quién se queda dentro y quién fuera. Qué hacemos, sinceramente, todos.

Yo veo este foro en 4 partes, es decir, están los señores legisladores que sí también felicito porque aquí está la equidad, aquí está la representación, no se ha pasado ninguna ley; en segunda, veo a las empresas de los 43, y en tercera veo a las empresas que no se sumaron a esos 43 y que tienen más años, y en seguida veo a las empresas nuevas del 2 mil y pico para acá que tal vez ni siquiera sabían que existían esas 43. Entre todos los actuantes qué hacer.

Esta propuesta independiente es de alguna forma los nodos publicitarios, al igual que todos lo vemos un poco complicado de cómo se repartirán, qué serán, a dónde van, qué parte son. Y sí ahorita Vendor que hablabas de esparcir los nodos en todo el territorio puede ser una propuesta interesante, o sea, no nodos como tal, sino zonas completas, por ejemplo en algunos países hay espectaculares. Entonces tal vez quitando la palabra nodos, algo funcione más.

Sí siento yo que debe ser incluyente esta ley a favor de los 20 millones de mexicanos que estamos aquí, nosotros inclusive hemos retirado una serie de carteleras ahí, se hizo el reordenamiento en vallas, las vallas han sufrido un golpe ahí tremendo por la misma industria y la verdad es que también están en el mismo sistema que todos.

Lo que proponemos es de alguna forma que se tomen en cuenta las 43 empresas, porque llevamos 5 años sin facturar, aguantando nóminas, aguantando todo, tratando de no caer, llevamos 5 años donde retiramos cerca de 45, 50 espectaculares o que a cambio lo cambiamos por uno solo, llevamos 5 años inclusive con todos ustedes y muchísimos de ustedes hablándoles, diciéndoles ahora sí vénganse para acá. Ha sido una labor titánica de la ANP, yo me acuerdo que incluso en ese convenio el Secretario propuso que los muros era lo que seguía y ya nunca siguió, o sea, nunca se volvió a dar. Pero es cierto, todos los 43 estábamos de acuerdo en algunas juntas de esa vez que además cabíamos en SEDUVI, ya hay más. Se dijo que los muros seguían y nunca se dio.

Entonces yo creo que aparte es verdad que ahorita hay unas asociaciones pidiéndonos las lonas para darles trabajo a 50, 70 gentes en comunidades indígenas con proyectos maravillosos. Es decir, este giro aspectado positivamente es maravilloso, somos el canal de comunicación hacia las personas. Punto. Porque hasta los mega ricos en helicóptero veían en el Toreo ahí su anuncio. Todos nos ven, nosotros tenemos una responsabilidad intrínseca en este medio si decidimos levantar un espectacular o levantar una valla sepamos lo que varios millones de niños lo van a ver todos los días.

Es verdad que nosotros no tenemos nada que ver con lo que aquí se anuncia, somos proveedores del medio, entonces nosotros tenemos que empezar a dar el primer paso y regularnos para que siga por allá, esta es una de las bolsas que dan trabajo a miles de personas que hoy están a tres meses de morir de hambre y eso es una realidad.

Cada vez que levantemos un anuncio, cada vez que hagamos un propósito de anunciar algo sepamos que le estamos comunicando algo a millones de personas.

Yo quisiera decirle a los legisladores aquí presentes y a todos ustedes, si tomamos en cuenta los 43, si se acercan los demás a hacer un nuevo padrón, las empresas que no hayan estado en ese padrón sean indemnizadas de alguna forma, no tengo ni la menor idea cómo, pero es una propuesta, porque nosotros también de la irregularidad pasamos a la regularidad un día, entonces creo que es válido que haya gente que hoy quiera pasar de la irregularidad a que se regularice, y las empresas nuevas yo propongo, que las empresas nuevas sí están completamente excluidas porque, desafortunadamente, invirtieron en un asunto ilegal, invirtieron su dinero en un giro que no existía, que tenía estos problemas legales y eso debió de haber estado en los análisis financieros. La verdad es que no nos estamos dando cuenta del daño que estamos haciendo juntos si este medio estuviera unido.

Yo he ido, de repente tenemos otra empresa con la difusora, somos 200 ó 300 y nos ponemos de acuerdo todos, aquí somos 43 y no estamos de acuerdo nadie y es absurdo. Si nosotros fuéramos un medio, el medio exterior de la Ciudad de México, créanme todos ustedes serían beneficiados y además quisiera terminar con que de verdad, imagínense que estas carteleras o espectaculares están en nuestra casa, qué está viendo nuestra familia. Entonces hagamos un esfuerzo y la propuesta es que esto sea incluyente a todos los mexicanos que pasamos por esta Ciudad.

Muchas gracias.

**EL MODERADOR.-** Gracias.

Pasamos al espacio de participaciones.

**EL C. DIPUTADO JOSÉ ALBERTO COUTTOLENC GÜEMEZ.-** Sí creo que para que este foro realmente tenga resultados, necesitamos que las propuestas sean sumamente concretas, que nos digan exactamente, nosotros estamos de acuerdo en un sistema mixto, de esta forma no contaminaremos el cielo, los nodos en esta forma, o sea, tenemos que lograr bajar a la idea concreta para que realmente en la ley se pueda plasmar lo que ustedes están queriendo, para que este foro no se quede en una idea de que venimos aquí toda la mañana y tomamos un café y hay diferente opiniones, sí necesitamos que ustedes que son industria tienen que pasar en concreto la idea y cómo van a incluir a todos

los que quieren participar en esta industria y cómo van a participar, y nosotros ya estudiarla y poderla plasmar en lo que ustedes quieren, pero sí hay que concretizar.

Muchas gracias.

**EL MODERADOR.-** Allá tenemos una, dos y tres.

**EL C.** Buenas tardes. Queda claro, después de toda esta exposición, que queremos ser incluyente, se ha hablado de los nodos, pero no conocemos nada de los nodos y creo que también correspondería a las autoridades que nos expusieran en qué consisten, para antes de criticarlos o rechazarlos, ver de qué manera se puede participar o no.

Gracias.

**EL MODERADOR.-** Tenemos dos intervenciones más y después la mesa. Aquí adelante, y después allá atrás.

**EL C.** Buenas tardes. Solamente hacer un comentario en función de la ponencia anterior. Esto de pasar de lo ilegal; no, no es ilegal. Estas empresas eran absolutamente regulares, tengo 30 años en el medio, estas empresas eran absolutamente regulares, hasta que en marzo del 07 se cierra la ventanilla para pago de derechos. Permíteme contradecirte, aquí no había irregularidad y no había ilegalidad, de muchísimos años. Tu empresa tendrá algunos años en México, pero muchas de estas siempre fuimos legales y regulares. En ningún estado financiero está ni lo irregular ni lo ilegal. Acaba de enterarte bien cómo era esta industria antes de que entraras.

Gracias. Buenas tardes.

**LA C.** Señores diputados, aquí se habla de democracia, pues entonces yo les voy a preguntar que este presídium que levanten la mano quiénes son de los 43 y quiénes somos los que estamos fuera del padrón, para ver la democracia, no nos pueden excluir.

Pedimos democracia, exigimos ser considerados en esta nueva ley, no nos pueden excluir porque como lo dice aquí el señor, antes éramos legales, a partir de que se cerraron las ventanillas fuimos ilegales. Entonces que nos tomen en cuenta, que haya democracia e igualdad.

Gracias.

**EL C.** Seguramente no me expliqué bien. Las empresas que llevan muchos años aquí, ustedes mismos hicieron este desorden. Yo tenía dos carteleritas nada más, empecé en calle a pagarle renta a una señora y había casi 32 juntas al lado y 32 del otro lado. Todo esto se ve en la calle, no se ve aquí. No era que estabas en la ilegalidad, simplemente es un esfuerzo de un medio, de una industria, es algo que se ha estado contaminando una tras otra azotea desde hace 30 años y llegar a pagar licencias con delegaciones o con situaciones curiosas que no representaban ni siquiera los 150 metros de distancia, no le veo la legalidad en ello, más bien había una carta abierta para colocar en cada esquina, en cada azotea.

La otra pregunta es, nosotros hace 5 años llenábamos esta sala todos los días y todos los días dejábamos de trabajar y dejábamos de pagar y todos los días estábamos juntos, los señores de los muros también estaban juntos. Íbamos muy bien, las empresas de antaño, las antiguas, las de siempre, y llenaron el Periférico de una manera impresionante.

Precisamente se trataba de regular esto y de dejar entrar sangre nueva, que aquí estamos y que nos juntamos, bajamos, perdimos, hicimos, eso fue hace 5 años, eso no es problema nuevo, y además tardamos 5 años antes. Qué hacemos, tenemos que regular por ustedes, las asociaciones están conscientes de todo esto.

No estamos aquí en perspectivas. Como propuesta completa, actual: que se abran más espacios, el fuego se combate con fuego, que se abran más espacios, que veamos una ciudad completamente limpia, urbanizada y broten los espacios en mesas de trabajo y dejémosle de llamar nodos; que broten espacios de trabajo ahí, que se designa en estas mesas la manera de cómo apoyar a estas empresas que se han estado regularizando desde siempre, yo me acuerdo que se les decía, yo personalmente, decía regularícense y me decía no, eso siempre pasa, todos los gobiernos son iguales, nada más hay que hacer tiempo, ya se van, casi todos, eso es cierto, ahí se ve en la calle.

