

H. Congreso del Estado de Nuevo León



PROMOVENTE: DIP. IVONNE BUSTOS PAREDES, COORDINADORA DEL GRUPO LEGISLATIVO DEL PARTIDO VERDE ECOLOGISTA, SUSCRIBIENDOSE EL DIP. LUIS ARMANDO TORRES HERNANDEZ

ASUNTO RELACIONADO: INICIATIVA DE LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y PAISAJE URBANO PARA EL ESTADO DE NUEVO LEÓN; EN RELACION CON LA PROTECCIÓN DEL PAISAJE URBANO MEDIANTE LA REGULACION, INSTALACIÓN, USO, LICENCIAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR.

INICIADO EN SESIÓN: 11 de marzo del 2020

SE TURNÓ A LA (S) COMISIÓN (ES): Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable

C.P. Pablo Rodríguez Chavarría

Oficial Mayor



**DIPUTADO JUAN CARLOS RUIZ GARCÍA
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN PERMANENTE DEL H. CONGRESO DEL
ESTADO DE NUEVO LEÓN
Presente. –**

La suscrita Diputada IVONNE BUSTOS PAREDES, Coordinadora del Grupo Legislativo del Partido Verde Ecologista de México, perteneciente a la LXXV Septuagésima Quinta Legislatura del H. Congreso del Estado de Nuevo León, en uso de las atribuciones conferidas en el artículo 68 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León, correlacionado con los diversos 102, 103 y 104 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de Nuevo León, ocurro ante esta Soberanía a presentar Iniciativa de Ley de Publicidad Exterior y Paisaje Urbano para el Estado de Nuevo León; en relación con la protección del paisaje urbano mediante la regulación, instalación, uso, licencias de la publicidad exterior, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El mundo es un lugar lleno de paisajes, la naturaleza en su equilibrio y armonía inherente ha generado panorámicas impresionantes. Basta con remitirse a las imponentes vistas de ciudades en otras partes del mundo.

La espectacular Zúrich en Suiza y sus bosques y montañas, La icónica Florencia en Italia con sus edificios renacentistas por doquier, o la pintoresca Quebec, encallada entre el bosque y el río San Lorenzo en Canadá. Todas las panorámicas de esas ciudades son impresionantes y todas tienen algo en común: El adecuado ordenamiento de la publicidad y la protección contra la contaminación visual que ello genera

La posibilidad de que una metrópoli sea visualmente agradable y por ende psicológicamente más adecuada para el ser humano, está profundamente relacionado con la publicidad en los espacios públicos.¹

La psique humana está de manera permanente recibiendo y respondiendo a estímulos y cuando estos sobrepasan ciertos niveles en ciertas situaciones, la reacción negativa del cuerpo de manera notoria o sutil es inevitable. Como referencia es importante mencionar que de acuerdo con la Organización Mundial de

¹ Los daños por la contaminación visual, 2019, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, extraído de <http://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/los-danos-por-la-contaminacion-visual/>



la Salud (OMS) el 40% de quienes habitan un departamento u oficina con paisajes desagradables tienden a la depresión²

Los ojos son uno de los sentidos a los que el ser humano le ha sacado mayor utilidad. Nuestra mirada si bien no es tan aguda como la de las aves o los felinos, posee la capacidad de detectar una enorme gama de colores, profundidad y perspectiva, sutiles cambios de luz, texturas tenues y otras características especiales.

Sin embargo, pese a sus notables capacidades, en comparación con los otros sentidos humanos, la saturación de la vista es la que más fácil se puede sufrir y la que más efectos inmediatos negativos tiene sobre el cuerpo humano.

Basta con experimentar cómo reaccionan los ojos a un destello de luz de relativamente poca luminosidad; la vista quedara inutilizada por algunos segundos o por minutos o más, dependiendo el estímulo que se reciba. Mientras que por ejemplo el olfato, podrá respirar olores sumamente intensos, sin que ello neutralice por completo la funcionalidad de dicho sentido.

Es de esta sensibilidad sensorial en los ojos de donde parten los estudios sobre los efectos que los paisajes tienen en la salud humana en general.

En primera instancia es preciso definir la contaminación visual, la cual de acuerdo a un estudio de la "European Scientific Journal", se entiende como todas las irregularidades en el paisaje (principalmente antropogénicas) las cuales pueden ser entre otras: Anuncios luminosos mal organizados, panorámicos invasivos y demasiado abundantes, cables de diversos servicios, edificios descuidados, materiales de construcción o colores desagradables, proliferación de grafiti etc. El paisaje urbano es un componente del tejido social, y este elemento se ve sumamente atrofiado cuando se permite que la contaminación en comento abunde.³

Al estudiar la contaminación visual, saltan a la vista los términos de saturación visual y tensión visual. El primero es definido como una proliferación de algo en una imagen, que ocasiona que la habilidad de la vista humana deje de funcionar adecuadamente, y el segundo se refiere al estado psicológico de desagrado o de

² Idem.

³ "Visual Pollution can have a Deep degrading effect on urban and suburban community: Study Case in Bengal India with special reference to unorganized Billboards", Jana, Tanaya, 2015, European Scientific Journal, p1.



merma de la salud psicológica en general, producido por una imagen en particular.

4

La contaminación visual afecta directamente a nuestro cerebro, y las causas de que esta ocurra son sumamente multifactoriales; entre algunos ejemplos de ellas destacan: negligencia sobre las condiciones de los anuncios, laxitud de los ordenamientos legales, pérdida del control administrativo sobre la proliferación de anuncios, vandalismo y desinterés y desconocimiento sobre el tema por parte de las autoridades.

La abundancia de anuncios publicitarios llega incluso a mermar nuestros espacios verdes, toda vez que no hay una regulación específica con carácter de ley, que permita garantizar que los anuncios no invadan parques o paisajes naturales.

Si bien se entiende que dichos elementos publicitarios generan dinero para los ayuntamientos, los riesgos a la salud, el deterioro al paisaje y las afectaciones al entorno en general son mucho más preponderantes que la derrama económica que pueda llegar a las arcas gubernamentales.

Lamentablemente, aunque los efectos y consecuencias negativas de la contaminación visual están bastante probados, existe muy poco conocimiento sobre el tema de manera general. Además, la contaminación visual es un concepto relativamente nuevo y no ha habido una difusión masiva al respecto. Se puede decir que, en la rutina de la vida diaria, se han dejado de lado las características y beneficios que puede tener un paisaje agradable para el ser humano.

De entre los daños que genera la contaminación visual, los cuales están probados con experimentos destacan: distracción generalizada, disminución en la riqueza intelectual por saturación de un mismo tema, deterioro de la identidad, irritabilidad, aumento de posibilidades de accidentes de tráfico, fatiga en los ojos, pérdida del sentido de la higiene y la estética y las repercusiones psicológicas que esto conlleva, y en general perdida de la calidad de vida en la comunidad.⁵

En contraste la exposición a paisajes hermosos como un denso bosque, un cielo despejado, un atardecer o cualquier otro paisaje natural sin alteraciones severas, causa en el cuerpo una sensación de paz, se recupera el ánimo, se restaura la

⁴ Idem, P3

⁵ "Visual Pollution can have a Deep degrading effect on urban and suburban community: Study Case in Bengal India with special reference to unorganized Billboards", Jana, Tanaya, 2015, European Scientific Journal, p3



productividad, se relaja la mente y en general proporciona bienestar a la psique del ser humano.

Hay incluso psicólogos que afirman que la identidad de una persona no se genera fundamentalmente desde el individuo mismo, sino de su interacción con el entorno. Cuando un paisaje está sumamente contaminado en lo visual, el estado de ánimo en general merma y se empieza a normalizar el desorden. Cuando esto ocurre la sociedad tiende a ignorar un problema y por ello deja de hacer esfuerzos activos para corregirlo.

Tal pareciera ser el caso de nuestra metrópoli, donde la loma en la que Gonzalitos se convierte en Gómez Morín y viceversa, se ha sobresaturado de enormes anuncios sin que parezca haber un fin a ello. Otras avenidas de todos los municipios como Lázaro Cárdenas o Garza Sada en Monterrey, Miguel Alemán en Apodaca, Universidad en San Nicolás por mencionar algunas, presentan la misma situación. Así lo atestiguan decenas de notas periodísticas, en las cuales se pueden observar todas las arbitrariedades que se cometan con la publicidad panorámica, y la problemática no se atiende de manera integral.

Lo mismo ocurre en muchos comercios, donde las dimensiones de los anuncios carecen de control alguno. Se puede ver ocasionalmente alguna tienda de conveniencia que decide en sectores muy icónicos cambiar el color y el tamaño de sus letreros estándar, sin embargo, eso es la excepción a la regla, y al día de hoy los negocios operan en un desorden general en lo que refiere a instalación de publicidad en vía pública.

Se ha permitido que incluso estos invasivos anuncios emitan enormes cantidades de luz, ocasionando con ello distracciones y molestias a los ojos de los ciudadanos. Hay por ejemplo experimentos donde se demuestra que mientras más se satura una calle de anuncios, más difícil se vuelve observar de manera oportuna señales como las de tránsito.

Hay otros experimentos donde se le pide a una persona que identifique un objeto, sin embargo, dicho objeto es rodeado de otras cosas que nada tienen que ver, los resultados indican que no solo es más difícil para la mente hallar lo que busca en un estado de saturación visual, sino que mientras más desorden haya en esa saturación, mucho más grande será la dificultad.

En algunas ciudades como Calcuta, la proliferación de estos anuncios ha llegado al grado de que solo el 23% del espacio en la ciudad es considerado visualmente aceptable en lo que refiere a contaminación. Un dato importante es que se ha



descubierto que una buena legislación sobre el tema, puede llegar a garantizar que a los desarrollos nuevos si se les dé una adecuada protección ante la contaminación visual al paisaje

A raíz de toda esta información se han identificado áreas de oportunidad en nuestro Estado en lo que a polución del paisaje se refiere, por lo que el Grupo Legislativo del Partido Verde Ecologista de México en el Congreso del Estado, tiene a bien proponer una iniciativa de Ley de Publicidad Exterior y Paisaje Urbano para el Estado de Nuevo León, la cual consta de 114 artículos, y que busca garantizar una uniformidad en la regulación de la materia, además de fortalecer la vigilancia y protección del paisaje urbano.

Entre algunas cosas destacan: prohibir la instalación de anuncios en cerros, laderas y formaciones naturales similares, regular la luminosidad de anuncios con luz y pantallas electrónicas, regular tamaños y contenidos y colores, definir lineamientos de orden en cuanto a instalación, sanciones, evitar el daño de árboles para colocar anuncios, reducción en la duración de permisos etc.

Nuestra legislación en materia de publicidad tiene que ser más coercitiva y estricta, como ocurre en otros lugares como la Ciudad de México o metrópolis como Zúrich, Florencia o Quebec. De esta forma lograremos cambiar radicalmente el paisaje que nos rodea y mejoraremos el bienestar de todos los ciudadanos.

