

## **HONORABLE ASAMBLEA**

En fecha **18 de noviembre de 2009**, se turnó a la **Comisión de Medio Ambiente**, para su estudio y dictamen, el expediente número **6137/LXXII**, el cual contiene un escrito signado por la C. Diputada Sonia González Quintana, integrante de la LXXII Legislatura al H. Congreso del Estado de Nuevo León, a través del cual presenta **iniciativa con proyecto de Decreto para reformar por adición el artículo 190 de la Ley Ambiental del Estado de Nuevo León**.

### **ANTECEDENTES:**

Refiere la promovente que la saturación de anuncios panorámicos en las principales avenidas del área metropolitana de la ciudad de Monterrey, es un problema de contaminación visual en el Estado, pues el paisaje se ha visto afectado por la poca visualización y contemplación de los cerros y áreas naturales, los cuales constituyen un recurso natural que debe ser preservado.

Expresa que la contaminación visual no sólo es un problema de estética, sino que se convierte en un problema de salud. La saturación de imágenes es considerada como una causa de estrés, que altera el sistema nervioso, afectando la concentración de los conductores por la abundante información que estos anuncios transmiten dando como consecuencia la distracción mientras se conduce, generando accidentes automovilísticos.

Señala que además de lo anterior, la saturación de anuncios panorámicos representa un riesgo para los automovilistas y transeúntes,

pues como se evidenció el día 18 de marzo del año 2008, los Municipios de la zona conurbada de Monterrey sufrieron un fenómeno climático de vientos que alcanzaron una velocidad de más de 100 kilómetros por hora, derribando algunos anuncios panorámicos, los cuales afirma causaron daños a automóviles, hogares y negocios al desprenderse estos de sus soportes. Daños que a su criterio pudieron prevenirse en gran medida si se hubiera establecido un criterio estandarizado en cuanto a los remetimientos que deben tener dichos anuncios panorámicos respecto de las vías públicas.

Indica que los fenómenos naturales rebasan en ocasiones la capacidad del hombre para prevenirlos, ante ello, cita que si se puede intervenir para cuando menos aminorar los riesgos causados por los anuncios panorámicos que dañen la estética del paisaje, así como también los que obstruyen la visibilidad y distraen a los conductores, poniendo en riesgo la vida de los demás automovilistas, deben contar con remetimientos cuando menos igual al de la altura del bastidor del anuncio panorámico.

Subraya que si bien es cierto que los Municipios tienen la facultad reglamentaria en relación a la autorización y ubicación de los anuncios panorámicos, también lo es que esta Ley Ambiental del Estado de Nuevo León, prevé situaciones en las que no se deben autorizar la colocación de anuncios panorámicos, es decir, la Ley Ambiental del Estado de Nuevo León, establece los lineamientos mínimos conforme a los cuales cada Municipio ejercer la facultad reglamentaria.

En base a lo antes expuesto, propone reformar por adición el artículo 190 de la Ley Ambiental del Estado de Nuevo, para establecer el remetimiento mínimo al cual deben estar ubicados los anuncios panorámicos ubicados en predios colindantes a la vía pública, , así como

la distancia mínima a la cual deben estar colocados entre cada uno de ellos.

### **CONSIDERACIONES:**

Esta Comisión de Medio Ambiente se encuentra facultada para conocer del asunto que le fue turnado, de conformidad con establecido por el artículo 70, fracción VII, de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Nuevo León, y 39, fracción VII, inciso a), del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de Nuevo León, derivado de lo cual sometemos al Pleno las siguientes consideraciones:

El paisaje urbano es un conjunto de elementos naturales, así como aquellos producidos por la acción humana que forman parte de la ciudad y su entorno, y que constituyen el marco de percepción visual de sus habitantes, considerados como un valor del medio ambiente urbano jurídicamente protegible.