La verdad es que la propuesta es, veamos la Ciudad como un medio exterior de todos nosotros, como un medio que se comunica con 20 millones de

personas todos los días, veamos cómo se le da como nosotros le dimos, nosotros, los chiquitos, los que apenas tenemos para la nómina, le dimos a los que ya estaban con antigüedad les dimos el paso. Entonces es igual, es igualdad, es equidad; equidad no significa lo mismo para las partes, señores, en latín significa equilibrio, lo justo para las partes.

Entonces la propuesta es abrir espacios nuevos, fuentes, jardineras, limpiar lo que existe y seguir cerrando de alguna forma con empresas socialmente responsables este medio.

Muchas gracias.

**EL MODERADOR.-** Una última intervención del licenciado.

**EL C.** Buenas tardes. Aquí es importante volver y no es, reiteramos, no es que no vayamos en contra de los nodos, simple y sencillamente ante esta defensa que se está haciendo, parece que hay jugadores, puede ser de reciente creación, con intereses de capital extranjero que se autodenominan pequeños, pero que por atrás traen fondos de inversión fuertes, se flagelan cuando están en un país extranjero.

Aquí lo importante es decir que esto nos suena dudoso, si algunos jugadores ya tienen información de qué son estos nodos, información mucho más avanzada que la mayoría de los que nos dedicamos a esta industria, yo creo que ahí sí sería importante que como legisladores nos entiendan que este tipo de situaciones también se dan, sobre todo cuando uno aprecia el articulado en el cual viene en esta ley y en la cual prácticamente es una actitud fascista de SEDUVI, yo digo quién juega, yo digo quién participa, se bajan todos, tienen 56 meses, cómo le haces, yo no sé, te metes a estas reglas y yo puedo unilateralmente cancelar una concesión cuando determine que estás mal operado y puedo intervenir administrativamente y lo dicen los articulados.

Por el otro lado, ellos pueden incrementar el costo de la iguala, el derecho, como se llame, que se tenga establecido al concesionario cuando la autoridad, SEDUVI, considere, no sabemos con qué argumentos, que no es suficiente y entonces vámonos otra vez para arriba. Entonces de qué se trata esto.

Entonces por eso sí creo que habrá algunas personas que ya tendrán alguna información caminada, eso sería preocupante. Sí les pedimos la comprensión d parte de ustedes en que queremos ser incluyentes.

Por el otro lado y siendo también concretos, nosotros también como industria de la publicidad exterior de CIPE, y como ustedes nos dijeron sean propositivos, sí también somos propositivos y necesitamos que esto no es darle tiempo y tiempo, hay quien habla de que esa es la estrategia, cuando no conoce lo que es el país y la cultura de nuestro país.

En concreto es, una de las propuestas es que cada una de las empresas que tenemos anuncios registrados en el convenio, aportaríamos 10 mil pesos para crear un fondo que pudiera acumular 38 millones de pesos, que es una cifra bastante importante. Consideramos e invitamos a las demás industrias que están aquí a participar con sus 10 mil pesos por anuncio de los que tengamos registrados en el padrón, a generarlo, no a través de un fideicomiso, porque ese fideicomiso, porque el anterior se perdió, no se le dio el uso que debería de tener. Esa sería una de las propuestas. Esto pudiéramos darlo, yo considero que a lo mejor en unos 60 días, por decir un tiempo perentorio y en 15 días pudiéramos también nosotros entregar una relación de vialidades que consideramos pudieran ser sujetas de una autorregulación, autoordenación, pero con reglas claras, queremos y estamos conscientes.

Esto es coincidiendo con lo que hemos dicho, queremos menos publicidad exterior, queremos y hay muchas empresas, somos empresas algunas que tenemos mucho más de 15, 20 ó 30 años, somos y estamos reguladas. Que ahorita nos pidan una licencia vigente no la hay, yo no sé si fue una estrategia mediática de gobierno, ciérrate una ventanilla, después le lanzas una campaña de que son irregulares, de que no quieren una regulación, que sí se generó y por parte de particulares un exceso de anuncios. Yo quisiera saber si el señor que me antecedió tiene anuncios anteriores a 2001 y de ahí no ha puesto, o 2004, porque creo que su empresa tiene anuncios de reciente instalación.

Gracias.

**EL MODERADOR.-** Para continuar con la dinámica del foro, continúa el señor Filiberto Trinidad Vía Montes, que trabaja en la empresa Imágenes y muebles

urbanos, S. A. de C. V. Tiene el título en Derecho en la UNAM 1996. Funge como representante legal y director jurídico de Asuntos gubernamentales IMU desde el año 2000.

**EL C. FILIBERTO TRINIDAD VÍA MONTES.-** Muy buenas tardes. Represento a la empresa Imágenes y muebles urbanos, de mobiliario urbano, que es una empresa de la publicidad exterior.

Particularmente la intervención que quiero plantear va enfocada sobre esto, sobre mobiliario urbano, la expresión que aquí escucharán tiene que ver con algunas particularidades y funcionalidades del mobiliario urbano.

Estamos conscientes que el tema que hoy tocamos nos involucra directamente con nuestra Ciudad y nos compromete con sus habitantes, trata sobre la imagen de ciudad que queremos y esa imagen es muy clara: queremos una ciudad segura, moderna, ordenada, funcional y sustentable.

La tendencia actual en el desarrollo de las ciudades reside en que la comunidad se involucra en los procesos de renovación urbana donde se procese la reconversión del espacio urbano en función de sus aptitudes naturales y que éstas se asocien armónicamente en cada caso.

Ponerle suficiente interés en proteger el entorno urbano y su medio ambiente, indudablemente mejorará las condiciones de vida de todos los que aquí habitamos.

Para nosotros la idea central es apoyar las acciones que promuevan la calidad del entorno urbano, que la actividad de la industria pueda desarrollarse pero de manera ordenada, que aportemos nuestras experiencias positivas al proceso de ciudad que queremos, que apoyemos la construcción de políticas públicas que incidan en la industria y que la apoyen, dado que innegablemente formamos parte de un proceso económico inmerso en la dinámica de la Ciudad.

Con la participación de todos y el diseño de políticas públicas como las que hoy nos ocupa discutir, estamos seguros que incidiremos en el crecimiento económico de la Ciudad, de la industria de la publicidad exterior, el progreso de la comunidad, la conservación del medio ambiente y del entorno urbano.

También me permitiré exponer algunas consideraciones y problemáticas del mobiliario urbano.

La publicidad forma parte del paisaje de la Ciudad y dado que ocupa una parte del espacio público, ha de adaptarse a las condiciones y normativas que las autoridades de la Ciudad de México instruyan para regular su instalación y mantenimiento.

La presencia de mensajes publicitarios en las estructuras de distintos elementos urbanos, hace que nuestro transitar diario por las calles y plazas estemos en constante contacto con la publicidad.

En nuestra Ciudad, la llegada de los procesos democráticos y el progreso de los hábitos sociales, provocaron en la ciudadanía un cambio de actitud y mayor sensibilidad y respeto hacia el espacio público, que pasó a convertirse en espacio de todos. De forma que las presentes autoridades estén obligadas a establecer ordenanzas específicas para salvaguardar el espacio público, tratando de evitar, por una parte, situaciones que provocan impactos ambientales negativos y desorden.

Este redescubrimiento de la dignidad del espacio público está relacionado también con la rentabilidad social que conllevan las actuaciones en este campo. Los ciudadanos pagamos impuestos y queremos que estos se reviertan en la comunidad en forma de zonas de uso público correctamente urbanizado, limpio, cuidado y con equipamientos funcionales y de calidad, de los que el mobiliario urbano es una parte importante. De ahí que la gestión adecuada del espacio público pase a ser un activo en la labor social de las autoridades.

Hay que distinguir clara y tajantemente qué elementos de mobiliario urbano pueden y llevar publicidad. En ciudades con orden el porcentaje de mobiliario urbano con publicidad sobre el total del mobiliario urbano instalado es mínimo, la integración del mobiliario urbano en su doble vertiente de servicio social y soporte publicitario debe conjuntar los intereses públicos, los propiamente ciudadanos y los del sector publicitario.

La inserción de publicidad en diferentes elementos de mobiliario urbano, ha creado un fenómeno simbiótico, la publicidad se aprovecha de la instalación de estos elementos que conllevan determinada utilidad social y urbana

utilizándolos como soporte publicitario y el mobiliario urbano obtiene de la estructura publicitaria una financiación para su instalación y mantenimiento. En este sentido su instalación beneficia a tres partes: la social, la autoridad y la publicitaria.

Es importante evitar el abuso y producción actual de mobiliario urbano porque éste ha aparecido en nuevas formas y tipología. Para esto es importante entender de las principales funciones de mobiliario urbano, la principal para nosotros es la aceptación social.

Son muchos los elementos urbanos que ocupan las calles de una ciudad y que están instalados para cumplir una misión determinada. Si la funcionalidad de estos elementos no crea molestias y son valoradas de forma más o menos positiva por la ciudadanía, es decir si son consideradas como útiles y necesarios en la prestación de sus servicios, es el primer paso para la aceptación de estos.

Valoramos y apreciamos aquellas cosas que no comportan ninguna incomodidad y que nos prestan un servicio que nos es útil.

La aceptación es un sinónimo de aprobación, de admisión, es decir, la percepción en el ámbito ciudadano de un elemento o fenómeno determinado. El hecho de la aceptación implica la integración como habitual y no es cuestionado, tal como ocurre con las creencias culturales o lo que se denomina el mundo que se da por supuesto y que constituyen referentes percibidos como naturales o incuestionables.