Por lo anteriormente expuesto, tengo a bien proponer a esta Soberanía el siguiente proyecto de:

DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO: Se expide la Ley de Publicidad Exterior y Paisaje Urbano para el Estado de Nuevo León, para quedar como sigue:

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y PAISAJE URBANO PARA EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

TÍTULO PRIMERO

DE LAS DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I

DEL OBJETO DE LEY



Artículo 1. La presente Ley es de orden público y observancia general para los habitantes del Estado de Nuevo León; sus disposiciones son de orden público y de interés social y tiene por objeto regular la fijación de estructuras de publicidad exterior, sobre la vía pública, así como en los lugares visibles desde la misma, sobre inmuebles y predios baldíos, remates visuales urbanos y naturales y cualquier otra ubicación dentro del territorio del Estado, así como para garantizar la protección, conservación, recuperación y enriquecimiento del paisaje urbano del Estado.

Los habitantes del Estado tienen el derecho a desarrollarse en un entorno natural y urbano armónico que propicie una mejor calidad de vida y libre toda contaminación visual.

Artículo 2. Son principios del presente Ley:

- I. El paisaje urbano es el aspecto que ofrecen las edificaciones, equipamiento urbano, estructuras y los demás elementos culturales y arquitectónicos que hacen posible la vida en común de los ciudadanos, así como el entorno natural en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos de la ciudad y crean un sentido de identidad y pertenencia colectiva;
- II. El paisaje urbano representa un factor de bienestar individual y social y un recurso económico para el Estado, por lo cual su protección implica derechos y obligaciones para todos los habitantes y visitantes;
- III. El espacio público está constituido por las calles, paseos, plazas, parques, jardines, y demás lugares de encuentro de las personas, por lo cual debe ser considerado un punto de convivencia que merece cuidado y preservación constante;
- IV. La publicidad exterior es una actividad económica importante para el Estado, cuyo impacto debe ser armónico con el paisaje urbano, por lo cual debe ser regulada en beneficio del interés general;
- V. La publicidad exterior desordenada y la saturación publicitaria, provocan contaminación visual;
- VI. La contaminación visual es la alteración del paisaje urbano provocada por factores de impacto negativo que distorsionan la percepción visual del entorno e impiden su contemplación y disfrute armónico en detrimento de la salud y calidad de vida de las personas;
- VII. Toda persona tiene derecho a percibir una ciudad libre de estímulos publicitarios, y en general, de todo agente contaminante;



- VIII. Las edificaciones hacen posible el desarrollo de las actividades humanas, por lo cual deben brindar seguridad estructural, iluminación y libre ventilación;
- IX. La integridad física y patrimonial de las personas, el bienestar individual, la preservación del medio ambiente y la recuperación del paisaje urbano, son valores superiores en el territorio del Estado en beneficio general de la población;
- X. El patrimonio cultural urbano es el conjunto de elementos urbanos-arquitectónicos de las poblaciones urbanas heredados por las generaciones precedentes, cuyo valor exige su preservación física;
- XI. Es obligación de los ciudadanos y de las autoridades preservar la identidad cultural del Estados e inducir en las generaciones presentes el conocimiento y aprecio del paisaje urbano y de su historia;
- XII. Es un valor ciudadano que el medio ambiente y los recursos naturales sean respetados en todo momento, particularmente los árboles con follaje consolidado en lo individual, así como los bosques, camellones arbolados, los parques, jardines, áreas verdes, áreas de valor ambiental y áreas naturales protegidas; y
- XIII. Regular el contenido de la publicidad que se exhiba en el espacio público del Estado; para que no se atente contra la dignidad de las personas o se vulneren los derechos humanos reconocidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León.

Artículo 3. Las disposiciones de esta Ley son de observancia general en todo el Estado de Nuevo León, para aquellos sujetos y actividades contempladas por el mismo.

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

- I. Anunciante: A la persona física o moral que indique, señale, exprese, muestre o difunda al público cualquier mensaje relacionado con la venta y oferta de productos, la prestación de servicios o el ejercicio lícito de actividades profesionales, políticas, cívicas, culturales, mercantiles o técnicas;
- II. Anuncio: A todo elemento de información, comunicación, o publicidad, que indique, señale, avise, muestre o difunda al público cualquier mensaje relacionado con la producción y venta de productos o bienes, con la prestación de servicios y con el ejercicio de actividades



- profesionales, cívicas, políticas, culturales, industriales y mercantiles, o bien que, sin contener un mensaje, sea una unidad integral;
- III. Anuncio adosado: El que se adhiere o sujet a por cualquier medio a una fachada, muro, barda o barandilla;
 - IV. Anuncio autosoportado: El sostenido por una o más columnas apoyadas a su vez en una cimentación, o en una estela desplantada desde el suelo;
 - V. Anuncio denominativo: El que contiene el nombre, denominación comercial o logotipo con el que se identifica una persona física o moral, o una edificación;
 - VI. Anuncio de neón: El integrado con tubería de vidrio cargado con gas neón o argón y activado mediante energía eléctrica;
 - VII. Anuncio de patrocinio: El que contiene el nombre de la persona física o moral que pague el costo de un bien o servicio destinado a un fin social, o en su caso, el que contiene alguna de las marcas comerciales que identifican a dicha persona;
 - VIII. Anuncio de propaganda: El que contiene mensajes de carácter comercial, político o electoral;
 - IX. Anuncio de proyección óptica: El que utiliza un sistema luminoso integrado por focos, reflectores o diodos, para reflejar mensajes estáticos o en movimiento en una superficie opuesta;
 - X. Anuncio en azotea: El que se ubica sobre el plano horizontal superior de una edificación;
 - XI. Anuncio en saliente: El instalado de forma perpendicular al paramento de la fachada;
 - XII. Anuncio en tapias: El instalado en un tablero de madera o lámina ubicado en vía pública, destinado a cubrir el perímetro de una obra en proceso de construcción;
 - XIII. Anuncio inflable: El consistente en un cuerpo expandido por aire o algún otro tipo de gas;
 - XIV. Anuncio integrado: El que, en alto o bajo relieve, o calado, forma parte integral de la edificación;
 - XV. Anuncio mixto: El que contiene elementos de un anuncio denominativo y de propaganda, incluidos los eslóganes;
 - XVI. Anuncio modelado: El consistente en una figura humana, animal o abstracta, cualquiera que sea el material con el que se fabrique;
 - XVII. Anuncio virtual: El que utiliza un sistema luminoso para proyectar imágenes que tienen existencia aparente y no real;



- XVIII. Corredor publicitario: La vía primaria determinada de conformidad con lo dispuesto por esta Ley, en la que pueden instalarse anuncios autosoportados unipolares y adheridos a muros ciegos de propaganda comercial en inmuebles de propiedad privada;
- XIX. Componentes: A las partes integrantes del anuncio, como pueden ser la estructura base, la carátula, el contenido y el soporte.
- XX. Dintel: Al cerramiento recto o curvo del vano o abertura de una puerta o ventana.
- XXI. Dirección: Área Administrativa de la Secretaría de Desarrollo Sustentable a cargo del cumplimiento de la presente Ley.
- XXII. D.R.O: Al Director Responsable de Obra.
- XXIII. Edificio catalogado: Al Inmueble que está clasificado como monumento, por determinación de la 'Ley Federal' de igual manera que por la 'Ley de Protección'.
- XXIV. Espacio público: Todo bien inmueble del dominio del Estado de Nuevo León o de sus municipios;
- XXV. Información cívica: Mensajes que tienen por objeto difundir la cultura cívica;
- XXVI. Información cultural: Mensajes distintos de la información cívica y de la propaganda comercial, política y electoral;
- XXVII. INAH. Instituto Nacional de Antropología e Historia;
- XXVIII. Intrados. A la cara inferior del dintel del vano de una puerta o ventana.
- XXIX. Ley Federal. A la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos.
- XXX. Licencia: A la autorización definitiva expedida por la "Dirección" para la fijación, instalación, colocación, modificación y reparación de anuncios o toldos, sean permanentes o de carácter temporal.
- XXXI. Mobiliario urbano: El conjunto de bienes muebles que se instalan en el espacio público con fines comerciales, de prestación de servicios, de ornato o de recreación;
- XXXII. Monumento artístico: A las obras que revisten un valor estético relevante, dentro de esta clasificación las obras de artistas vivos no podrán considerarse monumentos, salvo las consideradas dentro de la corriente del muralismo mexicano;
- XXXIII. Monumento histórico: A los bienes vinculados con la historia de la Nación, del Estado o de los Municipios;
- XXXIV. Muros ciegos: Los muros de colindancia que carezcan de vanos;



XXXV. Permiso Administrativo Temporal Revocable (PATR): El documento público en el que consta el acto administrativo por el cual la Secretaría otorga a una persona física o moral el uso y aprovechamiento de un bien inmueble del dominio del Estado o sus Municipios para la comercialización de propaganda e información, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley;

XXXVI. Pantalla electrónica: El instrumento que transmite mensajes mediante un sistema luminoso integrado por focos, reflectores o diodos;

XXXVII. Permiso. A la autorización provisional expedida por la "Dirección" para la fijación, instalación y/o colocación de anuncios o toldos, sean éstos de carácter permanente o temporal y en tanto no cumplan los requisitos o condiciones adicionales que establezca la "Dirección";

XXXVIII. Propaganda comercial: Mensajes escritos o en imágenes relativos a la compra, venta, consumo o alquiler de bienes y servicios;

XXXIX. Propaganda electoral: Aquella a la que se refiere la legislación electoral correspondiente;

XL. Propaganda institucional: Mensajes relativos a las acciones que realiza con fines de comunicación social, educativos o de orientación social, sin incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen la promoción personal de cualquier servidor público;

XLI. Publicidad exterior: Todo anuncio visible desde la vía pública destinado a difundir propaganda comercial, institucional o electoral, o bien información cívica o cultural;

XLII. Publicista: Persona física o moral dedicada a la instalación y explotación comercial de la publicidad exterior;

XLIII. Ley. A la presente Ley de Publicidad Exterior y Paisaje Urbano;

XLIV. Responsable de un inmueble: Persona física o moral que tenga la propiedad, posesión, administración, disposición, uso o disfrute de un bien inmueble y permita la instalación de un anuncio en el mismo;

XLV. Responsable solidario: El publicista, el anunciante, la agencia de medios, el titular de la marca o producto, o el responsable de un inmueble, que interviene en la instalación de un anuncio;

XLVI. Secretaría: Secretaría de Desarrollo Sustentable;

XLVII. Señalización: A las indicaciones de tránsito (restrictivas, preventivas o informativas), paradas de autobuses, numeración oficial de predios, placas con nombres de calles, callejones, plazas, barrios, edificios y estacionamientos;



XLVIII. Sitio catalogado: Al conjunto urbano, comunidad, barrio o zona específica que por sus características históricas, artísticas, arquitectónicas o urbanas ha sido catalogado como tal, conforme a la 'Ley Federal' y su Ley;

XLIX. Toldo: A la cubierta protectora contra la luz solar, utilizada en fachadas para evitar el deterioro de mercancías o productos expuestos en aparadores, o bien para limitar o controlar la incidencia de iluminación y calor natural en locales habitados;

L. Valla: Cartelera situada en lotes baldíos o estacionamientos públicos, con fines publicitarios, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley; y

LI. Vía pública. Al espacio o área de uso común que por disposición de la autoridad administrativa se encuentra destinado al libre tránsito, para dar acceso a los predios colindantes con ella y para la intercomunicación de calles, plazas, jardines, etcétera, conforme a las leyes que regulan la materia, así como todo aquel inmueble que de hecho se utilice para este fin, como es el caso de pasajes, escaleras, andadores, parques y otros similares.

