Ciudad de México a 4 de marzo de 2025

**DIP. MARTHA SOLEDAD AVILA VENTURA**
**PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA**
**DEL CONGRESO DE LA CIUDAD DE MÉXICO,**
**III LEGISLATURA.**

El que suscribe, Diputado Víctor Hugo Romo de Vivar Guerra, Integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, del Congreso de la Ciudad de México, III Legislatura, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 122, apartado A, fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículo 29, apartados D y E de la Constitución Política de la Ciudad de México; artículos 13 fracción IX, 29fracciones XI y XIX y 32 fracciones XVI y XXXI de la Ley Orgánica del Congreso de la Ciudad de México; y artículos 5fracciones I y VI, 76, 79 fracción IX, 82, 99 fracción II, 101 y140 del Reglamento del Congreso de la Ciudad de México, someto a consideración del Pleno, la siguiente: **INICIATIVA QUE REFORMA LOS ARTÍCULOS 4, 7, 15, SE ADICIONA UN ARTÍCULO 91 BIS Y DOS TRANSITORIOS A LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA CIUDAD DE MÉXICO PARA SANEAR EL PAISAJE URBANO DE LONAS ENVOLVENTES Y DE MUROS CIEGOS**

**Exposición de Motivos:**

La Ciudad de México, epicentro cultural, histórico y económico de nuestro país, enfrenta un desafío estructural en su lucha por preservar su identidad urbana frente al avance desmedido de prácticas comerciales que comprometen su estética y seguridad. Entre estas, destaca la proliferación de publicidad exterior, especialmente la conocida como "publicidad envolvente" —lonas que cubren fachadas enteras de edificios— y el uso indiscriminado de “muros ciegos” como soportes publicitarios. Estas manifestaciones, lejos de ser meros elementos decorativos, han transformado el paisaje urbano de manera invasiva, afectando no solo la percepción visual de la ciudad sino también la calidad de vida de sus habitantes y su seguridad en contextos críticos.



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

La publicidad envolvente, con sus enormes lienzos que ocultan edificaciones emblemáticas, ha sido una práctica ahora recurrente que desdibuja el carácter arquitectónico de la Ciudad de México. Ejemplos notorios se han observado en corredores cruciales como el Centro Histórico, donde edificios coloniales han quedado sepultados bajo mantas publicitarias que, además de alterar su valor patrimonial, dificultan la apreciación de su riqueza cultural por parte de los residentes y visitantes. Asimismo, en zonas de alta densidad como Reforma o Insurgentes, la saturación visual generada por estas estructuras ha contribuido a una sensación de caos urbano, erosionando la armonía que debería caracterizar una metrópoli de esta relevancia.

Más allá de lo estético, la seguridad pública se ve comprometida por estas prácticas. El desprendimiento de lonas publicitarias ya sea por tormentas, vientos o su mal colocación han generado caos, esto ha evidenciado cómo estas estructuras pueden convertirse en riesgos físicos al desprenderse y obstruir vialidades, poniendo en peligro a transeúntes y conductores. Además, en edificios residenciales o comerciales cubiertos por publicidad envolvente, las ventanas bloqueadas han limitado la ventilación y la iluminación natural, afectando el bienestar de los ocupantes y, en situaciones de emergencia como sismos o incendios, dificultando las rutas de evacuación y la visibilidad para los cuerpos de socorro.

El uso de muros ciegos para publicidad, aunque menos invasivo en términos de cobertura, no escapa a esta problemática. En colonias como Polanco o la Condesa, se han documentado casos donde muros ciegos de edificios modernos o históricos han sido utilizados para anuncios masivos que exceden dimensiones razonables, generando no solo una alteración visual sino también preocupaciones sobre la estabilidad estructural debido a la falta de regulación adecuada. Estos ejemplos reflejan cómo la ausencia de límites claros en la normativa ha permitido que la publicidad exterior se convierta en una amenaza tanto para la imagen urbana como para la seguridad de la ciudadanía.

La Ley de Publicidad Exterior de la Ciudad de México, en su redacción actual, presenta vacíos legales y ambigüedades que han facilitado la persistencia de estas prácticas, permitiendo interpretaciones laxas que contravienen sus propios fines de proteger el paisaje urbano y garantizar la seguridad pública. Además, la reciente reestructuración administrativa del Gobierno de la Ciudad de México ha transformado a la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda en la Secretaría de Planeación, Ordenamiento Territorial y Coordinación Metropolitana, un cambio que requiere ser reflejado en la legislación para asegurar la continuidad y claridad en las atribuciones de esta dependencia clave en la regulación de la publicidad exterior.