Nuestras actividades tienden a constituirse en habituales, toda acción repetida con cierta frecuencia acaba siendo habitual y por consiguiente asumida y aceptada.

La aceptación social a su vez implica también una forma de interiorización ya que, al estar integrado en la sociedad un hecho o elemento determinado y por ello ser aceptado, damos por descontado que funciona y este funcionamiento se da por supuesto.

La imposibilidad de utilización a la reducción del servicio puede hacernos reconsiderar la situación y no dar por supuesto y habitual un servicio público aceptado e integrado en el entorno social.

Utilidad, funcionalidad y aceptación social son conceptos que a nuestro entender están íntimamente unidos, hablando de mobiliario urbano. Se acepta lo que es útil para el ciudadano, lo que funciona correctamente y también en cierta forma y en sociedades con niveles más elevados de formación, lo que cumple con unas convenciones o cánones estéticos, concepto de aceptación social está muy unido al de utilidad y funcionalidad, aquello que el ciudadano valora de forma positiva, aquello que cumple una función y que está correctamente instalado y que no molesta es aceptado socialmente.

Continuaremos con tratar de exponer un concepto de mobiliario urbano.

Mobiliario urbano nos indica que son estructuras que pueden instalarse y desinstalarse en las calles con relativa facilidad, lo que nos puede dar una idea aproximada de su tamaño, resistencia y durabilidad. Entonces, mobiliario urbano podríamos entender como todos aquellos elementos instalados en una ciudad para mejora el confort o la atención a los ciudadanos en la calle. Algunos de estos elementos tienen la opción de ser además soportes publicitarios.

En esta definición se relaciona la doble faceta del mobiliario urbano, prestar servicio, servir de soporte, siempre que reditúe con recursos para la ciudad, que se convierta en inversión de más equipamiento sin publicidad.

El urbanismo actual es una ciencia pluridisciplinar que estudia problemas de una gran complejidad. Actualmente colocar una banca o una luminaria no es decorar la ciudad, ya que parte de una visión superior, la del diseño urbano, que en palabras de arquitectos, proponen utilizar el término elementos urbanos ya que su función no es simplemente decorativa pues son objetos que se utilizan e integran en el paisaje urbano y deben ser comprensibles para el ciudadano. El diseño de estos elementos debe ir acorde con el paisaje y la idiosincrasia de la ciudad donde se instalen.

Nuestra definición final de mobiliario urbano publicitario se da de una serie de elementos que cumplen una función social y que exhiben mensajes publicitarios que sufragan en su totalidad la instalación y el mantenimiento.

Otros conceptos que es importante tocar en esta exposición es la del respeto al espacio público, cómo se integra el mobiliario urbano en el espacio público,

cómo también se deben considerar una serie de condiciones por parte de la autoridad al momento de emplazar cualquier tipo de mobiliario urbano, definir si es útil, si hay espacio para ello.

Por último, me gustaría leer unas conclusiones para que los que estamos aquí presentes, los legisladores lo puedan percibir y llevarse consigo.

El mobiliario urbano irá posiblemente asociado cada vez a funciones sociales o de servicio público que beneficiarán a la ciudadanía, ya que básicamente éste ha de tener una función de servicio, pero la función publicitaria seguirá unida y única y exclusivamente a algunos de estos soportes, ya que es y creemos que seguirá siendo la principal fuente de financiamiento de otro mobiliario y equipamiento urbano sin publicidad.

Es de prever que publicidad y servicio público sigan unidos en el ámbito urbano. Esperamos y con ello hacemos un ruego a las autoridades que estas nuevas formas de publicidad exterior se adapten y respeten al paisaje urbano y dado que seguirán ocupando el espacio público, tengan que establecer una serie de compensaciones sociales, económicas y estéticas, lo que permita seguir poniendo de manifiesto los beneficios del trinomio que une a la administración local, el mercado publicitario y la sociedad.

Las ciudades requieren proporcionar cada día mejores servicios a sus habitantes y para ello requieren contar con un equipamiento adecuado, que brinde un óptimo servicio y contribuya a mejorar su imagen. Dicho equipamiento debe ser capaz de armonizar con el entorno.

Las ciudades del mundo, han utilizado el equipamiento urbano no sólo para lograr una mejor imagen, sino también para generar recursos adicionales, para obtener mayores contraprestaciones, adicionalmente para obtener mayores contraprestaciones.

La imagen urbana requiere de protección legal, normativa y administrativa, por ser un componente del medio ambiente, influye tanto en el carácter del asentamiento como en la calidad de vida de la población.

El mobiliario urbano debe ser contextual, en el sentido de que su diseño atiende a las características en el sitio donde es instalado y dimensiones de los

espacios, anchos y altos, que sea estético y que su instalación sea plenamente justificada.

Los gobiernos no cuentan con todos los recursos necesarios para instalar todo el equipamiento urbano requerido, en virtud de lo cual es necesaria la participación del sector privado, pero éste debe hacerse en forma ordenada, precisada, coordinada y racional, buscando un equilibrio entre los requerimientos de inversión y la participación de empresas publicitarias.

Para que el esquema de beneficios a la ciudad funcione y a la ciudadanía a través de las contraprestaciones, se necesita un marco legal que dé seguridad, certeza a la inversión y aplicación estricta de la ley.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Abrimos el espacio para participaciones.

Tenemos una allá atrás y otra aquí.

**EL C. FRANCISCO DE HARO.-** Buenas tardes, mucho gusto. Soy Presidente de Haro Publicidad.

Señores assembleístas, diputados, antes que nada los quiero felicitar por propiciar esta reunión y escuchar palabras tan claras y para muchos de nosotros yo creo motivadoras, en cuanto a la postura y cuidado que tendrán al revisar sus proyectos de ley.

En seguimiento a lo que acaba de comentar Filiberto Trinidad, y participando nosotros en lo que es el mobiliario urbano, yo quisiera nada más el que el resto de las asociaciones, ya que en las ponencias que presentaron, no nos fue mencionado el mobiliario, se considerara el mismo porque hablan de la publicidad únicamente diciendo que se conforma por vallas, anuncios y muros, cuando a nivel mundial y todos lo hemos visto en los viajes que hemos realizado y seguramente ustedes lo constataron también, el mobiliario urbano por el beneficio social que genera, es presente en la mayoría de las capitales a nivel mundial.

Nosotros generamos un beneficio social con el mobiliario, para el usuario del mueble, para la gente que transita o lo utiliza y no ocupamos únicamente un

espacio visual. Entonces por lo mismo me gustaría que se nos incluyera en esos términos.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.**- Aquí tenemos otra.

**EL C. CARLOS FERNANDEZ.**- Tengo dos cuestionamientos nada más para el mobiliario urbano; uno, no entiendo como en Insurgentes sigue habiendo parabuses, cuando hay un metrobús y sigue teniendo publicidad.

Dos. Estoy de acuerdo que el mobiliario urbano da un servicio social, pero cuando es abuso, cuando hay 6 casetas telefónicas, un parabús, un basurero y un letrero de luminaria, eso ya no sirve, eso ya es saturación.

Entonces también el mobiliario se tiene que regular, tampoco debe de haber abusos, se debe de quitar el mueble cuando no funcione y debe estar más controlado, no somos los únicos nosotros los desordenados, también el mobiliario urbano tiene que ordenarse y mucho, para que a continuación a nivel calle deje de ser tan fuerte, porque aparte de los mobiliarios urbanos están todos los anuncios de las tienditas, de las tiendas, de los piratas, de las torterías y se hace un merequetengue.

Muchas gracias.

**EL C. JOAQUIN MENDIZABAL.**- De Hampe. Quizá un precisión para los diputados, a nuestros amigos. Mientras estábamos nosotros en un gran trabajo de reordenamiento para bajar de 400 anuncios a llegar a 80 en el Periférico, de repente la autoridad da una concesión del Metrobús, que primeramente había sido una licitación sin anuncios, pero posteriormente desapareció esa licitación y volvió a aparecer una licitación y dieron y la hicieron con anuncios.

Entonces mientras nosotros bajábamos anuncios, la autoridad estaba poniendo anuncios; mientras nosotros estábamos trabajando fuertemente en unas reuniones tremendas de negociación entre los jefes de las empresas, de repente empiezan las pantallas electrónicas; mientras nosotros estábamos luchando por quitar los anuncios, de repente empiezan ahora unas casetas telefónicas.

Entonces nosotros quisiéramos que en el proyecto de ley en la iniciativa o en lo que ya saliera, hubiera esa coordinación que no pudiera el gobierno hacer cosas, mientras de un programa no se acaba, porque si no estamos tratando, le estamos dando a otros y de repente llegaron otros jugadores eh, de la industria y de repente les dieron una concesión a los jugadores, pero bueno.

Lo que queremos ver es que la ley no permita esas facilidades que de repente tienen en la Oficialía Mayor, de repente dice aquí tengo 10 PTR y que las empiece a repartir.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Gracias. Bien, nada más para los compañeros de Mobiliario Urbano, hablan de que no contaminan visualmente, yo quisiera decirle que en muchas esquinas, donde están los paraderos, los botes de basura, las casetas telefónicas, como peatón pretendo cruzar la calle y no puedo ver si viene el coche en el siguiente carril, sí obstruyen y también hay inseguridad con eso.