Artículo 5. No se otorgará licencia o permiso para la fijación, instalación o colocación de anuncios cuyo contenido haga referencia contextos o imágenes, a ideas o conceptos que inciten a la violencia, que muestren contenido erótico o sexual, que atente contra la dignidad de la personas, que vulnere los valores o derechos humanos reconocidos en la Constitución, o bien que promuevan la discriminación de raza o condición social o que promuevan el consumo humano de alcohol, tabaco o alguna otra sustancia tóxica.

Artículo 6. El diseño de los anuncios y su tipología, así como los materiales con que estos serán fabricados, sus proporciones y forma de colocación, así como los demás elementos necesarios para su instalación deberán asegurar la adecuada integración de los mismos al perfil arquitectónico del inmueble en donde sean colocados, así como al paisaje urbano o natural del sitio donde estarán ubicados; y deberán sujetarse a las disposiciones que para este fin se establecen en el presente Ley.

Artículo 7. Tratándose de anuncios denominativos, el anuncio deberá incluir únicamente el nombre o en su caso la razón social de la empresa y el principal giro comercial del negocio.

No se permitirá en los exteriores y fachadas de los inmuebles la colocación de ningún tipo de propaganda publicitaria relativa a marcas registradas ajenas al



establecimiento, números telefónicos, listas de productos y precios, y en general cualquier tipo de información similar a la anterior.

Para el caso en donde el anuncio sea patrocinado por alguna empresa diferente del solicitante, se podrá permitir la exhibición de aquella siempre y cuando se acuerde con la Dirección, las restricciones y/o condicionantes de diseño, colores, materiales, formas, dimensiones, porcentaje de superficie a ocupar por el patrocinador en el anuncio y que no podrá ser mayor del 2%; y otras que se determinen según el caso específico.

Artículo 8. En ningún caso se otorgarán licencias para la colocación de anuncios que, por su ubicación, dimensiones o por los materiales empleados en su construcción e instalación, puedan poner en peligro la salud, la vida o la integridad física de las personas; alteren los valores estético-arquitectónicos de las edificaciones; ocasionen molestias a los vecinos del lugar en que se pretendan colocar; afecten o puedan afectar la normal prestación de los servicios públicos o la limpieza y salud pública; o bien alteren la compatibilidad del uso o destino del inmueble, de conformidad con las normas de desarrollo urbano vigentes y aplicables al sitio.

Artículo 9. Los anuncios no deberán tener semejanza con los signos, señalamientos y colores que regulan el tránsito vial, ni tendrán superficies reflectoras parecidas a las que usan en sus señalamientos las áreas de Transito y de Seguridad Pública Municipales o en cualquier otra dependencia oficial con funciones similares.

CAPÍTULO II

ORGANISMOS FACULTADOS.

Artículo 10. Las disposiciones del presente Ley se harán cumplir a través de las siguientes instancias:

- I. La Secretaría;
- II. La Dirección, quien tendrá funciones de vigilancia, seguimiento y verificar la observancia y aplicación estricta de la presente Ley;
- III. El Municipio, quien colaborará y coadyuvará con la Dirección en la vigilancia del cumplimiento de las disposiciones de esta Ley, así como promover su difusión y aplicación.

Artículo 11. Son facultades de la Secretaría:



- I. Expedir licencias y permisos para la instalación, fijación o colocación de los anuncios y toldos a que se refiere el presente Ley y en su caso, negar, revocar o cancelar las licencias o permisos;
- II. Realizar y/o revisar y validar los dictámenes técnicos que se requieran conforme a las disposiciones del presente Ley;
- III. Coadyuvar con los Municipios en la inspección de los anuncios y toldos existentes o en proceso de instalación y ordenar los trabajos de conservación, mantenimiento y reparación que fueren necesarios para garantizar su estabilidad, seguridad y buen aspecto, así como para su regularización;
- IV. Ordenar previo dictamen técnico el retiro o modificación de anuncios y toldos que atenten contra la vida y seguridad de las personas, de los bienes de terceros y de la imagen urbana o natural del Estado, o bien que hubieren sido colocados sin autorización o contraviniendo las disposiciones del 'Ley';
- V. Expedir licencias y permisos para la ejecución, colocación, obras de ampliación o modificación de anuncios y toldos;
- VI. Establecer un registro de las licencias y permisos otorgados;
- VII. Aplicar las medidas de seguridad, determinar las observaciones y/o correcciones que deberán atenderse, y fijar el monto de las sanciones correspondientes por infracciones a la presente Ley;
- VIII. Solicitar el auxilio de la fuerza pública Estatal o Municipal cuando fuera necesario para hacer cumplir sus resoluciones o determinaciones;
- IX. Determinar en el Reglamento, las zonas, sitios y lugares en los que podrán ser autorizados o permitidos los anuncios permanentes y los anuncios temporales, estableciendo la clase y características que podrán tener estos en cada una de los sitios donde pueda haberlos, y señalar aquellas zonas o lugares en que estará prohibida su fijación y colocación; y
- X. Las demás que le confieran de manera específica esta Ley, así como otras disposiciones legales aplicables.

Artículo 12. Son facultades de los Municipios:

- I. Proponer estrategias y acciones prioritarias para la aplicación de esta Ley, así como reformas a las disposiciones legales y reglamentarias en materia de publicidad exterior;



- II. Realizar la inspección de los anuncios y toldos existentes o en proceso de instalación en el territorio Municipal y solicitar a la Secretaría la interposición de los trabajos de conservación, mantenimiento y reparación que fueren necesarios para garantizar su estabilidad, seguridad y buen aspecto, así como para su regularización, e imposición de las medidas de seguridad;
- III. En coadyuvancia con la Secretaría, interponer sanciones por infracciones a las disposiciones de la presente Ley y reglamentos derivados de la misma;
- IV. Solicitar a la Secretaría la práctica de visitas de inspección;
- V. Solicitar a la Secretaría el retiro o modificación de anuncios y toldos que atenten contra la vida y seguridad de las personas, de los bienes de terceros y de la imagen urbana o natural del Municipio, o bien que hubieren sido colocados sin autorización o contraviniendo las disposiciones del 'Ley';
- VI. Solicitar el auxilio de la fuerza pública Estatal o Municipal cuando fuera necesario para hacer cumplir sus resoluciones o determinaciones; y
- VII. Las demás que le atribuyan esta Ley y demás ordenamientos aplicables.

TÍTULO SEGUNDO

DE LA INSTALACIÓN DE ANUNCIOS

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES DE LA INSTALACIÓN DE ANUNCIOS

Artículo 13. Los anuncios que para su instalación requieran el concurso de diversos elementos, tales como estructuras, soportes, cartelera, pantalla u otros, serán considerados una unidad integral.

La instalación, modificación o retiro de esta clase de anuncios comprenderá el de todos sus elementos.

El titular de una licencia de anuncios, deberá colocar en el anuncio una placa de identificación de la licencia respectiva con las características que señale esta Ley.

Artículo 14. En el Estado de Nuevo León sólo podrán instalarse anuncios respecto de los cuales se solicite y obtenga una licencia, o en su caso, una autorización temporal.



En los dictámenes de impacto urbano de los proyectos de edificación de viviendas, oficinas o locales comerciales, la Secretaría establecerá como condición del proyecto la prohibición de instalar propaganda comercial publicitando dicho proyecto en postes, semáforos y demás elementos de la infraestructura urbana.

El cambio del cartel publicitario, de un anuncio podrá realizarse en cualquier tiempo, siempre que se lleve a cabo bajo la vigencia de la licencia, o en su caso, autorización temporal.

Artículo 15. En el territorio del Estado quedan prohibidos los anuncios de propaganda comercial e institucional que tengan cualquiera de las siguientes características:

- I. Instalados en los bienes del dominio público del Estado, excepto en tapias, vallas y en el mobiliario urbano con publicidad integrada, en los términos que disponga el presente;
- II. Instalados en las azoteas de las edificaciones, sean éstas públicas o privadas;
- III. Instalados en inmuebles privados, excepto los instalados en inmuebles ubicados en los corredores publicitarios en los términos que disponga el presente;
- IV. Pintados en los muros, bardas o fachadas de edificaciones públicas o privadas;
- V. Con estructuras instaladas en vehículos de propiedad pública o privada y cuyo único fin sea difundir anuncios de propaganda;
- VI. Integrados en lonas, mantas, telones, lienzos, y en general, en cualquier otro material similar, sujetos, adheridos o colgados en los inmuebles públicos o privados, sea en sus fachadas, colindancias, azoteas o en cualquier otro remate o parte de la edificación;
- VII. Instalados en saliente, cualquiera que sea su dimensión;
- VIII. Adosados y autosoportados que comprendan cuerpos en movimiento o realizados de la superficie;
- IX. Proyectados sobre las edificaciones públicas o privadas, desde un vehículo en movimiento;
- X. Instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos, o en cualquier otra formación natural;



XI. Instalados, colgados, adheridos o pintados en presas, canales, puentes vehiculares y peatonales, pasos a desnivel, bajopuentes, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, postes, semáforos, y en general, en elementos de la infraestructura urbana, salvo los que determine expresamente el presente;

XII. Instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones destinados a permitir el paso de las personas, de la iluminación y de la ventilación natural al interior;

XIII. Cuando se trate de anuncios inflables, cualquiera que sea el lugar de su instalación o estén suspendidos en el aire;

XIV. Modelados, cualquiera que sea el lugar de su instalación;

XV. En las casetas telefónicas y en las cajas de registro de las líneas telefónicas, así como en los buzones, botes de basura y contenedores de residuos ubicados en las vías públicas, casetas de recarga de celulares, puestos de revistas, puestos de venta de flores, puestos semifijos y cualquier otro elemento de mobiliario urbano que no esté expresamente autorizado en los términos del presente Ley;

XVII. En parques, jardines, áreas verdes, zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, bosques y zonas arboladas;

XVII. No se autorizarán anuncios pintados directamente sobre azoteas, trabes, pretilles, bardas, muros aislados, toldos, cortinas metálicas, ventanas, balcones, salientes, postes, rejas, barandales, y cualquier otro elemento similar a los anteriores; y

XVIII. Los demás que se ubiquen en lugares no permitidos expresamente en esta Ley.

Artículo 16. El anunciantre solo podrá contratar anuncios con publicistas que cuenten con, licencia, autorización temporal vigentes otorgados de conformidad con lo previsto en esta Ley y que hayan sido previamente expedidos, no podrá contratarse espacio publicitario alguno sin la expedición de la licencia correspondiente.