La alteración visual de la imagen y fisonomía del paisaje urbano, se ve incrementada, en gran parte, por la enorme cantidad de publicidad exterior, la cual contribuye a generar una mayor contaminación visual, misma que se define en el artículo 3º, fracción XVI, de la Ley Ambiental del Estado de Nuevo León como:

*“La alteración nociva de las cualidades de la imagen o del orden de un paisaje natural o urbano, causado por uno o más elementos que únicamente tengan la finalidad de ser vistos, incluyéndose dentro de éstos a las estructuras, anuncios, objetos o imágenes fijas o móviles, que por su colocación o número, impidan al espectador apreciar a plenitud las*

*características del entorno o distraigan la atención de las personas, creando situaciones de riesgo para las mismas".*

En este sentido, es posible advertir que en el área metropolitana de la ciudad de Monterrey (AMM) el volumen, las formas, así como la cantidad de anuncios panorámicos ha venido incrementándose en una forma inusitada, lo cual representa un impacto negativo para el ambiente debido al gran desorden visual, pero sobre todo pone en peligro en algunas ocasiones la integridad y seguridad de las personas y sus bienes, al no estar diseñados para resistir situaciones climatológicas adversas que pueden provocar su derribamiento.

A este respecto, es de señalarse que el Artículo 189 de la Ley Ambiental del Estado de Nuevo León, establece que *"la contaminación visual provocada por publicidad comercial y de servicios **será regulada bajo el Reglamento de Anuncios de cada Municipio** y tomando en cuenta los criterios establecidos en esta Ley"*.

En esta tesitura, de la revisión efectuada a los Reglamentos de Anuncios de los Municipios que integran la Zona Conurbada de Monterrey, se encuentra que la mayoría de ellos ya contemplan disposiciones tendientes a lograr una adecuada ubicación de los anuncios panorámicos, a fin de prevenir un riesgo para la población, entre los cuales consideran el remetimiento mínimo al cual deben estar ubicados, así como la distancia mínima a la cual deben estar colocados entre cada uno de ellos.

Verbigracia, el Reglamento de Anuncios del Municipio de Monterrey, Nuevo León, el cual en su artículo 28 regula el remetimiento mínimo respecto del alineamiento, la distancia mínima entre un anuncio y otro, así

como la densidad de anuncios panorámicos; el Reglamento de Anuncios del Municipio de San Pedro Garza García, Nuevo León, el cual en su artículo 32 dispone que no se deberá rebasar el alineamiento vial y/o los límites del predio en el que tengan su base, y no deberán invadir el espacio aéreo de las vías públicas; y el Reglamento de Anuncios del Municipio de Apodaca, Nuevo León, el cual en su artículo 37 preceptúa que ninguna parte de los anuncios deberá sobresalir o colocarse sobre o en el espacio de la vía o área pública, con relación al alineamiento del predio en que estén instalados.

Aunado a lo anterior, es de mencionarse que la nueva Ley de Desarrollo Urbano del Estado de Nuevo León, en su artículo 228 fracción XIV, establece que "en los casos de instalación y construcción de anuncios panorámicos por seguridad y protección deben contar con una memoria de cálculo estructural firmada por un profesionista responsable que garantice una resistencia mínima de los componentes físicos de soporte de los anuncios de 120 Km/hr contra el viento".

De esta forma, se advierte que los objetivos de la iniciativa analizada se encuentran salvaguardados a través de las disposiciones referidas con anterioridad, lo que deja sin materia la propuesta analizada.