Entonces sí es muy importante que no saturen como están saturando la banqueta, hay partes en las que hay que bajarse de la banqueta para circular, para caminar. Entonces sí es muy importante que vean cómo los legisladores o más bien la autoridad los ordena, porque sí hay obstrucción visual y de seguridad.

Gracias.

**EL C. RODRIGO GARCIA.-** Gracias. Director de Vendor, en apoyo a lo que mencionabas hace un momento, este argumento desde luego no es nuevo. Nosotros en el año 2005 participamos de la licitación abierta del Metrobús, quizá corporativo, nosotros y otras 7 empresas.

Cuando nosotros presentamos el proyecto, fue un proyecto que hacía todo el sentido del mundo, tanto por la parte publicitaria como por la sustentabilidad del proyecto financiero para las autoridades.

Presentamos todos nuestro proyectos, sobrecerrado y se declara desierta la licitación, simple y sencillamente porque la Norma decía que estaba total y absoluta prohibida la publicidad hacia el exterior del Metrobús, no solamente

por parte del Metrobús de las autoridades, sino que había otros organismos alrededor del Metro, Imagen Urbana, no sé qué y tal, de que prohibían de que se pudieran instalar anuncios luminosos hacia el exterior y hacia el interior.

La propuesta era, ustedes tienen que hacer un proyecto para pegar literalmente Vinil autoadherible por dentro y así es como debe de ser, obviamente es ridículo, no tenían ni idea de lo que era un proyecto de publicidad, se declara desierto, nunca más se volvió a ver en una licitación, 3 años después asignación directa a la empresa que ya sabemos que hoy por hoy la tiene.

¿Tuvimos oportunidad de volver a participar? Definitivamente no. Entonces si hoy por hoy se plantea un nodo o varios nodos en donde va a haber ciertas normas para darle entrada a las diferentes empresas, desde las más antiguas y más grandes hasta las nuevas, oye que haya reglas claras de mediano y de largo plazo, y que hoy no se diga una cosa que la Norma dice, es que hoy está prohibida de esta manera, y dentro de 4, 5 años, ah no, ahora resulta que ya se le dio la vuelta y le encontramos la forma de darle el negocio directamente a alguien. Esa es una aportación por parte nuestra.

**EL C. MODERADOR.**- Si no hay más participaciones. Pasamos a la penúltima ponencia de, primero va él, el señor Jorge Carlos Treviño, Vicepresidente de APEX, él es ingeniero industrial por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

**EL C. JORGE CARLOS TREVIÑO.**- Hola, muy buenas tardes.

Primeramente queremos agradecer la oportunidad, en los últimos 5 años me ha tocado estar en estudios que han...

**EL C.** .- (Fuera de micrófono)

**EL C. JORGE CARLOS TREVIÑO.**- Mira, lo que quisiera ahorita es complementar, porque la idea es aportar, y queremos enriquecerlo, voy a hacer una presentación general y quiero que participe Rentable, porque es el principal miembro de esta asociación y lo cual me interesa que aporte.

Decíamos, nos ha tocado la oportunidad de estar trabajando con la evolución de los medios aquí en México y en Colombia, y realmente es muy importante el reto que tienen ustedes los diputados y queremos ahorita trabajar primeramente con un concepto, hicimos un análisis aquí en la Ciudad de

México, participando gente de la comunidad, clientes, agencias de publicidad y les preguntamos al rededor de esta ley, ¿qué es lo que conoce y de esta realidad que está pasando con esta iniciativa?

El punto que encontramos, encontramos 6 mitos, vamos a presentar dos por obviedad de tiempo y hablamos principalmente de que se decía en el Distrito Federal con esta nueva ley, deben desaparecer los grandes formatos de publicidad, ubicados en propiedad privada y dejar sólo pequeños formatos o nodos. Lo que mucha gente entendió.

Sin embargo, la realidad que hemos que hemos investigado por una parte es que ciudades como Paris, Barcelona, Ámsterdam, Nueva York, cuentan con anuncios de gran formato unipolares, muros, carteleras, todos los que hemos, vallas, donde la tendencia ha sido reordenar para armonizar y no para eliminar, y no quedar con un solo acto.

Quedamos en participar ahí en lugares que son vigentes en Barcelona, por ejemplo, donde vemos toda clase de formatos que conviven y que pueden armonizar y buscan precisamente un paisaje y una orden urbanística.

Igualmente Paris, igualmente Ámsterdam, de hecho podemos ofrecer, tenemos contactos muy cercanos en París y en Barcelona, donde a los diputados podemos facilitarles el acceso a autoridades de Paris y autoridades de Barcelona, para cualquier complemento de información o experiencia que ellos han tenido.

El otro mito, el mito dos se habla mucho y esto ya lo voy a pasar muy rápido porque se ha expuesto mucho aquí donde se sentía o dejaban sentir que los empresarios de la publicidad exterior no buscan la legalidad ni quieren el orden, totalmente falso, yo creo que lo hemos visto aquí, gente y todas las iniciativas tanto pequeñas como grandes empresas, buscan y han estado trabajando o participando, intentando diversos convenios para ordenar el sector y hay una coincidencia en que la ciudad requiere de una ley de publicidad que brinde certeza y crecimiento.

Entonces tenemos mucha información, no queremos repetirla porque ya se ha comentado con mucha claridad y hablamos de toda la oportunidad que ha

habido y la experiencia muy fuerte con la reordenación que hubo en los años pasados.

¿Qué queremos? Ahorita lo que nos comentaban era qué proponen. Estas fotos que trajimos de Barcelona y de París es lo que queremos precisamente. Tenemos un diseño de país, aquí se habla mucho de no nada más entender qué queremos como medios, sino qué queremos de la Ciudad de México y qué no sea una aleje, que se acerque a esos estándares, donde convivan grandes formatos, todos estamos convencidos que hay excesos, lo hemos oído en todos los medios, hay exceso, hay que reducirlo, pero no de irnos a un solo medio que mate, incluso que mate la economía, no únicamente a las empresas que estamos aquí, sino a la economía misma por la fuerza que tiene este medio en la economía de la ciudad.

Proponemos una ley que busca modernidad y esfuerzo, estamos trabajando con la parte económica, sabemos muy bien que los medios y las ideas que han surgido aquí son muy valiosas y buscamos una ciudad moderna y ustedes tienen el reto precisamente de legislar, no para el resto del periodo, sino para el futuro. Hablando de estadistas que no piensan en la siguiente elección, sino que piensan en la siguiente generación.

El otro punto es que buscamos mucha claridad de transparencia, no quiero abundar, se ha hablado con mucha claridad para poder pedirles reglas claras y no dejar espacio a la discrecionalidad y aplicación de unidades o de personas que en el futuro pueden cambiar las reglas del juego y matar muchas posibilidades.

La otra eficacia que no haya duplicidades, que pueda trabajarse con menos burocracia, mucha claridad y que lo que la ley permita esté claro y buscar una observancia y buscar una situación que lejos de la impunidad castigue los errores, castigue las fallas y que haya precisamente la oportunidad para que quienes cumplen, sientan seguridad.

La propuesta que queremos hacer y va en tres elementos, primero, hablamos de una ley que establezca con claridad todas las especificaciones y le cierre la puerta a la discrecionalidad. Queremos orden.

Yo creo que aquí lo hemos hablando en términos de tamaño, distancia, en términos de estandarizarlos precisamente los elementos que se establezcan y que hay mucha experiencia en las leyes pasadas.

La otra parte es integrar todos los formatos presentes en países desarrollados de manera ordenada, cuidando la armonía en el paisaje urbano, manteniendo al arrendador privado, junto con el ordenamiento en espacios públicos. La combinación privado-público demuestra precisamente la economía mixta que vivimos y representa mejor a nuestra comunidad.

También pues todos los formatos que hemos escuchado que contribuyen precisamente a una comunicación y puntos de contacto de los mercados con las empresas que se comunican.

Por último, establecer integrar la ley el programa de reordenamiento vigente, estableciendo criterios de antigüedad, proporcionalidad y equidad que puedan apoyar precisamente y entender la necesidad de esos pequeños empresarios que aquí han señalado, que por alguna situación u otra han tenido una dificultad para regularizarse, darle la oportunidad y entremos a una ley que entienda y queremos precisamente, señores diputados, que tengan las dos agendas, la agenda del futuro, donde establezca muy bien la visión de ciudad, la visión que queremos precisamente donde conviva tanto los medios como toda la parte urbanista, se habla de que van a venir intelectuales, va a venir gente muy estudiosa, pues todos somos muy estudiosos, todos podemos entender, no necesitamos una educación muy especializada para definir la ciudad que queremos, basta ser: ser humano, basta ser ciudadano.

Por otra parte, asegurar que dentro de la industria de medios tengamos la seguridad de que quien invierte, pues tenga una certeza legal que le permita seguir operando.

Me gustaría aquí y sí quiero pedirte el permiso, precisamente para que Ricardo me ayude en la parte de especificar las ideas que hemos puesto en APEX, la cuestión de proporcionalidad y equidad.

**EL C. RICARDO ESCOTTO.-** Muy buenas tardes. Mi currículum es el siguiente.

Yo estudié la carrera de actuario matemático, en una de las mejores universidades del mundo, la Universidad Nacional Autónoma de México.

Soy Director General de Grupo Rentable y me considero un empresario, producto de la cultura de la crisis. Por ello voy a ser muy directo en mis planteamientos y en honra a su tiempo, desde luego.