En caso del incumplimiento de lo estipulado en el párrafo anterior, el anunciantre será considerado Responsable Solidario del pago de multas y gastos causados por el retiro de anuncios que ordene la autoridad.



Artículo 17. En el Estado, los anuncios podrán instalarse con o sin iluminación, pero tratándose del primer supuesto el nivel de iluminación directa al anuncio podrá ser de hasta 400 luxes siempre que su reflejo a los automovilistas y peatones no exceda de 50 luxes, dentro de un horario de 18:00 horas a 06:00 horas del día siguiente.

CAPITULO II

DE LAS PANTALLAS ELECTRONICAS

Artículo 18. Los anuncios podrán estar conformados por pantallas electrónicas, mismas que tendrán las dimensiones máximas que para los anuncios se establecen en la presente Ley.

Artículo 19. Los anuncios electrónicos no podrán colocarse en áreas habitacionales ni proyectar iluminación alguna dentro de zonas habitadas del Estado.

Artículo 20. La iluminación de los anuncios electrónicos no podrá ser mayor a 3 nits sobre la luminosidad ambiental existente, pero nunca podrá pasar de 300 nits en un horario de 18:00 horas a 06:00 horas del día siguiente.

Artículo 21. Para determinar sobre la luminosidad, esta deberá medirse de forma perpendicular al anuncio a una distancia de 105 metros tratándose de anuncios espectaculares, de 60 metros para vallas y tapias y de 45 metros para parabuses y demás mobiliario urbano con publicidad integrada.

Artículo 22. Las pantallas electrónicas deberán ajustar de manera automática su intensidad de acuerdo a las variaciones en el ambiente.

Artículo 23. Los mensajes proyectados en las pantallas electrónicas deberán permanecer estáticos por un mínimo de 10 segundos.

Artículo 24. Se prohíbe proyectar en pantallas electrónicas mensajes que contengan luces en movimiento, aparenen movimiento, tengan cambios en cuanto a la intensidad de la luminosidad durante el periodo en que deben quedar fijos los mensajes, que contengan videos o que utilicen el color blanco de forma alguna dentro de sus mensajes.

Artículo 25. Se prohíbe que los anuncios con pantallas electrónicas emitan sonido, proyecten rayos de luz hacia cualquier calle, avenida, camino o carretera que sean de tal intensidad o brillo que causen o puedan causar choques de luz, deslumbramientos o impedir la vista de un conductor de cualquier tipo de vehículo.

Artículo 26. Se prohíbe la colocación de anuncios con pantallas electrónicas que oscurezcan o interfieran con la eficiencia de funcionamiento del señalamiento oficial



de las calles, semáforos y demás elementos de tránsito, o que impidan o interfieran con la visión de los conductores que se aproximen o integren en las intersecciones de las calles, avenidas, caminos o carreteras del Estado.

Los titulares de las licencias deberán incorporar el uso de leds para la iluminación de anuncios; asimismo, deberán otorgar a favor del Gobierno municipal, sin costo, el diez por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes institucionales.

CAPÍTULO III.

DE LOS ANUNCIOS EN INMUEBLES

Artículo 27. Queda prohibida la instalación de todo tipo de anuncios en camellones, plazas y demás espacios públicos destinados al tránsito vehicular o a la recreación, salvo los que determine expresamente el presente.

Artículo 28. La instalación de anuncios en tapias y vallas se permitirá exclusivamente bajo las siguientes condiciones:

- I. Los tapias sólo podrán ubicarse en obras en proceso de construcción o de remodelación. Las vallas solo podrán ubicarse en estacionamientos públicos o lotes baldíos;
- II. En todos los casos, tanto vallas como tapias tendrán una dimensión máxima de 3 metros de largo por 5 metros de ancho;
- III. Tratándose de estacionamientos públicos y lotes baldíos, las vallas tendrán la altura y longitud máximas a que se refiere la fracción anterior, pero en todo caso los anuncios deberán instalarse con un intervalo de por lo menos un metro de separación entre cada uno;
- IV. La instalación de los tapias y vallas deberá realizarse en las partes del perímetro del predio que colinden con la vía pública;
- V. Los tapias y vallas deberán instalarse sobre la vía pública a una distancia mínima de 10 centímetros respecto del alineamiento y una máxima de 30 centímetros respecto del límite del predio; y
- VI. En ningún caso los tapias y vallas podrán fijarse a la fachada o paramento de la construcción, ni instalarse en dos líneas paralelas.

Artículo 29. La información cultural y la cívica podrán difundirse en anuncios en tapias, vallas y en mobiliario urbano. Asimismo, podrá instalarse en pendones o gallardetes colocados en el inmueble a que se refiera el evento publicitado, así como



en los postes de las vías públicas adyacentes. Las dimensiones de los pendones o gallardetes serán de no más de 40 centímetros de ancho por 150 centímetros de alto.

La información cultural que difundan las dependencias, órganos o entidades de la Administración, y en su caso, las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal, podrá además contenerse en anuncios cuyas especificaciones y ubicación deberán ser determinadas por la Secretaría.

Los anuncios de información cultural podrán contener mensajes de patrocinio en una proporción que no será mayor al 20% del total de la superficie del anuncio.

Artículo 30. Los mensajes de propaganda institucional sólo podrán difundirse en anuncios en tapiales, vallas y en mobiliario urbano.

Artículo 31. En ningún caso la propaganda institucional podrá instalarse en muros, bardas o fachadas de edificaciones públicas o privadas, presas, canales, puentes vehiculares, pasos a desnivel, bajo-puentes, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, postes, semáforos, y en general, en elementos de la infraestructura urbana.

Artículo 32. La instalación de propaganda electoral se regirá por las disposiciones de las Leyes electorales.

Artículo 33. Queda prohibida la instalación de anuncios mixtos, salvo en los establecimientos mercantiles de menos de cien metros cuadrados de construcción, conforme a las disposiciones de la Ley.

Artículo 34. Los anuncios denominativos sólo podrán instalarse en las edificaciones o locales comerciales donde se desarrolle la actividad de la persona física o moral que corresponda al anuncio.

Sólo se podrá instalar un anuncio denominativo por edificación o local comercial, salvo en los inmuebles ubicados en esquina o con accesos por diversas calles o vialidades, en estos supuestos podrá instalarse un anuncio por cada fachada con acceso al público, los cuales deberán tener dimensiones uniformes entre sí.

Artículo 35. Las dimensiones y demás características de los anuncios denominativos serán determinadas en el reglamento.

Artículo 36. Quedan prohibidos los anuncios denominativos que sobresalgan total o parcialmente del contorno de la fachada.



Artículo 37. Los anuncios denominativos sólo podrán ser adosados, integrados o pintados, y con iluminación interna o externa. Quedan prohibidos los anuncios denominativos en azotea, así como los pintados y los adosados que cubran ventanas, aunque sean translúcidos.

Los anuncios denominativos autosoportados sólo se podrán instalar en los inmuebles determinados por la presente Ley. Sus dimensiones y demás características serán determinadas en el reglamento.

Artículo 38. En los inmuebles ocupados por instituciones de crédito y establecimientos mercantiles, así como en las gasolineras, podrá instalarse un solo anuncio autosoportado de contenido denominativo además del denominativo adosado.

Artículo 39. El anuncio denominativo de un centro comercial y el de los locales comerciales que lo integran, sólo podrán contenerse en una misma estela. Cuando los locales comerciales tengan acceso directo al exterior, podrá instalarse un anuncio denominativo adosado a la fachada por cada local que exista.

Cuando en un centro comercial funcionen una o varias salas cinematográficas, se podrá instalar una segunda estela que se destinará exclusivamente para anunciar las funciones de cine.

Artículo 40. En los teatros y cines podrá instalarse, adosada a la fachada, una cartelera con altura máxima de un metro y la longitud que le permita la respectiva del inmueble. En la cartelera se podrá difundir el nombre del espectáculo, la programación de funciones y el nombre de los actores.

En auditorios y en inmuebles donde se lleven a cabo exposiciones o espectáculos públicos, podrá optarse por una de las siguientes alternativas según las características arquitectónicas de que se trate:

- I. Observar lo dispuesto en el primer párrafo de este artículo;
- II. Instalar una cartelera adosada al muro de la planta baja del edificio, siempre que su altura no rebase la correspondiente del acceso principal;
- III. Instalar una cartelera en estela, siempre que se ubique en una explanada que forme parte del inmueble de que se trate; y
- IV. Instalar una cartelera en cualquiera de las fachadas del inmueble, cuyas dimensiones en ningún caso podrán exceder el contorno de la fachada en la que se instalen.



En cualquier caso, la cartelera podrá contener imágenes de conformidad con lo que disponga la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 41. En los escaparates o ventanales de los establecimientos mercantiles no se permitirán anuncios adheridos al vidrio. En ningún caso se podrán instalar anuncios en gabinete dentro de un escaparate.

Artículo 42. La obtención de permisos, así como la construcción, instalación, modificación, reparación, conservación, mantenimiento y retiro de estructuras destinadas a anuncios autosoportables y espectaculares, deberán ser tramitadas y supervisadas por un 'D. R. O', registrado como tal ante 'la Dirección'.

La autorización de este tipo de anuncios estará sujeta a la presentación de un estudio de impacto visual y a la emisión de un dictamen positivo, este último por 'la Dirección'.

CAPÍTULO IV

DE LOS ANUNCIOS EN MUEBLES

Artículo 43. El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse de conformidad con las disposiciones de la presente Ley.

No se considerará mobiliario urbano los enseres utilizados para el servicio de acomodadores de vehículos, en donde se prohíbe la colocación de cualquier tipo de propaganda o anuncio.

Artículo 44. En ningún caso la Secretaría podrá autorizar mobiliario urbano destinado exclusivamente a exhibir publicidad ni considerar la instalación de anuncios en el mueble urbano como causa determinante para autorizarlo.

El motivo para autorizar la instalación de mobiliario urbano será exclusivamente la necesidad social del mueble y no podrá instalarse en áreas verdes, jardines, parques, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, zonas arboladas.

El servidor público que autorice la instalación de mobiliario urbano u otorgue su visto bueno para la integración de anuncios a un mueble urbano, en contravención a lo dispuesto por el párrafo anterior, será sancionado de conformidad con las disposiciones aplicables en materia de responsabilidad administrativa.