Por ello, esta reforma propone:

- Clarificar y endurecer la prohibición de la publicidad envolvente, eliminando cualquier posibilidad de interpretación ambigua que permita su subsistencia.



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

- Establecer regulaciones precisas para el uso de muros ciegos, asegurando que su aprovechamiento publicitario no comprometa la seguridad ni la estética urbana.
- Actualizar la definición de "Secretaría" para alinearla con su nueva denominación, garantizando coherencia institucional en la aplicación de la ley.
- Fortalecer las responsabilidades de las autoridades encargadas de la vigilancia y cumplimiento, dotándolas de herramientas claras para actuar contra estas infracciones.
- Implementar sanciones más severas que sirvan como disuasivo efectivo frente a quienes persistan en estas prácticas.
- Establecer un periodo de transición razonable para retirar las publicidades existentes que contravengan las nuevas disposiciones, asegurando una implementación práctica y equitativa.

Esta iniciativa se alinea con principios fundamentales que trascienden lo meramente normativo y posicionan a la Ciudad de México como un modelo de ordenamiento urbano responsable en los ámbitos nacional e internacional. En términos de sostenibilidad, la eliminación de publicidad envolvente y la regulación estricta de muros ciegos reduce el impacto visual y físico en el entorno urbano, promoviendo un uso más consciente de los recursos espaciales y materiales, al tiempo que minimiza los riesgos asociados a estructuras publicitarias mal instaladas, que a menudo generan desperdicio y deterioro ambiental. Desde la perspectiva de la accesibilidad, esta reforma garantiza que el espacio público y privado no se vea obstruido por elementos que limiten la movilidad, la ventilación o la iluminación, asegurando que todos los habitantes, incluidas personas con discapacidad o en condición de vulnerabilidad, puedan disfrutar de un entorno urbano funcional y seguro. Finalmente, el respeto al patrimonio cultural y arquitectónico se fortalece al proteger la visibilidad y la integridad de edificios históricos y contemporáneos, que constituyen la esencia de la identidad de la ciudad, desde las construcciones prehispánicas y coloniales hasta las expresiones modernas que han dado fama mundial a la capital mexicana. Al sanear el paisaje urbano de estas prácticas invasivas, la Ciudad de México no solo recupera su belleza y habitabilidad, sino que se proyecta como un referente global de planificación urbana que equilibra desarrollo, seguridad y legado cultural, respondiendo a las exigencias de un mundo que demanda ciudades más resilientes y humanas.



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

**Fundamento Jurídico:**

- Artículo 122, apartado A, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que otorga competencias legislativas a las entidades federativas en materia de desarrollo urbano.
- Artículo 32, apartado C, numeral 1, inciso a) de la Constitución Política de la Ciudad de México, que establece la facultad del Congreso de la Ciudad para legislar sobre la imagen urbana y la publicidad.
- Artículos 2, 3, 7, 10, 12 y 21 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México, que regulan la organización, atribuciones y responsabilidades de las dependencias públicas en la Ciudad.

**Propuesta de Reforma:**

**Artículo 4. Para los efectos de esta Ley se entiende por:**

**Se reforma la fracción XLIV y se adicionan las fracciones LIII y LIV:**

*XLIV. Secretaría: Secretaría de Planeación, Ordenamiento Territorial y Coordinación Metropolitana de la Ciudad de México.*

*LIII. Publicidad Envolvente: Cualquier anuncio o medio publicitario que cubra total o parcialmente la fachada de un edificio, incluyendo lonas, telas, o cualquier otro material que se extienda sobre la arquitectura del inmueble, afectando su imagen arquitectónica, visibilidad, iluminación, ventilación natural o el libre paso de las personas.*

*LIV. Muro Ciego: Muro de una edificación que carece de huecos, ventanas o puertas, y que no está destinado al tránsito o acceso de personas*.