Queremos un mix de medios, queremos que en las vialidades primarias existan en propiedad privada, anuncios autosoportados a una distancia de 200 metros.

También anuncios de azotea, pero que estos no rebasen una altura de 7.32 en inmuebles de hasta 10 metros de altura, para inmuebles de 10 metros de altura, sí podrían tener una base que permita su visibilidad de hasta 2.50 metros, que pudiera ser cubierta con materiales ligeros para armonizar con la fachada y con su entorno urbano.

Desde luego en este mix de medios queremos participar en el mantenimiento y fabricación de puentes peatonales con publicidad, nodos publicitarios, mobiliario urbano, mismo que por cierto no ha sido licitado, pero que ahora podría ser una gran oportunidad, también queremos que se norme en esta ley la publicidad que está dentro del metro, porque el hecho que los señores que viajan en el Metro o que de repente viajemos, un servidor también, tenemos derecho al disfrute de un espacio también ordenado.

Una cosa que falta en la ley es la publicidad móvil, y pedimos que se integre, la publicidad que está portada en vehículos de transporte público de pasajeros en ruta fija, así como en vehículos privados.

Desde luego el programa de reordenamiento es un fundamento importante que nos ha dado resultados y queremos que se incluyan estos tres criterios en la ley, junto con el programa de ordenamiento para evitar comisiones, etcétera, los tres criterios es que sea con criterio de antigüedad, del proporcionalidad y de equidad.

Desde luego, para poder aplicar estos criterios, se tendría que definir un concepto de participación y esta participación se da por las empresas en ciertas zonas, lo que permite que para las nuevas empresas puedan participar las nuevas zonas en donde hoy día no se cuenta con una participación importante o una participación predominante de las empresas que estamos en

el programa, de esta manera se podría abrir la posibilidad para esas nuevas áreas también, para las nuevas empresas y así ser incluyente con estos empresarios.

Muchísimas gracias y haré llegar esto desde luego por escrito, con todos los soportes de estas propuestas concretas. Agradezco la oportunidad que me dan de transmitir estas ideas.

**EL C. MODERADOR.-** ¿Participaciones en relación con esta ponencia?

Bien. Pasamos entonces a la ponencia final del señor Gustavo Araujo.

El señor Gustavo Araujo Jiménez es licenciado en derecho de la UNAM, es fundador y director de FACTUM, Servicios Legales S.C., su experiencia profesional incluye el ejercicio de la profesión, litigando en materias administrativas, amparos contra leyes, amparo en materia administrativa, materia civil, mercantil, derecho corporativo, derecho financiero, valuación, recuperación de cartera vencida.

Actualmente funge como asesor, abogado postulante y representante a diversas empresas de publicidad exterior en el Distrito Federal y en el interior del país.

Su curriculum académico es: tiene una especialidad en amparo, en la universidad Panamericana, un diplomado en derecho empresarial en el ITAM, un diplomado en el amparo en la Asociación de Jueces y en magistrados del Poder Judicial de la Federación y actualmente se encuentra estudiando la maestría en derecho procesal penal, con especialidad en juicios orales, en el Centro de Estudios Superiores en Ciencias Jurídicas y Criminológicas.

**EL C. GUSTAVO ARAUJO JIMENEZ.-** Buenos días, señores legisladores; representantes de los medios de comunicación; empresarias y empresarios de la publicidad exterior, trabajadores de la publicidad exterior y público en general.

Agradezco profundamente la oportunidad de dirigirme a ustedes, especialmente a los señores diputados por abrir un espacio donde se privilegie la democracia y la transparencia.

Se han ya expresado algunas propuestas concretas, respecto de la forma de cómo proceder al reordenamiento. A mí me toca expresar algunos puntos específicos para ir trabajando ya en lo que es el proceso legislativo. Sobre estos puntos voy a referirme.

El Gobierno del Distrito Federal debe respetar los convenios celebrados con la industria de publicidad exterior, en el marco del programa de reordenamiento de anuncios para el Distrito Federal.

Como se ha mencionado ya reiteradamente, el 29 de enero del 2004 se publicó en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, el decreto expedido por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, por el cual fue reformada la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal.

El artículo Cuarto Transitorio de dicho decreto, estableció el programa de reordenamiento de anuncios y mejoramiento de la imagen urbana del Distrito Federal, el cual como su nombre lo indica, tiene por objeto proceder al reordenamiento de anuncios en esta ciudad.

Posteriormente mediante decreto publicado el 6 de diciembre del 2004 se dieron a conocer los lineamientos para el reordenamiento de anuncios en esta ciudad. Nuevamente el 9 de marzo del 2007, ya en esta administración, cuyo titular es el Jefe de Gobierno, licenciado Marcelo Ebrard, el Gobierno del Distrito Federal publicó en la Gaceta Oficial, nuevos lineamientos para establecer las bases conforme a las cuales se procedería a la instrumentación de dicho programa.

En cumplimiento de los decretos antes referidos, las empresas de publicidad exterior que se encuentran incorporadas al programa, firmaron con el Gobierno del Distrito Federal convenios para reordenamiento de anuncios en esta ciudad, mismo que hasta la fecha se encuentran vigentes y surten plenos efectos legales entre las partes.

Con base en lo anterior, resultaría absurdo que mediante el envío de una iniciativa, el gobierno del Distrito Federal pretenda desconocer los convenios que celebró con las empresas de publicidad exterior y pretenda con ello la eliminación de los anuncios espectaculares existentes en la ciudad.

Segundo punto. No existe nada más perfecto para el Estado que el cumplimiento de la ley, por el convencimiento, no por el temor, no por el castigo.

De acuerdo con el artículo 22 de nuestra norma fundamental se encuentran promovidas en este país las penas excesivas como la confiscación de bienes y las penas inusitadas.

No obstante, en la iniciativa de publicidad exterior materia del presente foro, se establecen penas severas y en la Ley de Desarrollo Urbano se establecen incluso penas privativas de libertad, para los representantes de publicidad exterior y diversas personas que realicen actividad relacionadas con la instalación de anuncios sin licencia.

Las penas establecidas en dicho ordenamiento, son notoriamente desproporcionadas, irracionales y no atienden en forma alguna a la gravedad de la falta cometida, incluso dichas penas son más severas que las establecidas para el robo agravado. Además, resulta completamente injusto y arbitrario el establecimiento de sanciones por la instalación de un anuncio autosoportado de azotea o adosado, cuando hace más de 3 años, 3 años ya, fueron cerradas las ventanillas para la realización de trámites relativas a la obtención y/o revalidación de licencias.

Con base a lo anterior, resulta notoriamente incongruente que el Gobierno del Distrito Federal señale que sólo son 57 anuncios los que cuentan con licencia, cuando el propio gobierno cerró la posibilidad de su tramitación desde hace 3 años.

Siguiente punto. El Estado tiene la obligación de favorecer las actividades económicas y evitar la realización de prácticas monopólicas relativas.

El artículo 28 de la Ley fundamental establece que en los Estados Unidos Mexicanos, quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas y los estancos.

No obstante a través de la expedición de la Ley de Publicidad Exterior, materia del presente foro, se pretende eliminar a las empresas de publicidad exterior, quienes a pesar de haber firmado a los convenios del Gobierno del Distrito Federal, deberán dismantelar el ciento por ciento de su planta instalada de

anuncios, los cual obviamente provocará la desaparición de dicha industria y beneficiará a las empresas propietarias de otro tipo de publicidad.

Asimismo, resulta evidente que la instrumentación de dicha ley se favorecerá a los titulares de las patentes o marcas del mobiliario de publicidad que se utilizarán en los nodos publicitarios a que se hacer referencia en la ley, lo cual constituye una práctica monopólica relativa, prohibida por nuestra norma fundamental, que esta honorable Asamblea Legislativa debiera de evitar.

La expedición de la norma legal antes referida, tal como se encuentra redactada, provocará además una disminución en la actividad comercial de la ciudad, ya que las pequeñas y medianas empresas no pueden contratar fácilmente la publicidad que se realiza en otros medios, como radio y la televisión.

Independientemente de lo anterior, la expedición de la ley provocará la afectación de decenas de miles de familias en la ciudad, quienes se verán gravemente afectadas con la expedición de dicha norma legal.

Por lo anterior, respetuosamente solicitamos a esta honorable Legislatura a través de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, debidamente representada, que se analice detenidamente si realmente desea ser aprobada la Ley de Publicidad Exterior, materia del presente foro, por la cual se efectuará de manera inmediata, no sólo a miles de empleos directos e indirectos que genera la industria de publicidad exterior, sino incluso las miles de familias que se benefician económicamente con los egresos que perciben por la renta de los inmuebles en donde se ubican los anuncios.

Resulta evidente que las leyes deben de tener por ejemplo la coexistencia de los derechos de los particulares entre sí, respetando en todo momento la libertad de comercio.

La iniciativa de publicidad exterior, materia del presente foro, constituye una norma legal que no se ajuste a la realidad de la Ciudad de México. La publicidad exterior ha coexistido en esta ciudad desde hace más de 70 años, y es una fuente generadora de riqueza y de empleos para esta ciudad.

Sobre el particular, es importante destacar que existen empresas del sector que han cumplido con el convenio del reordenamiento de anuncios del Distrito Federal.

Asimismo, resulta justo reconocer que durante los últimos años se ha presentado un incremento en el número de anuncios existentes en la ciudad, por diversas empresas de ramo quienes han colocado anuncios espectaculares, abusando de la falta de interés por regular dicha actividad.