Artículo 45. Para colocar mobiliario urbano con publicidad integrada, será necesario obtener un permiso administrativo temporal revocable (PATR) de la Secretaría.



Artículo 46. Los titulares de licencias PATRS, y autorizaciones temporales, deberán ceder gratuitamente uno de cada veinte espacios publicitarios al gobierno municipal.

La Secretaría, con la participación de las dependencias y entidades de la Administración utilizarán esos espacios para difundir mensajes de gobierno, prevención de las adicciones, fomento de hábitos alimenticios saludables, cuidado del medio ambiente, respeto de los derechos humanos, erradicación de cualquier forma de discriminación y de un estilo de vida saludable.

TÍTULO TERCERO

DE LOS PERMISOS ADMINISTRATIVOS TEMPORALES REVOCABLES, LICENCIAS Y AUTORIZACIONES TEMPORALES.

CAPÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 47. La Secretaría expedirá:

- I. Licencia de anuncios:
 - a) De propaganda comercial;
 - b) Denominativos en inmuebles ubicados en el Estado; y
 - c) En vallas.
- II. Autorización temporal para anuncios:
 - a). En tapias;
 - b). De información cívica o cultural contenidos en pendones o gallardetes colocados en el inmueble a que se refiera el evento publicitado, así como en los postes de las vías públicas adyacentes; y
 - c). De información cultural que difundan las dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública Federal, del Estado y de los Municipios.
- III. Permisos administrativos temporales revocables:
 - a. En mobiliario urbano con publicidad integrada.

Artículo 48. La Secretaría otorgará los permisos administrativos temporales revocables de anuncios en mobiliario urbano con publicidad integrada, de conformidad con lo dispuesto por el presente y demás disposiciones aplicables.



Artículo 49. La licencia, deberá solicitarse por escrito al titular de la Secretaría, en el formato impreso que establezca la Secretaría, ésta contará con un plazo de 30 días para dar respuesta a la solicitud y en caso de no hacerlo se aplicará la negativa ficta. La solicitud deberá contener los datos especificados en el Ley.

Artículo 50. El servidor público que expida un permiso, licencia o autorización temporal distinta de las previstas por la presente Ley, o que tolere la instalación de anuncios prohibidos o no previstos por esta Ley a pesar de ser competente para evitar la instalación, incurrirá en falta administrativa y será sancionado con sanción económica y la destitución del cargo, de conformidad con las disposiciones aplicables en materia de responsabilidad administrativa.

Artículo 51. Los propietarios de los anuncios tendrán las siguientes obligaciones:

- I. Mantener los elementos autorizados o permitidos en buenas condiciones de seguridad, de estabilidad, de limpieza y de estética, así como de legibilidad;
- II. Dar aviso del cambio o de sustitución del 'D.R.O', dentro de los diez días naturales siguientes a aquel en que ocurra el supuesto anterior;
- III. Dar aviso de terminación de los trabajos autorizados dentro de los diez días naturales siguientes al día en que estos hubiesen concluido;
- IV. Ubicar en un lugar visible del establecimiento comercial, el original o copia de la licencia y/o permiso otorgado por la 'Dirección', y mostrarla oportunamente a los inspectores cuando así le sea requerido;
- V. Consignar en un lugar visible del anuncio autosoportado, especial o espectacular, el nombre y el domicilio del propietario, duración y condiciones de la licencia, así como el número de la licencia o permiso correspondiente;
- VI. Retirar los anuncios al concluir el plazo autorizado;
- VII. En su caso solicitar la renovación de la licencia respectiva, 30 días antes de que concluya el plazo de la vigente; y
- VIII. Las demás obligaciones que de manera específica sean establecidas en este 'Ley'.

Artículo 52. El Director Responsable de Obra tendrá las siguientes obligaciones:

- I. Dirigir y vigilar el proceso de los trabajos, de conformidad con las disposiciones de la normatividad aplicable y de este 'Ley';



II. Colocar en un lugar visible del anuncio una placa con su nombre, número de registro en la Secretaría, con el número de licencia o permiso de instalación de la estructura. Asimismo, expresará en la placa el nombre y domicilio del propietario del anuncio; y

III. Dar aviso a la Secretaría y a las Autoridades concurrentes sobre la terminación de los trabajos autorizados relativos al anuncio, así como de las obras periódicas de conservación o mantenimiento que se realicen en los mismos.

Artículo 53. No se concederán licencias o permisos a las solicitudes de aquellos directores responsables de obra, que, habiendo incurrido con anterioridad en infracciones a este 'Ley', no hubiesen corregido oportunamente la irregularidad y pagado las multas que con tal motivo se les hubiesen impuesto.

Artículo 54. Los solicitantes de licencias y autorizaciones que sean expedidas por la Dirección, en cumplimiento de la presente Ley, deberán cubrir el pago de derechos según lo estipulado por la Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León y Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León.

Artículo 55. Para la extensión de la vigencia de las licencias, éstas podrán renovarse conforme a las reglas que se mencionan a continuación:

I. Los anuncios permanentes, para su renovación, deberán los interesados realizar el pago de derechos por el refrendo correspondiente, desde 30 días naturales antes de su vencimiento, en caso contrario habrán de colmar todos los requisitos que exige esta Ley para la obtención de una nueva licencia;

II. En todo caso de refrendo o renovación de las licencias expedidas con una vigencia de doce meses solo podrán renovarse si cumplen con todos y cada uno de los requisitos contenidos en esta Ley; y

III. Los anuncios temporales podrán renovarse cumpliendo con los requisitos que señala el presente Ley para su obtención por vez primera y haciendo previo pago de los derechos correspondientes, pero el periodo total de la vigencia de los mismos no podrá ser mayor al máximo señalado en esta Ley.

Artículo 56. La Secretaría y los Municipios deberán conservar en forma ordenada y sistemática toda la documentación de los Permisos, Autorizaciones y Licencias de conformidad con lo establecido en la Ley General de Archivos y en la Legislación de la materia en el Estado de Nuevo León.

Asimismo, la Secretaría deberá publicar de manera permanente y actualizada en su página de internet un listado de los Permisos, Autorizaciones y Licencias que expida



en materia de publicidad exterior o hayan otorgado, el cual deberá incluir la fecha de expedición y vigencia del permiso, ubicación del anuncio para cuya instalación fue expedido, nombre o razón social del permisionario, número de folio y monto del recibo de pago de derechos correspondiente.

La omisión o inactividad de lo prescrito en este artículo será causal de sanción para el responsable de realizar la actividad por parte de la Secretaría.

CAPÍTULO II

DE LAS LICENCIAS

Artículo 57. La licencia de anuncios que expida la Secretaría, permitirá a una persona física o moral la instalación de un anuncio autosoportado y unipolar en el lugar expresamente determinado por la Secretaría, por un plazo de un año.

La Secretaría expedirá la licencia, previo pago que el solicitante haga de los derechos correspondientes y el acreditamiento de todos y cada uno de los requisitos para hacerlo.

La licencia de anuncios en vallas permitirá a una persona física o moral, la instalación de un anuncio por un plazo de hasta dos años. La expedición de las licencias a que se refiere este párrafo se regirán por las normas aplicables a la expedición de las licencias de anuncios

Las personas físicas y morales sólo podrán realizar la instalación de anuncios en las ubicaciones autorizadas por la Secretaría debiendo tramitar previamente la misma, en caso contrario no se emitirá la Licencia respectiva y se ordenará el retiro del anuncio a su costo.

Artículo 58. Toda licencia de anuncios espectaculares deberá solicitarse por escrito al titular de la Secretaría, en el formato impreso o electrónico que establezca la misma. En todo caso, el formato deberá contener los siguientes datos:

- I. Nombre o razón social de la persona física o moral de que se trate, o en su caso, de su representante legal;
- II. Domicilio y dirección electrónica del solicitante, para oír y recibir notificaciones;
- III. Plano en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del anuncio;



IV. Responsiva de un Director Responsable de Obra y de un Corresponsable en Seguridad Estructural;

V. Autorización del área de Protección Civil Estatal en la que se especifique que el anuncio no representaría un riesgo para los habitantes del Estado. El Estado podrá hacer convenios con los Municipios para delegarles dicha atribución.

Recibo de pago de los derechos correspondientes previstos en la Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León y en la Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León;

VII. Fecha y firma del solicitante;

VIII. Una declaración bajo protesta de decir verdad del responsable de la obra, donde señale que no se afectarán árboles con motivo de las obras que se puedan llevar a cabo ni en las instalaciones de los anuncios;

IX Contrato de arrendamiento y/o autorización del propietario del predio, cuando el solicitante no lo sea;

X. Acreditación de la propiedad del predio y de la estructura portante a colocar;

XI. Croquis de localización en la ciudad y en el predio;

XII. Dos fotografías mínimo de la zona donde se ubicará la estructura y dos del contexto inmediato;

XIII. Diseño detallado de la estructura a escala 1:5 en tres copias, con la especificación de materiales, dimensiones y colores a utilizar;

XIV. Memoria de cálculos de estabilidad y seguridad de la estructura portante y de los elementos que lo integran;

XV. Tanto el proyecto como la memoria, deberán ser suscritos por el 'D.R.O' o el corresponsable respectivo;

XVI. En su caso los detalles del sistema de iluminación a utilizar; y

XVII. Estudio de impacto visual.

No podrán otorgarse licencias a aquellas personas físicas o morales que hayan sido sancionadas en tres ocasiones por la comisión de una infracción prevista en esta Ley ni aquellas a las que les haya sido revocada una Licencia en los nueve meses anteriores a la presentación de la solicitud.



No podrán instalarse anuncios no autorizados, o sin obtener previamente la Licencia, PATR o Autorización Temporal.

Artículo 59. La licencia de anuncios denominativos que expida la Secretaría, permitirá a una persona física o moral, por un plazo de tres años prorrogables, la instalación del anuncio en inmuebles;

Por cada anuncio, la Secretaría deberá expedir una licencia.

Artículo 60. Toda licencia de anuncio denominativo deberá solicitarse por escrito al titular de la Secretaría, en el formato que establezca la misma. En todo caso, el formato deberá contener los siguientes datos:

- I. Nombre, denominación o razón social del titular del establecimiento mercantil o industrial de que se trate, o en su caso, de su representante legal;
- II. En su caso, nombre o razón social del propietario o poseedor del inmueble donde se pretenda instalar el anuncio;
- III. Domicilio y dirección electrónica para oír y recibir notificaciones, del titular del establecimiento mercantil o industrial de que se trate;
- IV. Plano en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del anuncio, así como una fotografía del inmueble;
- V. Recibo de pago de los derechos correspondientes previstos en la Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León y en la Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León;
- VI. Fecha y firma del solicitante;
- VII. Una declaración bajo protesta de decir verdad del Director responsable de obra, relativa a la instalación y demás circunstancias que deriven de la instalación del anuncio de que se trate, donde señale que no se afectarán árboles con motivo de las obras que se puedan llevar a cabo ni en las instalaciones de los anuncios; y
- VIII. La presentación, contenido de la solicitud y demás documentos requeridos serán responsabilidad del solicitante o de 'D.R.O', quien deberá acreditar el compromiso del propietario del inmueble donde se pretenda instalar o colocar el anuncio espectacular, para cumplir, en forma solidaria, las disposiciones de este 'Ley' y las condiciones del permiso o autorización respectiva.