No obstante lo anterior, del estudio efectuado a diversos Reglamentos Municipales en materia de anuncios también es posible concluir que los municipios del Área Metropolitana de la ciudad de Monterrey (AMM) no han adoptado una política de actualización de dichos ordenamientos de manera uniforme, constante y homogénea, ello si se toma en cuenta que los municipios del Área Metropolitana de la ciudad de Monterrey (AMM) publicaron o aprobaron sus reglamentos de anuncios en las siguientes fechas: Monterrey, publicado en el Periódico Oficial del Estado en fecha 2

de enero de 1984; San Pedro Garza García, aprobado en sesión de Cabildo en fecha 18 de marzo de 1998; Guadalupe, aprobado en sesión extraordinaria de Cabildo en fecha 27 de octubre de 1995; Apodaca, aprobado en sesión de Cabildo en fecha 11 de enero de 2006; Escobedo, publicado en el Periódico Oficial del Estado en fecha 24 de febrero de 1992; San Nicolás de los Garza, publicado en el Periódico Oficial del Estado en fecha 22 de julio de 1998; y Santa Catarina, aprobado en sesión de Cabildo en fecha 27 de septiembre de 1990.

Consecuentemente, con las facultades conferidas por el Artículo 109 del Reglamento para el Gobierno para el Gobierno Interior del Congreso del Estado, los integrantes de esta Comisión de Dictamen Legislativo tenemos a bien modificar la propuesta analizada a fin de hacer un atento y respetuoso exhorto a los Ayuntamientos de los Municipios que conforman el Área Metropolitana de la ciudad de Monterrey (AMM), para que conforme lo demanda el crecimiento de nuestra ciudad y la revolución que en los últimos años ha sufrido la industria de los anuncios, analicen la posibilidad de uniformar los criterios de sus reglamentos en materia de anuncios, considerando, entre otros, ubicaciones y especificaciones de los anuncios; procedimientos de ejecución; aspectos técnicos sobre instalación y lineamientos específicos de lugar, forma, ubicación y limitaciones; preservación de valores culturales y sociales que tienen su expresión en el paisaje urbano; y reordenamiento de la publicidad exterior ya existente a fin de que cumpla con normas de ubicación, seguridad, saturación y tamaño.

En virtud de las consideraciones vertidas en el cuerpo del presente dictamen, los integrantes de la Comisión de Medio Ambiente, sometemos a la consideración de esta Soberanía el siguiente proyecto de:

## **ACUERDO**

**PRIMERO.** La LXXII Legislatura al H. Congreso del Estado de Nuevo León, con pleno respeto a la autonomía municipal, realiza un atento y respetuoso exhorto a los R. Ayuntamientos de los Municipios que conforman el Área Metropolitana de la ciudad de Monterrey, para que procedan a la brevedad posible a la actualización y homologación de la reglamentación que rige la colocación de anuncios publicitarios en la vía pública, procurando irrestrictamente el cumplimiento de la misma.

**SEGUNDO.** Comuníquese el presente acuerdo a los R. Ayuntamientos de los Municipios que integran el Área Metropolitana de la ciudad de Monterrey, para su conocimiento y fines precisados con anterioridad.

**TERCERO.** Archívese y téngase por concluido el presente asunto.

**Monterrey Nuevo León**

**COMISIÓN DE MEDIO AMBIENTE**

**PRESIDENTE**

DIP. JUAN CARLOS HOLGUÍN AGUIRRE

**VICE-PRESIDENTE**

**SECRETARIO**

DIP. GUILLERMO ELÍAS ESTRADA  
GARZA

DIP. VÍCTOR MANUEL PÉREZ DÍAZ

**VOCAL**

**VOCAL**

DIP. HÉCTOR JULIÁN MORALES RIVERA

DIP. SONIA GONZÁLEZ QUINTANA

**VOCAL**

**VOCAL**

DIP. HUMBERTO GARCÍA SOSA  
**VOCAL**

DIP. BLANCA ESTHELA ARMENDÁRIZ  
RODRÍGUEZ  
**VOCAL**

DIP. HERNÁN ANTONIO BELDEN  
ELIZONDO

DIP. FERNANDO GONZÁLEZ VIEJO

**VOCAL**

**VOCAL**

DIP. HERNÁN SALINAS WOLBERG

DIP. MARÍA DE LOS ANGELES  
HERRERA GARCÍA