Sin embargo, constituye un grave error la aprobación de una norma legal que no se ajuste la situación actual de la Ciudad de México a través de la cual se pretende de un solo golpe, prohibir el ejercicio de una actividad que anteriormente, no se nos olvide, se encontraba reglamentada.

El Gobierno del Distrito Federal no puede convertirse en un órgano represor que trate con extrema dureza a la industria de la publicidad exterior, con medidas tan radicales que favorecerán su desaparición y provocarán el fortalecimiento de otros sectores de publicidad, quienes se verán favorecidos con la instrumentación de dicha norma.

Por tal motivo, solicitamos a la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, que atendiendo a los principios de planeación democrática, tutelados por los artículos 26 y 27 de nuestra norma fundamental, la Ley de Planeación del Distrito Federal, la Ley de Planeación Democrática, que nos debe de regir, que se proceda a la elaboración de una Ley de Publicidad Exterior, integral, democrática, incluyente, en cuya elaboración participen el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y la industria de la publicidad exterior, ya que ésta última, es la más interesada en el establecimiento de un marco jurídico que regule su actividad, de manera acorde a la realidad de esta ciudad y preservando el interés social.

Por último, solicitamos que no se legisle al vapor, no tenemos prisa, creo que existe una oportunidad histórica de hacer una ciudad digna y para ello necesitamos leyes acordes a la realidad.

Como conclusiones me permito referir, el Gobierno del Distrito Federal debe respetar los convenios firmados con la industria en el marco del programa de

reordenamiento de anuncios para esta ciudad, expedidos por la propia Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

No puede existir un Estado de Derecho, no puede existir un orden público en donde no se respeten por parte del propio gobierno las propias leyes y acuerdos que emiten.

La iniciativa de ley debe ajustarse a la realidad actual que vive la Ciudad de México, sus habitantes, los arrendadores que se benefician y la industria de la publicidad exterior, incluyendo las modalidades que han quedado aquí expresadas.

Asamblea Legislativa debe aprobar una ley incluyente, que respetando el interés social, respete a la libertad de comercio, la libre concurrencia y las fuentes de empleo que genera la industria de la publicidad exterior.

Debe evitarse que esa honorable Asamblea Legislativa sea utilizada para la aprobación de una norma que genere la realización de prácticas monopólicas relativas y se favorezca sólo a los intereses de una parte del sector.

Por último, no es a través del terror, señores, ni del terrorismo como deben de regularse las actividades económicas, el objeto de las leyes debe ser en todo momento la coexistencia de los distintos intereses particulares de la sociedad, favoreciendo en todo momento la permanencia de los puestos de trabajo y la realización de actividades económicas que favorezcan el desarrollo de la economía.

Por lo tanto solicitamos a la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana de esta honorable Asamblea Legislativa del Distrito Federal, que atendiendo a los principios antes mencionados, tutelados por los artículo 26 y 27 de nuestra norma fundamental, se emita una ley integral, democrática, incluyente, en cuya elaboración participe el Gobierno del Distrito Federal, la Asamblea Legislativa y la industria de la publicidad exterior.

Señores diputados, muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Tenemos aquí una participación y acá también, perdón.

**LA C. LIC. PAOLA NAVA.-** Buenas tardes. Soy Directora Jurídica de una Empresa de Generar Publicidad Exterior.

Nada más quiero hacer un breve comentario, desde mi punto de vista fue más fácil para la incapacidad de la autoridad penalizar, que hacer su trabajo, ya que hay un sinnúmero de escritos presentados ante la SEDUVI y las delegaciones, sin que éstas le dieran su debido seguimiento. Ahora le quieren pasar su trabajo al Ministerio Público, como casi no tiene trabajo, ¿verdad?

Han mencionado mucho que hay anarquía, desde mi punto de vista no hay anarquía porque hay reglamentos y hay leyes para sancionar, ejecutar y clausurar y hasta retirar los anuncios ilegales, por qué no lo ha hecho la autoridad.

El programa dio resultados, pero es un trabajo desgastante, arduo, que al nuevo Titular de SEDUVI no le interesó. Sigamos con el programa de reordenamiento y no penalicen a la industria, dejándonos en completo estado de indefensión al exigirnos las licencias cuando cerraron las ventanillas únicas.

Hay que mejorar el programa de reordenamiento, ya que tienen muchas lagunas. Hemos hecho proyectos para mejorar el programa, incorporando todas aquellas circunstancias que no se tomaron en cuenta al crearlo, ya que la intención es que funciones con eficiencia, sin embargo insisto, no se le ha dado seguimiento.

No hay que dejar de tomar en cuenta que tendremos que defendernos porque tenemos obligaciones contraídos con arrendadores y clientes, además aparte de la planilla de trabajos que se ha multimencionado, que considero que es esa actividad la más importante, porque estamos hablando de un sin número de empleos, entre ellos está el mío, así que eso es todo, gracias.

**LA C. LETICIA RODRIGUEZ MOCTEZUMA.-** De Anuncios Técnicos Moctezuma.

Vamos a tratar el asunto de carácter legal, y de pronto muchos dicen que no hay reglamentación, que no hay leyes, que no hay reglamentos, yo quiero comentarle a los señores asambleístas y a los presentes, que la publicidad exterior se regula desde el año 1897.

Primeramente en el Reglamento de Construcción y después se desarrollaron ya los reglamentos de anuncios como tal.

Hay disposiciones, hay normas técnicas que se dictaron en los años 90 y que ya creo que se olvidaron porque ha convenido de esa manera. Lo que hay y es que lo que no se puede dejar de reconocer y se tiene que atender, es la corrupción, ese cáncer de la corrupción que ha atentado contra estas disposiciones legales, y eso es lo que se tiene que combatir, de pronto nadie ve, de pronto nadie sabe cuando un anuncio nace, y la policía tampoco y nadie vimos.

Por muy buena ley que hoy se quiere hacer, porque el reglamento tiene más de 100 años, y por muy buena ley que hoy se haga y por muy buena disposición, si no hay voluntad de las partes, si no se hace cumplir un reglamento, vamos a estar igual, señores asambleístas.

En una ocasión platiqué con industriales de la República de Chile y me dijeron que ellos no tenían problema con la publicidad exterior, y les dije, ¿cómo lo hicieron? Me dijeron, nosotros cumplimos las leyes y el gobierno las aplica. Esa es la gran diferencia.

Cómo les vamos a hacer todos y cómo le van a hacer las autoridades y los asambleístas para cerrarle la puerta a la corrupción.

Qué bueno que tengamos esta ley, qué bueno que tengamos esta voluntad de trabajar, pero ahí están las evidencias de lo que hasta hoy ha crecido en el desorden y en la corrupción.

El desorden no se puede adjudicar a toda la industria completa, hay empresas que son legítimas, hay empresas que son serias en este medio y hay otras que han ido por la escuela del desorden, que han ido por la escuela de corrupción. La voluntad la necesitamos para seguir manteniendo esta industria.

Por último en esta participación quiero preguntarle al abogado que me amplíe por que acusa a los asambleístas de una ley monopólica, ¿por qué los señala de esa manera; verdaderamente la ley que se pretende de anuncios para el Distrito Federal en materia de publicidad exterior viene con esos preceptos?

**EL C.** .- Como lo mencioné anteriormente el artículo 28 constitucional prohíbe los monopolios, la Ley Federal de Competencia Económica, prohíbe la realización de actividades monopólicas relativas y cuando se favorece a un sector de la industria sobre otro, incluso siendo

autoridades del Estado, se realizan prácticas monopólicas relativas, lo cual resulta violatorio del artículo 28 constitucional y también de la Ley Federal de Competencia Económica.

**EL C.** .- Gracias. Yo quería un poquito a manera de resumir o de condensar las opiniones que he visto hoy aquí o que todos hemos visto y regresando un poco a lo que planteaba yo al principio es, hay una situación real irregular causada por diferentes motivos y de todos los diferentes tipos de publicidad exterior.

Por acá hay una situación ideal a la que deberíamos de llegar y tal vez el proyecto de publicidad exterior es esa situación ideal, lo que pasa es que transitar de una a la otra está muy difícil. Si la ley de publicidad exterior que se propone o que se está discutiendo incluye cosas como nodos en propiedad en vía pública exclusivamente, realmente esa es una situación muy compleja en la cual la industria no puede estar de acuerdo.

Nosotros vamos más por un tema mixto como es en todas las ciudades del mundo, nosotros que buscar la manera, creo que toda la industria junta, incluyendo a los legisladores, encontrar una manera de transitar y de encontrar formas, maneras de que a cada quien, los que están en el programa, yo creo que no puede valer lo mismo las empresas que están en el programa de las que estuvieron fuera. Lo mismo en mobiliario urbano, pero tenemos que buscar caminos, métodos de transitar hacia un mejor modelo, un modelo mixto, un modelo en donde convivan los diferentes de publicidad exterior, en un ambiente de un marco legal, en un ambiente de seguridad física y en un ambiente de convivencia social hacia nuestro, a fin de cuentas nos debemos a los anunciantes y a la ciudadanía en último caso.

Eso es lo que yo creo que la industria sería, la industria que está aquí presente, la industria que está aquí comprometida, puede trabajar y puede proponer a los legisladores que están en proceso de análisis de esta ley, y como escuché en la mañana, se piensa tratar o se piensa que esté incluida en las sesiones extraordinarias.