Artículo 61. Las licencias de anuncios deberán contener, en cualquier caso:



- I. Nombre, denominación o razón social y domicilio, del titular de la licencia;
- II. La ubicación, diseño, dimensiones, materiales, tipo, colores y demás especificaciones técnicas del anuncio;
- III. Fundamento legal para la expedición la licencia;
- IV. Fecha de expedición y duración de la licencia; y
- V. Nombre, cargo y firma del servidor público que expida la licencia.

Artículo 62. La licencia se extingue por cualquiera de las siguientes causas:

- I. Vencimiento del plazo por el que se haya otorgado;
- II. Renuncia a la licencia;
- III. Revocación o nulidad de la licencia; y
- IV. Quiebra o liquidación del licenciatario.

Artículo 63. Son causas de revocación de la licencia:

- I. Ser sancionado dos veces por la comisión de una infracción prevista en esta Ley;
- II. Difundir mensajes que tengan el carácter de prohibidos por cualquier otro ordenamiento aplicable;
- III. Ceder, gravar o enajenar la licencia o algunos de los derechos en ella establecidos;
- IV. No dar mantenimiento al anuncio;
- V. Tirar o podar árboles en contravención a las disposiciones legales aplicables;
- VI. Instalar el anuncio en contravención a los requisitos de distancia, altura o cualquier otro que señale esta Ley;
- VII. Cuando los datos proporcionados por el solicitante resulten falsos y con base en ellos se hubiere otorgado la licencia o permiso;
- VIII. Cuando el servidor público que los hubiese otorgado carezca de competencia para ello o se hubiera otorgado con violación de alguna norma o disposición aplicable al caso;



- IX. Cuando se hubiese ordenado al Titular de la licencia o permiso respectivo, el efectuar trabajos de conservación y mantenimiento y este no los hubiese realizado dentro del plazo señalado;
- X. Cuando se compruebe que el anuncio fue colocado en condiciones y/o sitios diferentes a los autorizados;
- XI. Cuando el anuncio hubiere sido fijado o colocado en una forma, posición o altura distinta a la autorizada por 'la Dirección';
- XII. Cuando exista reincidencia en la infracción a las disposiciones de este 'Ley'; y
- XIII. Las demás que establezca esta Ley y otros ordenamientos aplicables.

Artículo 64. La vigencia de las licencias será de un año. En todo caso procederá además la revocación inmediata de la licencia si el estado de conservación del anuncio autorizado no es el adecuado o representa un riesgo para la seguridad o la vida de las personas, o de sus bienes.

La vigencia de las autorizaciones temporales será igual al plazo máximo de la licencia de construcción tratándose de tapiales y no podrán renovarse y en el resto de los casos no podrá de ser mayor a 20 días.

CAPÍTULO III.

DE LAS AUTORIZACIONES TEMPORALES

Artículo 65. La Secretaría podrá expedir autorización para instalar anuncios:

- I. En tapiales, la cual tendrá una vigencia máxima de un año prorrogable por el mismo plazo;
- II. De información cívica o cultural contenidos en pendones o gallardetes colocados en el inmueble a que se refiera el evento publicitado, así como en los postes de las vías públicas adyacentes, la cual tendrá una vigencia máxima e improrrogable de noventa días naturales; y
- III. De información cultural que difundan las dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública Federal, Estatal y Municipal, la cual tendrá una vigencia máxima improrrogable de noventa días naturales.

Por cada inmueble o evento a publicitar de que se trate, la Secretaría deberá expedir una autorización temporal.



Artículo 66. Toda autorización temporal deberá solicitarse por escrito al titular de la Secretaría, en el formato impreso o electrónico que para tal efecto se ponga a disposición. En todo caso, el formato deberá contener los siguientes datos:

- I. Nombre, denominación o razón social del solicitante, o en su caso, de su representante legal;
- II. Tipo de inmueble u obra en construcción y vigencia de la manifestación de construcción correspondiente, o en su caso, evento a publicitar;
- III. Domicilio y dirección electrónica para oír y recibir notificaciones, del solicitante o en su caso, de su representante legal;
- IV. Plano en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del tapial, pendón o gallardete, así como una fotografía del inmueble donde se pretendan instalar, con el montaje de los mismos;
- V. Recibo de pago de los derechos correspondientes previstos en la Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León y en la Ley de Hacienda para los Municipios del Estado de Nuevo León;
- VI. Fecha y firma del solicitante; y
- VII. Una declaración bajo protesta de decir verdad del responsable de la obra, relativa a la instalación, o con motivo del anuncio que se trate, donde señale que no se afectarán árboles con motivo de las obras que se puedan llevar a cabo ni en las instalaciones de los anuncios.

Artículo 67. La autorización temporal se extingue por cualquiera de las siguientes causas:

- I. Vencimiento de la vigencia de la autorización;
- II. Vencimiento de la vigencia de la manifestación de construcción, en su caso;
- III. Expedición de la autorización de uso y ocupación del inmueble construido, en su caso; y
- IV. Renuncia a la autorización temporal.

Artículo 68. El titular de la autorización temporal deberá retirar los anuncios instalados a más tardar a los 5 días hábiles siguientes a la fecha en que haya concluido la construcción de la obra, o en su caso, el evento para el cual se haya autorizado la instalación de anuncios.



CAPITULO IV

DE LOS PERMISOS ADMINISTRATIVOS TEMPORALES REVOCABLES

Artículo 69. Permiso Administrativo Temporal Revocable es el acto administrativo en virtud del cual la Administración otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad del Estado, ya sean del dominio público o privado.

Artículo 70. Para la colocación de mobiliario urbano con publicidad integrada se requiere contar con un Permiso Administrativo Temporal Revocable expedido por la Secretaría.

Artículo 71. Para expedirse un Permiso Administrativo Temporal Revocable se requiere acreditar la necesidad de la colocación del Mobiliario urbano con publicidad integrada, esta necesidad no podrá ser económica, sino que debe ser la prestación de un servicio social, que implique una mejora en la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad, que represente un servicio gratuito y que no atente contra el paisaje urbano.

Los permisionarios que cumplan con lo anterior, podrán obtener beneficios por la publicidad colocada en dicho mobiliario y tendrán a su cargo la administración y mantenimiento del mismo.

Artículo 72. Los Permisos Administrativos Temporales Revocables podrán ser:

- I. A título gratuito, cuando no se exija al particular una contraprestación pecuniaria o en especie a cambio del uso y goce temporal del inmueble permisionado; y
- II. A título oneroso cuando se exija una contraprestación pecuniaria o en especie a cambio del uso y goce del inmueble permisionado, la que en todo caso deberá estar fijada previamente por la Secretaría.

Artículo 73. Los Permisos Administrativos Temporales Revocables tendrán una vigencia máxima de 10 años, los cuales podrán prorrogarse, especialmente en los casos en que la persona física o moral a la que se haya otorgado el permiso, tenga como finalidad la asistencia privada, el desarrollo de actividades educativas y deportivas, así como las que reporten un beneficio en general a la comunidad o se deriven de proyectos para el desarrollo del Estado.

Artículo 74. En aquellos casos en que el permiso sea otorgado para actividades comerciales o de lucro, la prórroga de la vigencia del permiso no podrá exceder de dos veces el plazo original por el cual se otorgó.



Artículo 75. Los requisitos que deberán cumplirse para la solicitud de los permisos a que se refiere este capítulo, son además de los que se requieren para una licencia, los siguientes:

- I. Solicitud por escrito del interesado;
- II. Croquis de la ubicación del predio o predios y, en su caso, delimitación del espacio solicitado, acompañado de medidas, linderos y colindancias;
- III. Uso y destino del inmueble solicitado;
- IV. Proyecto de diseño del mobiliario a colocar; y
- V. Un dictamen de impacto en el paisaje urbano.

Artículo 76. Los permisos administrativos temporales revocables en el documento de su expedición deben contener cuando menos lo siguiente:

- I.- Lugar y fecha de expedición;
- II.- Nombre y domicilio del permisionario;
- III.- Fecha de terminación del permiso;
- IV.- Tipo de Mueble autorizado;
- V.- Cantidad de muebles autorizados para su colocación;
- VI.- Lugar en donde serán colocados los muebles autorizados;
- VI.- Monto de la contraprestación que deberá cubrir el permisionario y los términos para hacerlo;
- VII. Las reglas del Permiso, entre las cuales estará la obligación de construir y dar mantenimiento al anuncio bajo la supervisión de un Director Responsable de Obra, y en su caso, de un Corresponsable en Seguridad Estructural;
- VIII. Prohibición de variar las condiciones del Permiso sin la previa autorización de la Secretaría;
- IX. Prohibición absoluta de gravar o transferir el Permiso; y
- VIII.- Cualquier otro necesario para la correcta operación del permiso.

Artículo 77. Los Permisos Administrativos Temporales Revocables se extinguieren por cualquiera de las causas siguientes:

- I. Vencimiento del término por el que se hayan otorgado;



- II. Renuncia del permisionario;
- III. Desaparición de su finalidad o del bien objeto del permiso;
- IV. Nulidad;
- V. Revocación;
- VI. Las que se especifiquen en el propio permiso, y
- VII. Cualquiera otra que a juicio de la autoridad competente del Estado haga imposible o inconveniente su continuación.

Artículo 78. Los permisos administrativos temporales sobre bienes inmuebles del dominio público o privado del Estado podrán ser revocados en los casos siguientes:

- I. Por el incumplimiento por parte del permisionario de cualquiera de las obligaciones fijadas en las bases que se establezcan en el mismo;
- II. Por utilizar el inmueble permisionado para la comisión de un delito, sin perjuicio de lo que al respecto establezcan las disposiciones penales aplicables;
- III. Realizar obras, trabajos o instalaciones no autorizados;
- IV. Dañar ecosistemas como consecuencia del uso, aprovechamiento o explotación del bien objeto del permiso, y
- V. Por las demás causas que señalen otras leyes y disposiciones aplicables.

TITULO IV

DE LAS SANCIONES Y LOS MEDIOS DE IMPUGNACIÓN

CAPÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 79. Las sanciones por la comisión de infracciones al presente Ley, serán impuestas de la siguiente forma:

- I. A la Secretaría corresponde la imposición de las multas y los retiros de anuncios, de conformidad con los ordenamientos que resulten aplicables;
- II. A los Municipios corresponde la imposición de los arrestos administrativos, de conformidad con los ordenamientos que resulten aplicables; y



III. A los elementos de policía de las instancias Estatales y Municipales de Seguridad Pública corresponde la remisión de vehículos al depósito, en los casos a los que se refiere esta Ley.