**Artículo 7. Atribuciones de la Secretaría:**

**Se adiciona dos nuevas fracciones XXI y XXII quedando como sigue:**



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

*XXI. Ejercer vigilancia continua sobre la publicidad exterior para asegurar el cumplimiento estricto del artículo 15, incluyendo inspecciones regulares para la detección y retiro inmediato de publicidad envolvente.*

*XXII. Revisar y autorizar, en su caso, la colocación de publicidad en muros ciegos, asegurando que cumpla con los criterios de seguridad, estética y funcionalidad establecidos en esta Ley.*

**Artículo 15. Prohibiciones:**

**Se reforma la fracción VII del artículo 15 y se reforma la fracción XV, para quedar de la siguiente manera:**

VII. Envolventes, instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones, tales como, ventanas, ventanales, muros ciegos no colindantes, fachadas y puertas, que afecten la imagen arquitectónica o impidan, parcial o totalmente, el libre paso de las personas, la iluminación, visibilidad o la ventilación natural al interior. ***Quedan absolutamente prohibidos sin excepciones.***

*XV. Medios publicitarios en muros ciegos de colindancia o en fachadas de edificios, excepto cuando se trate de medios publicitarios denominativos o informativos que no excedan el 20% del área visible del muro, cuenten con autorización expresa de la Secretaría y no afecten la seguridad estructural ni la imagen arquitectónica del inmueble, conforme a los criterios establecidos en esta Ley y su Reglamento.*

**Artículo 91 Bis. Sanciones Específicas por Publicidad Envolvente y en Muros Ciegos:**

**Se añade un Artículo 91 Bis sobre sanciones especificas de la publicidad envolvente y se adiciona una sanción para la publicidad en muros ciegos:**

*"Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, y el retiro inmediato del medio publicitario a su costa, al titular de una licencia o autorización que instale o mantenga publicidad envolvente en contravención de lo establecido en el artículo 15, fracción VII."*

*"Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y el retiro del medio publicitario a su costa, al titular de una licencia o autorización que instale publicidad en muros ciegos en contravención de lo establecido en la fracción XV del artículo 15."*



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

*"En caso de reincidencia en cualquiera de las infracciones previstas en este artículo, la multa se duplicará y se procederá al arresto administrativo inconmutable de 24 a 36 horas, además del retiro del medio publicitario a costa del infractor."*

*"En caso de una tercera reincidencia en las infracciones previstas en este artículo, además de las sanciones previstas, se procederá a la exclusión permanente del responsable del Registro de Publicistas y la revocación de todas sus licencias o autorizaciones vigentes."*

**Transitorios:**

**Se adicionan dos transitorios para la aplicación de esta reforma:**

*DECIMO QUINTO. Se establece un plazo de 90 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de este Decreto para que todas las publicidades envolventes y las que se encuentran en muros ciegos en contravención de esta ley sean retiradas. Pasado este plazo, se aplicarán las sanciones y medidas cautelares establecidas en la Ley sin excepción. La Secretaría de Planeación, Ordenamiento Territorial y Coordinación Metropolitana supervisará el cumplimiento de este plazo.*

*DECIMO SEXTO. Las empresas que cuenten con viabilidades deberán solicitar su renovación y seguir con su proceso de licenciamiento, así como las empresas con minutas de trabajo y reconocimiento por la Secretaria deberán solicitar sus viabilidades y realizar su proceso de licenciamiento.*

Dado en el Palacio Legislativo de Donceles en la Ciudad de México, a los días 4 de marzo de 2025.

**A T E N T A M E N T E**

*Víctor Hugo Romo de Vivar*

**DIP. VÍCTOR HUGO ROMO DE VÍVAR GUERRA**



Doc ID: c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983

| | |
|---|---|
| **Título** | Iniciativa Publicidad Envolvente |
| **Nombre de archivo** | iniciativa_envolv...RG_final__2_.docx |
| **Id. del documento** | c8816fe555eec7522abe93845dc488e446e78983 |
| **Formato de la fecha del registro de auditoría** | MM / DD / YYYY |
| **Estado** | ● Firmado |

## Historial del documento

| | | |
|---|---|---|
| ENVIADO | **03 / 04 / 2025**<br>19:37:25 UTC | Enviado para firmar a Victor Hugo Romo (hugo.romo@congresocdmx.gob.mx) por hugo.romo@congresocdmx.gob.mx.<br>IP: 189.240.246.59 |
| VISTO | **03 / 04 / 2025**<br>19:37:38 UTC | Visto por Victor Hugo Romo (hugo.romo@congresocdmx.gob.mx)<br>IP: 189.240.246.59 |
| FIRMADO | **03 / 04 / 2025**<br>19:38:11 UTC | Firmado por Victor Hugo Romo (hugo.romo@congresocdmx.gob.mx)<br>IP: 189.240.246.59 |
| COMPLETADO | **03 / 04 / 2025**<br>19:38:11 UTC | Se completó el documento. |