La industria puede aportar, la industria puede trabajar conjuntamente con la autoridad, con el legislativo en buscar cómo transitar, buscar maneras de

transitar que a nadie van a dejar contento, pero también tratar de buscar la manera de acomodar todos los intereses, de acomodar todas las formas, de acomodar de la mejor manera y que sea factible para tener una mejor ciudad.

**EL C. OSCAR TERRAZAS REVILLA.**- Hemos concluido los trabajos del foro.

Estoy encargado de hacer un breve resumen, intentando identificar los puntos más importantes discutidos, éste no es el resumen, hay ponencias que ustedes van a entregar y donde está incluido todo lo que han propuesto, hay un registro de lo que ustedes han dicho, yo tengo aquí un registro también de lo que han comentado, se queda como parte de los trabajos y supongo el proceso de consulta y elaboración de la ley pues continúa.

Identifico 3 puntos muy importantes; el primero, un consenso en que es necesario una reordenación, con diferentes matices, de diferentes formas, todos han concedido estimo en que es necesaria una reordenación, se incorporan elementos como considerar los convenios y acuerdos ya establecidos, ver la utilidad de los programas que se han desarrollado, reconocer el esfuerzo de regularización como un aspecto importante, es también ya un consenso. En general, va en el sentido de reconocer esta necesidad que la ley va a poner a la luz, es un reordenamiento.

Se insiste mucho dentro de este esquema en que es indispensable que exista coordinación entre el Gobierno de la Ciudad, la Asamblea Legislativa y todos los involucrados durante el proceso, que no se pierda coordinación en el sentido de que las acciones mientras se terminan de definir todos los aspectos de la ley se realicen de manera coordinada y que ningún actor vaya por su lado. Es otro reclamo que yo identifico.

Se pide en este mismo contexto un papel activo del Gobierno de la Ciudad, de la Asamblea Legislativa, y llegando incluso a señalar un aspecto que tiene que ver con cuestiones que han provocado la irregularidad como la corrupción.

No estoy yo en la posición de la posición de decir si esto es cierto o no, solamente retomo lo que se ha comentado, como las inquietudes más importantes. Una coordinación en este proceso en el que me parece que todos están de acuerdo.

Segundo punto. Un reclamo de las empresas más pequeñas por participar en los procesos, aquí hay un reclamo, no estoy calificando tampoco si éste se justifica o no, solamente, insisto, estoy dando a conocer lo que yo observé.

Las empresas pequeñas, alguien decía, los 43 y los otros, no sé si esto es cierto, pero se hablaba de esta problemática. Me parece entender en todos los involucrados, en todos los participantes, una actitud de apertura, de flexibilidad en general, lo cual da lugar finalmente una situación, un ambiente de apertura y de flexibilidad, así lo percibo yo. No creo ser demasiado optimista, sino que me pareció verlo realmente.

Tercer aspecto. Muchos hicieron observaciones puntuales sobre desconocimiento de parte de la ley, cómo son los nodos, explíquenos, publicítenos digamos, por qué criminalizan, por qué hay tantas sanciones, hay sanciones para otros delitos, en fin hay una inquietud en relación con ciertos aspectos muy particulares.

Termino con esta idea, en relación con las propuestas identifico dos tipos de propuestas; unas que son muestra de la disposición de los actores, varios de los ponentes y de los participantes indicaron, tenemos la disposición de reducir los anuncios, de aportar un 15 por ciento, de hacer propuestas, en relación con la operación inmediata. Estas propuestas hablan de disposición de los actores de participar, mostrar su idea.

Esto no tiene nada que ver con la ley, tiene que ver pero no es el motivo principal del foro, en el foro se está preparando una ley, se requieren propuestas para la ley y uno poco los señores diputados lo han comentado, un elemento muy importante además de todo este intercambio de ideas y de posición que me ha parecido muy interesante, importante para ustedes supongo, está el hecho de que se debe llegar a propuestas.

Este artículo criminaliza, pero entonces qué debe de decir, ya págame la redacción, proponla. Los nodos no están bien definidos porque deben ser esto, estos deben ser los nodos y aquí deben de estar y estimo que ustedes tienen tal experiencia que podrían llegar a decir, estos son los foros antes de que la SEDUVI lo ponga, tal vez estoy hablando de más aquí, pero no debo decir.

Me parece que deben participar, que las propuestas deben ser más concretas, porque esto es una ley, lo que va a resultar de esto y los va a afectar decisivamente a todos. Entonces me parece, yo lo que les recomendaría, es solamente del moderador la propuesta, que los siguientes pasos ya no sean identificar cómo la ley criminaliza, ya lo dijeron, ahora las propuestas, cómo no lo va a hacer, cuáles son exactamente, cómo las sanciones no deben ser en este sentido. Me parece que ese sería el siguiente paso importante en el sentido que está planteado este foro y el proceso de construcción de una ley, entre todos que haya sido un consenso, esta ley debe ser hecha entre todos, sin prisa, han insistido varios, sin dejar de involucrarnos, siempre han dicho eso.

Paso ahora el micrófono a la organización.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas Gracias. Gracias a todos y cada uno de los ponentes, gracias por todo; gracias por la intervención de todos ustedes, y forma muy especial, yo sí quisiera agradecer al doctor Oscar Terrazas Revilla, por la excelente conducción del foro y la excelente relatoría que nos acaba de hacer. Muchas gracias.

Como parte ya del proceso final para el cierre del foro, les vamos a pedir a los diputados si nos pueden brindar un breve mensaje, el diputado Juan Pablo Pérez, que se incorporó. Son los integrantes de la Comisión.

Perdón, entonces primero el diputado Víctor Hugo Romo.

**EL C. DIPUTADO VICTOR HUGO ROMO GUERRA.-** Yo quisiera terminar aclarando que ahorita no hay ley, que efectivamente estamos en ese, bueno todavía no hay ley y todavía no hay un dictamen en la Comisión que Preside nuestro compañero Guillermo Sánchez.

Más bien hay propuesta, hay una iniciativa que tanto su servidor como el diputado Sánchez subimos a Tribuna, de acuerdo al proceso parlamentario está en esta Comisión y evidentemente esta iniciativa está siendo enriquecida, esto es parte de ese enriquecimiento.

Sin duda la relatoría que nos haga llegar el moderador, porque al final está todo grabado, esa es una cámara de la Asamblea Legislativa, va a haber una

relatoría perfectamente bien hecha, que seguramente el diputado les hará llegar, pero sin duda vamos a retomar todo este debate.

Yo diría que no hay que dogmatizar conceptos, porque si los descalificamos de inicio, no vamos a arribar a un asunto que aporte, yo se lo comentaba un poco de broma al diputado, parece que el nodo ya empieza a ser como un asunto de mucho debate, cuando el nodo no queremos que se convierta ni en un nudo ni queremos que sea nada.

La verdad es que la idea es de que este nodo pueda ser confeccionado, es una palabra, es un concepto que al final creo que hay que darle un armado, hay una propuesta sin duda, hay opciones, ya se han aquí comentado, nosotros la idea es que coexistamos todos, la industria es importante para la ciudad, la industria lo hemos dicho, aquí genera empleos, genera derrama económica, pero sin duda necesitamos regular ordenar y armonizar y esto es digamos la ruta.

Evidentemente nosotros tenemos que ponernos tiempos y esos tiempos ahorita prácticamente dejaremos de ver el Mundial, estamos aquí, evidentemente vamos a meterle al trabajo de pluma y letra, toda la aportación vamos a estar accesibles todo el tiempo.

Sin duda yo también quiero hacerle un reconocimiento que preside esta comisión, la apertura, él es en realidad el que va a tener la responsabilidad de recuperar, de armonizar una propuesta de generar un dictamen, de proponerlo, nosotros vamos a estar muy al tanto de cada palabra que no haya ningún artículo que contravenga la Constitución, ni el artículo 5, que establece que todo el mundo puede hacer una actividad económica ni el artículo 18 de los monopolios, creo que sí seremos absolutamente cuidadosos.

Después de esto, se hará una mesa jurídica, aquí me está comentando el diputado, una mesa jurídica donde abogados, donde gente docto en la materia de los ordenamientos legales, aporten para que ningún artículo contravenga a otro, y esto no sea derivado a una impugnación, a un amparo, etcétera.

La idea es: aquí vamos a hacer un pacto, la ley se va a traducir en un pacto entre los actores. Si ese pacto se traduce en puño y letra y en hojas y en un dictamen, pues aquí no va haber ni criminalización ni penalización para nadie,

aquí cada quien va a ir a bajar su anuncio porque efectivamente va a haber un espacio, que lo va a regular el gobierno, ni modo que no, sería una contradicción, para eso es gobierno, y evidentemente en ese espacio con reglas claras, con equidad, con transparencia como aquí se ha comentado, evidentemente llegaremos a un nuevo modelo.

Entonces traduzcamos que estamos haciendo un pacto, un acuerdo y en eso nosotros como diputados lo traducimos a que ese pacto se debe de dar en la iniciativa y en el dictamen.

Por eso la iniciativa que presentamos de manera original pues fue un bebé, ahorita está creciendo, se está enriqueciendo y evidentemente se va a aportar más elementos para que ese producto madure y pues sea lo que convenga a todos y a todas.

Entonces yo quiero también saludar su actitud de la industria, responsable, aquí al final escuchamos los puntos de vista, planteamientos, yo sé que hay debate porque hay una nueva conceptualización de la publicidad exterior, antes la publicidad exterior se creía que era nada más el espectacular, pues hay una gama nueva que digamos la creatividad, la mercadotecnia nos ha dado en esta sociedad de consumo en la cual vivimos, que no lo podemos evitar y que evidentemente nosotros tenemos que todo concepto y toda actividad pues traducirla a los apartados de la ley.