Artículo 80. Las sanciones previstas en esta Ley se aplicarán sin perjuicio de las previstas en los demás ordenamientos aplicables.

Artículo 81. Independientemente de las sanciones de carácter civil, serán solidariamente responsables del pago de las multas y de los gastos causados por el retiro de anuncios que ordene la autoridad, quienes hayan intervenido en la instalación del anuncio. Se presume, salvo prueba en contrario, que han intervenido en la instalación del anuncio:

- I. El publicista;
- II. El responsable o dueño de un inmueble o mueble;
- III. El anunciante, titular de la marca o producto o cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, en los términos establecidos en esta Ley.

Las lonas, mantas y materiales similares, adosados a los inmuebles, y los objetos publicitarios colocados provisionalmente sobre las banquetas o el arroyo vehicular, serán considerados bienes abandonados y la autoridad administrativa podrá retirarlos directamente.

Cuando en los procedimientos de verificación administrativa se desconozca el domicilio del presunto infractor, la secretaría lo investigará mediante el teléfono, correo electrónico y demás información que se contenga en los anuncios verificados o de la que se pueda allegar.

Artículo 82. En los procedimientos administrativos que se instruyan para la imposición de sanciones, harán prueba plena las fotografías y videogramaciones de los anuncios instalados en contravención al presente Ley, así como los pendones, gallardetes, carteles, y en general, los anuncios o partes de ellos que logren asegurar los verificadores de la Secretaría o Municipios.

Artículos 83. Los elementos de policía de la Secretaría de Seguridad Pública que adviertan la instalación flagrante de un anuncio sancionada por esta Ley con arresto administrativo, deberán presentar inmediatamente al presunto infractor ante los Jueces Calificadores Municipales.



Todo ciudadano que advierta la instalación flagrante de un anuncio en contravención de lo dispuesto por esta Ley, podrá denunciarlo indistintamente a la secretaría, municipio o a los elementos de policíacos Estatales o Municipales.

CAPÍTULO II

DE LAS INFRACCIONES CONTRA LA PROTECCIÓN, CONSERVACIÓN Y REGULACIÓN DEL PAISAJE URBANO Y DEL AMBIENTE

Artículo 84. Se sancionará con multa de 250 a 500 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, al titular de una licencia o autorización temporal que incumpla con colocar en el anuncio una placa de identificación de la licencia respectiva con las características que señale el Ley.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro del anuncio a su costa.

Artículo 85. Se sancionará con multa de 2000 a 4000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas al publicista, anunciente, y cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, así como el retiro del anuncio a costa del primero, que sin contar con la licencia o autorización temporal respectiva, ejecute o coadyuve en la instalación de un anuncio.

Artículo 86. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro del anuncio a su costa, a la persona física que sin contar con la autorización temporal correspondiente, ejecute o coadyuve en la instalación de pendones o gallardetes en un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajo-puente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o en cualquier otro elemento de la infraestructura urbana.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro de los anuncios a su costa.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del anuncio.



Cuando los pendones o gallardetes contengan publicidad relativa a la venta de inmuebles y no se haya expedido la autorización de uso y ocupación respectiva, el Estado y Municipio condicionarán la expedición de dicha autorización al pago de la multa y al retiro de los pendones o gallardetes respectivos.

Artículo 87. Se sancionará con multa de 2000 a 4000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro del anuncio a su costa, a la persona física que ejecute o coadyuve en la instalación de uno o más anuncios adheridos a un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajopuente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o a cualquier otro elemento de la infraestructura urbana.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa de los anuncios.

Cuando el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa de los anuncios.

En cualquier caso, cuando el anuncio contenga publicidad relativa a la celebración de un espectáculo público, se negará el permiso para la celebración, o lo revocarán de oficio si ya lo hubieren expedido.

Artículo 88. Se sancionará con multa de 2000 a 4000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro del anuncio a su costa, a la persona física que ejecute o coadyuve en la pinta de uno o más anuncios en los muros de un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajopuente, muro de contención, talud, poste, semáforo, o a cualquier otro elemento de la infraestructura urbana.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa de los anuncios.

Cuando el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa de los anuncios.



En cualquier caso, cuando el anuncio contenga publicidad relativa a la celebración de un espectáculo público, se negará el permiso para la celebración, o lo revocarán de oficio si ya lo hubieren expedido.

En el caso de que el infractor sea una persona moral por medio de alguno de sus empleados, factores, dependientes, administradores o representantes, se impondrán las mismas sanciones antes señaladas.

Artículo 89. Se sancionará con multa de 250 a 500 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro del anuncio a su costa, al titular de la licencia que incurra en cualquiera de las siguientes infracciones:

- I. Agregue elementos de propaganda al contenido de un anuncio denominativo,
- II. Adhiera anuncios al vidrio de un ventanal o escaparate; o
- III. Instale anuncios en gabinete en el interior de un escaparate.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del anuncio.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del anuncio y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas.

Artículo 90. Se sancionará con multa de 300 a 600 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del anuncio, al titular de la licencia que instale un anuncio denominativo en un inmueble distinto de aquel en donde se desarrolle la actividad de la denominación o razón social respectiva, o en lugar diverso a aquel que fue aprobado para su colocación.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del anuncio.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del anuncio y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas.

Artículo 91. Se sancionará con multa de 300 a 600 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del anuncio, al titular de la licencia que



instale un anuncio denominativo de tal forma que sobresalga total o parcialmente del contorno de la fachada.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro a su costa del anuncio.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, el retiro a su costa del anuncio y arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas.

Artículo 92. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro del anuncio, a la persona física que ejecute o coadyuve en la instalación de un anuncio en un mueble urbano sin contar con la licencia de la Secretaría.

Se entiende que coadyuva en la instalación quien coloque o introduzca el anuncio, equipo o materiales necesarios para su instalación en el mueble urbano donde vaya a ser o haya sido instalado el anuncio.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa del anuncio.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del anuncio.

Artículo 93. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y el retiro del anuncio a su costa, al titular de una autorización temporal que no retire los pendones, gallardetes y demás anuncios en el plazo de cinco días hábiles previstos en esta Ley.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y el retiro de los anuncios a su costa.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión y el retiro a su costa del anuncio.



Artículo 94. Se sancionará con multa de 1500 a 2000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y remisión del vehículo al depósito de las instancias de Seguridad Pública, tránsito y vialidad Municipal al conductor de un vehículo desde el cual se proyecten anuncios sobre las edificaciones públicas o privadas, sea que el vehículo se encuentre en movimiento o estacionado.

La misma sanción se aplicará al conductor de un vehículo de propiedad pública o privada que se encuentre en movimiento o estacionado con cualquier tipo de estructura instalada, la cual difunda anuncios de propaganda.

En todo caso, el propietario del vehículo será responsable solidario por las sanciones que se apliquen al conductor.

Cuando el infractor cometa por segunda ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la primera ocasión y la remisión del vehículo al depósito.

En caso de que el infractor cometa por tercera ocasión la misma infracción prevista en este artículo, será sancionado con el doble de la multa impuesta en la segunda ocasión, arresto administrativo incommutable de 24 a 36 horas y la remisión del vehículo al depósito.

Artículo 95. En el caso de incumplimientos o transgresiones a las disposiciones de este 'Ley' 'la Dirección' podrá emitir resoluciones generales o específicas, señalando tal situación a los infractores, así como las acciones correctivas que deberán realizarse solventarlas.

En la resolución donde se declare la revocación de una licencia o permiso, se indicará el plazo para efectuar el retiro del elemento involucrado, vencido el cual y de no obtenerse respuesta positiva del interesado, 'la Dirección' procederá a realizar el trabajo requerido por cuenta del infractor, que adicionalmente se hará acreedor a la sanción o sanciones que sean aplicables al caso.

Los propietarios o poseedores de inmuebles deberán abstenerse de permitir la instalación de anuncios, mantas o toldos en los predios de su propiedad o posesión, cuando no se cuente con la licencia o permisos respectivos, existiendo corresponsabilidad de su parte en caso de incumplimientos a esta disposición, que 'la Dirección' podrá hacer valer mediante el procedimiento respectivo.

CAPÍTULO III

LAS INSPECCIONES



Artículo 96. La Secretaría y los Municipios ejercerán las funciones de vigilancia e inspección que correspondan, de conformidad con lo previsto en este 'Ley' y podrá realizarlas en cualquier momento a través de los inspectores o supervisores respectivos.

Los inspectores o supervisores para iniciar y fundamentar sus labores de vigilancia se ajustarán a las siguientes reglas:

- I. El Inspector o Supervisor deberá contar con una orden u oficio por escrito que contendrá la fecha o periodo de su comisión, la ubicación del anuncio, manta o toldo por inspeccionar, el objeto de la visita, la fundamentación y motivación de la acción, así como el nombre y firma de la persona que expide la orden; y
- II. Los inspectores o supervisores de la deberán identificarse ante el propietario del inmueble donde se pretenda practicar una inspección, por medio de la credencial vigente que para tal efecto expida a su favor la Dirección de Recursos Humanos que corresponda o en su defecto por medio de una carta credencial emitida por la instancia que corresponda, debiendo entregar al visitado una copia legible de la respectiva orden de inspección.

En este caso el propietario o poseedor tendrá la obligación de permitirle el acceso al lugar objeto de la visita, en caso de negarse, contara con 3 días para acudir ante la secretaría para acreditar la causa de su negativa y no haciéndolo, se procederá a la clausura del anuncio materia de la visita, misma que no podrá levantarse mientras permanezca la negativa del propietario o poseedor de permitir se lleve a cabo el acceso correspondiente.

Artículo 97. Las inspecciones tendrán por objeto verificar que los anuncios cumplan con las disposiciones de este 'Ley', y con los demás ordenamientos legales aplicables, así como vigilar que los trabajos en ejecución o ejecutados se ajusten a los términos de la licencia, autorización o permiso otorgados.

Artículo 98. Al inicio de la visita, el inspector o supervisor deberá de requerir al visitado y en caso de no encontrarse, se dejará citatorio para que, dentro de las 24 horas siguientes, espere al inspector o supervisor advirtiendo que, en caso de no esperar en la hora y fecha señalada, se entenderá la diligencia con quien se encuentre.

Asimismo, el inspector o supervisor requerirá al visitado, para que designe a dos personas que funjan como testigos durante el desarrollo de la diligencia, si no lo hiciere o al terminar la diligencia los testigos designados se negaren a firmar, así lo



hará constar el inspector o supervisor en el acta respectiva, sin que tales circunstancias afecten la legalidad de la diligencia.

Artículo 99. En toda visita se levantará acta circunstanciada en la que se expresarán: lugar, fecha, hora y nombre de la persona con quien se entendió la diligencia, así como el resultado de la misma.