Entonces la verdad celebro su actitud, celebro las propuestas que nos han hecho llegar y evidentemente esto empezó, vamos a trabajar, va a ver una mesa jurídica, mañana va a haber un debate con sociedad civil, con académicos y pues todo esto va a servir, vamos a estar abiertos en nuestras oficinas, la mía en lo particular es la 405 en la Asamblea Legislativa, cualquier duda, queja, aclaración u omisión nos la pueden hacer llegar y evidentemente estamos a que esto sea un proceso transparente y abierto y que nadie se le atropelle ningún derecho.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Gracias, diputado Víctor Hugo Romo.

Le pediría al diputado Juan Pablo Pérez, que es integrante de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, nos brinde un mensaje.

**EL C. DIPUTADO JUAN PABLO PEREZ MEJIA.-** Buenas tardes. Primero agradecer la presencia de todos ustedes.

En ese sentido lo que nosotros en este momento diremos será muy breve, dado que el objetivo del foro es finalmente recuperar las propuestas que ustedes están mencionándonos aquí, para tratar de enriquecer esta ley de publicidad exterior.

Nosotros queremos decir que para el Partido del Trabajo es importante mantener la proporcionalidad y equidad en toda la parte de la publicidad exterior en cualquier tipo y en cualquier variante, y sobre todo garantizar los derechos ya sea individual o en este caso de empresas, para que puedan ejercer el trabajo que han venido desempañando de los que han estado apostando por la inversión y el fomento al empleo y para que muchas familias puedan seguir teniendo los ingresos para subsistir en esta ciudad.

Simplemente agradecer, decir que nosotros estamos abiertos a recoger todas las opiniones que tanto aquí se han expresado, si alguno tiene una idea o alguna aportación específica que nos quiera hacer llegar, también estamos abiertas, estamos analizando todas estas propuestas para tratar de integrar una sola propuesta nuestra y tratar, desde nuestro punto de vista, enriquecer esta ley que ya se ha propuesto a la Comisión.

Simplemente decirles que nosotros también estamos en el Zócalo, ahí nos pueden hacer llegar los que así gusten alguna propuesta específica, nosotros estamos analizando y tratando de integrar una sola propuesta que vamos a hacer en la Comisión para que sea discutida también por los demás integrantes.

Muchas gracias.

**EL C. MODERADOR.-** Muchas Gracias. Finalmente le vamos a solicitar al diputado Guillermo Sánchez, que es Presidente de la Comisión de Desarrollo e Infraestructura Urbana, nos brinde su mensaje final y nos haga favor de clausurar los trabajos de este foro.

**EL C. DIPUTADO GUILLERMO SANCHEZ TORRES.-** Muchas gracias. Agradecerle a todos los expositores su participación, agradecerles a los compañeros que están aquí al frente, durante todo el transcurso del foro ha

habido una participación fuerte de la gente, quiere decir que existe un gran interés para que esta ley nueva, porque no existe reglamentación, tenga un buen término.

Decirles que yo digo al revés, partimos de nada cuando empezamos, a través del foro nos fuimos haciendo nudos y caímos en una nueva forma de tener propaganda, que son los nodos.

Yo creo que no es lo único, pero sí es una nueva forma de tenerla, reglamentada a través de los PATR, que se dan o que pueden ser anualizados, se pueden renovar, en espacios que pertenecen al Gobierno del Distrito Federal.

Comprometerme aquí con ustedes, que tenemos que agotar las instancias de tiempo para sacar una buena ley, y qué es una buena ley, decirles que estamos en el periodo de los 90 días, ya se vencieron los 30 que nos dan para dictaminar, hay una prórroga, estamos en esa prórroga de 90 días, llevaríamos como unos 15, ahí vamos.

Sí queremos que salga la ley, la verdad no queremos llevarnos 3 meses, pero tiene que ser una ley de consenso, donde lo mismo vale la opinión, yo no sé porque ustedes mismos se ponen los chiquitos y los grandotes, todos los empresarios de la industria que se dedican a esto, llámese persona física o sociedad mercantil.

También me cuesta trabajo porque la labor de nosotros es hacer leyes, pero también no estoy de acuerdo y voy a ser solidario con todos ustedes, que mientras tengan ustedes la disposición de reglamentarse, ningún publicista pisará la cárcel.

Para eso queremos esta nueva ley, para que no haga traslapes de lo que dice una y lo que dice otra, y para qué quieren otra nueva ley si de todos modos nos quieren echar el guante. Creo que son gente decente igual que los que estamos acá al frente y por eso estamos en este diálogo. La publicidad exterior no está dentro de los ilícitos a los cuales se puede dedicar una persona física o moral.

Pero sí hay que regularizarse porque soy microempresario igual que muchos de ustedes, me decido a las artes gráficas, que de repente son artes trágicas

como nos puede pasar aquí con esta Ley de Desarrollo Urbano que tienen convenios o contratos con empresas hasta por un año, pero sería muy complicado en un lapso de un mes decirle, baja tus espectaculares porque si no vamos a utilizar la cárcel.

Creo que hay tiempos, se pueden platicar con ustedes, porque reitero lo que les he dicho a algunos, el negocio es de los industriales, de la publicidad y si no lo cuidan pues lógico que puede haber otros que quieran, siendo que es un negocio altamente rentable por eso ya hay hasta saturación, pero de repente se puede empezar a convertir en un negocio que vaya hacia la baja porque ya no le da la certeza a quien se contrata ahí, a los que contratan las vallas, los anunciantes porque ya está saturado, ya lo mismo es Pedro, Juan, el que sea.

Entonces nosotros como legisladores proponentes de la ley podemos modificarla, es una de nuestras atribuciones y ahorita estamos en la época de análisis, estamos discutiendo con lo que ustedes nos dicen la vamos a enriquecer, con las experiencias en algunos países que han sido exitosas, las reformas o las nuevas leyes, vamos a llegar a una ley que si bien no deje contento a todo el conglomerado de industriales, sí traiga una aceptación de un 80, 90 por ciento porque eso es lo que queremos, no poner trabas.

En lo personal tengo algunas ideas que se van a plasmar ya en la Ley de cómo hacemos esto mixto. Si bien las vallas es un concepto aplicado ya en otros Estados, en otros países, creo que no es la única opción, vamos a buscarla, pero siempre pensando en la seguridad de pues los mismos que ven, los que caminan por las calles, la publicidad visual y para eso vamos a proponer porque nosotros doctos en cosas de cómo defendemos nuestras empresas, una reunión para conceptos técnicos o jurídicos, qué es el nodo, qué es la valla, en algunos países valla es todo, dicen las vallas, pero las vallas tienen que estar abajo, pero esa valla no, está arriba, yo creo que vuela porque ya está arriba, los tapiales, está bien.

Entonces un forito con expertos de quienes, pues de ustedes, sus abogados. Decía un abogado, no recuerdo, nosotros no tenemos ningún problema con esta nueva porque estamos todo en regla. Digo, qué bueno. No estuviéramos haciendo una nueva ley.

Pero llévense la certeza de que esta Ley va a ser incluyente en un ciento por ciento para toda la gente que se dedica a la industria de la publicidad y sí hay una experiencia de empresarios que decidieron correr un riesgo y se anotaron ahí en algo que a lo mejor no funcionó, el Programa de Reordenamiento, pero que dijeron aquí estoy. ¿Por qué lo digo?

Porque definitivamente lo de nodos va a seguir enriquecido, el reordenamiento jurídico que está del programa, ese va a salir, esta Ley lo va a sustituir. Entonces vayamos poniendo bien de acuerdo, yo les ofrezco que todos y cada uno de ustedes va a ser escuchado, vamos ir aterrizando en una ley, cada uno de ustedes se inscribió creo al principio, dejaron un código, su nombre, su teléfono para que les hagamos llegar ya una propuesta de iniciativa enriquecida, donde se vea la mano de lo que ustedes expresaron aquí y donde también los diputados miembros de la Comisión y no miembros, como aquí el diputado Romo, le hagamos modificaciones porque es un anteproyecto que tiene fechas para publicarse y aún así todavía puede ser vetado por el Jefe de Gobierno.

Entonces saquemos algo que nos deje convencidos en qué aspecto. Básicamente que siga siendo el negocio, digámoslo así porque esto, porque deja utilidades, pero también genera fuentes de empleo y pagan impuestos.

Entonces agradezco nuevamente a todos ustedes. Mañana la sociedad tendrá otra visión distinta a nosotros y creo que también se harán nudos, nodos y a lo mejor sale algo, pero sí es importante escucharlos. Decirles que si queremos que salga una buena ley tenemos que escuchar el punto de vista de la sociedad.

Finalmente agradecerles a todos ustedes, decirles que esta ley es de mucha seriedad. No es cualquier ley, pero también queremos que ya cuando se publique, esté su reglamento, sirva para los ciudadanos y siga siendo el generador de empleos que ustedes generan.

Si más preámbulo siendo las 14:20 horas del día 15 de junio de 2010, declaro formalmente concluidos los trabajos de este seminario intitulado *Regulación, Seguridad y Sustentabilidad hacia una Ley de Publicidad Exterior en el Distrito Federal*.

Buenas tardes. Muchas gracias.