El acta deberá ser firmada por el inspector o supervisor, por la persona con quien se entienda la diligencia, si desea hacerlo y en su caso, por los testigos de asistencia propuestos por esta, quienes estarán presentes en el desarrollo de la diligencia, en todo caso se deberá dejar al interesado una copia legible de dicha acta.

Artículo 100. La Secretaría tendrá a su cargo la vigilancia del estricto cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley y para tal efecto podrá adoptar y ejecutar las medidas de seguridad a que se refiere este Capítulo y cualquier otra que sea necesario.

Se entenderá por medidas de seguridad, la adopción y ejecución de aquellas acciones que, con apoyo en esta Ley, sean dictadas por la secretaría, encaminadas a evitar cualquier daño que los anuncios puedan causar en personas o bienes de terceros, así como en la imagen y fisonomía características de las zonas urbanas o sitios naturales del Estado.

Las medidas de seguridad son de inmediata ejecución, tienen carácter preventivo y se aplicarán sin perjuicio de las sanciones que correspondan al caso.

Por su parte, los inspectores Municipales solicitarán a la Secretaría la interposición de las medidas de seguridad que juzguen convenientes de acuerdo a la presente Ley y los reglamentos aplicables de la materia.

Artículo 101. Para los efectos de este 'Ley' se consideran medidas de seguridad:

- I. La suspensión en el funcionamiento del anuncio;
- II. El retiro parcial o total del anuncio, incluyendo las instalaciones de soporte;
- III. La prohibición de los actos de colocación y/o modificación de anuncios; y
- IV. La advertencia pública, empleando algún medio publicitario, sobre cualquier irregularidad detectada como peligrosa o riesgosa, en las actividades realizadas por el propietario o representante, para la colocación y/o modificación de un anuncio.

CAPITULO IV

DEL RECURSO DE REVISIÓN



Artículo 102.- Los interesados afectados por los actos y resoluciones de la Secretaría o los Ayuntamientos podrán a su elección, interponer el recurso de revisión previsto en esta Ley o intentar el juicio correspondiente ante el Tribunal de Justicia Administrativa del Estado de Nuevo León. El recurso de revisión tendrá por objeto que la Secretaría o el Municipio confirmen, modifiquen, revoquen o anulen el acto administrativo recurrido.

Artículo 103.- El término para interponer el recurso de revisión ante la Secretaría o ante el Municipio, será de diez días hábiles, contados a partir del día siguiente que se tenga conocimiento del acto o surta sus efectos la notificación de la resolución que se recurre.

Artículo 104.- En el escrito de interposición del recurso de revisión, el interesado deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- I. Señalar el nombre del recurrente y del tercero perjudicado si lo hubiere, así como el lugar para oír y recibir notificaciones y documentos; además, el nombre de la persona autorizado para oírlas y recibirlas;
- II. Precisar el acto o resolución administrativa que impugna, así como la fecha en que fue notificado de la misma o bien cuando se enteró ésta;
- III. La descripción de los hechos, antecedentes de la resolución que se recurre;
- IV. Los agravios que le causan y los argumentos de derecho en contra del acto o de la resolución que se recurre;
- V. Las pruebas que se ofrezcan, relacionadas con los hechos que se mencionen; y
- VI. La ratificación de firmas ante la autoridad en un lapso no mayor a tres días, contados a partir de la fecha de interposición del mismo.

Artículo 105.- Con el escrito de interposición del recurso de revisión deberán acompañarse los siguientes documentos:

- I. Los que acrediten la personalidad del promovente, cuando actúe a nombre de otro o de persona jurídica colectiva;
- II. Aquellos en que conste el acto o la resolución recurrida, cuando dicha actuación haya sido por escrito;
- III. La constancia de notificación del acto impugnado o la manifestación bajo protesta de decir verdad de la fecha en que tuvo conocimiento de la resolución; y



IV. Las pruebas que acrediten los hechos reclamados.

Artículo 106.- La Secretaría o los Municipios prevendrán por escrito a los interesados que no cumplan con alguno de los requisitos o no presenten los documentos señalados en el artículo anterior.

Para subsanar la irregularidad se dará un plazo tres días hábiles siguientes a la notificación personal. Si transcurrido dicho plazo el recurrente no desahoga en sus términos la prevención, el recurso se tendrá por no interpuesto.

Si el escrito de interposición del recurso no aparece firmado por el interesado, o por quien debe hacerlo, se tendrá por no interpuesto.

Artículo 107- Una vez aceptado el recurso la Secretaría o los Municipios tendrán un plazo de tres días hábiles para informar a la o a las personas interesados sobre la admisión, prevención o desechamiento del mismo, notificando personalmente la resolución.

Si se admite el recurso a trámite se concederá un término de diez días para la etapa probatoria. Concluido este periodo, se abrirá uno para alegatos por el término de cinco días.

Artículo 108.- Se desechará por improcedente el recurso cuando se interponga:

- I. Contra actos administrativos que sean materia de otro recurso que se encuentre pendiente de resolución, promovido por el mismo recurrente por el propio acto impugnado;
- II. Contra actos que no afecten los intereses legítimos del Promovente;
- III. Contra actos consumados de modo irreparable;
- IV. Contra actos consentidos expresamente;
- V. Cuando el recurso sea interpuesto fuera del término previsto por esta Ley; y
- VI. Cuando se esté tramitando ante los tribunales algún recurso o medio de defensa legal interpuesto por el promovente, que pueda tener por efecto modificar, revocar o nulificar el acto respectivo.

Artículo 109.- Será sobreseído el recurso cuando:

- I. El promovente se desista expresamente;
- II. El interesado fallezca durante el procedimiento, si el acto o resolución impugnados sólo afecta a su persona;



- III. Durante el procedimiento sobrevenga alguna de las causas de improcedencia a que se refiere el artículo anterior;
- IV. Hayan cesado los efectos del acto impugnado;
- V. Falte el objeto o materia del acto; y
- VI. No se probare la existencia del acto impugnado.

Artículo 110.- La resolución al recurso deberá ser emitido por la Secretaría o los Municipios dentro los quince días hábiles siguientes a que concluya el periodo de alegatos.

Artículo 111.- Toda resolución se fundará en Derecho y deberá examinar todos y cada uno de los agravios hechos valer por el recurrente. La Secretaría o los Municipios tendrán la facultad de invocar hechos notorios; cuando uno de los agravios sea suficiente para desvirtuar la validez del acto impugnado, bastará con el examen de dicho punto.

Si la resolución ordena realizar un determinado acto o iniciar la reposición del procedimiento, deberá cumplirse en un plazo de diez días hábiles contados a partir de que se haya dictado la misma.

Artículo 112.- La Secretaría o los Municipios al resolver el recurso podrán:

- I. Declararlo improcedente o sobreseerlo;
- II. Confirmar el acto impugnado;
- III. Declarar la nulidad del acto impugnado o revocarlo;
- IV. Modificar u ordenar la modificación del acto impugnado o dictar u ordenar expedir uno nuevo que lo sustituya, cuando el recurso interpuesto sea total o parcialmente resuelto a favor del recurrente; y
- V. Ordenar la reposición del procedimiento administrativo.

Artículo 113.- Contra la resolución que recaiga al recurso de revisión no cabe ningún otro recurso.

Artículo 114.- Para los efectos de la presente Capítulo, se aplicará supletoriamente las disposiciones del Código de Procedimientos Civiles del Estado de Nuevo León.

TRANSITORIOS



PRIMERO. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Nuevo León.

SEGUNDO. Se concede un plazo de 365 días contados a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley, a efecto de que sean regularizados o retirados los objetos anunciantes regulados por la presente Ley,

Si los interesados no cumplen con los plazos señalados para su regularización, la Secretaría de Desarrollo Sustentable y los Municipios, procederán a ordenar su retiro con cargo al propietario o poseedor del inmueble involucrado.

TERCERO. Las personas físicas y morales que cuenten con una autorización otorgada previamente a la entrada en vigor del presente Decreto, deberán presentar esta ante la Secretaría de Desarrollo Sustentable, para su actualización y registro, así como para determinar la forma y plazos en que deberá regularizarse lo necesario para adecuar el anuncio a los términos de esta Ley.

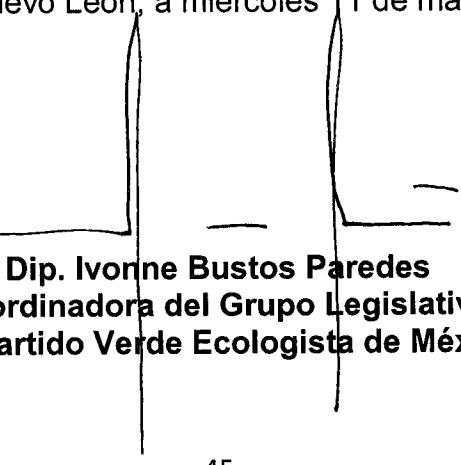
No causará ningún tipo de derecho ni costo, para todos los que se encuentren contemplados en el presente artículo.

CUARTO. El Titular del Ejecutivo tendrá un plazo de noventa días naturales, contados a partir de la entrada en vigor del presente decreto, para publicar el Reglamento de la presente Ley en el Periódico Oficial del Estado.

QUINTO. Los Municipios tendrán un plazo de noventa días naturales contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto, para adecuar sus disposiciones normativas interiores correspondientes, para el debido cumplimiento de lo establecido en el presente Decreto.

SEXTO. Se derogan todas las disposiciones normativas contrarias al presente Decreto.

Monterrey, Nuevo León, a miércoles 11 de marzo de 2020


Dip. Ivonne Bustos Paredes
Coordinadora del Grupo Legislativo
del Partido Verde Ecologista de México

Diputados que suscriben la Iniciativa por la que se expide la LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y PAISAJE URBANO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, presentada por la C. DIP. IVONNE BUSTOS PAREDES en la la Sesión del Día 10 de marzo de 2020.

Núm.	Nombre	Firma
1	CELIA ALONSO RODRÍGUEZ	
2	KARINA MARLEN BARRÓN PERALES	
3	LETICIA MARLENE BENVENUTTI VILLARREAL	
4	IVONNE BUSTOS PAREDES	
5	CLAUDIA GABRIELA CABALLERO CHÁVEZ	
6	ITZEL SOLEDAD CASTILLO ALMANZA	
7	ROSA ISELA CASTRO FLORES	
8	FRANCISCO REYNALDO CIENFUEGOS MARTÍNEZ	
9	LUIS DONALDO COLOSIO RIOJAS	
10	JORGE DE LEÓN FERNÁNDEZ	
11	CARLOS ALBERTO DE LA FUENTE FLORES	
12	ARTURO BONIFACIO DE LA GARZA GARZA	
13	ADRIÁN DE LA GARZA TIJERINA	
14	DELFINA BEATRIZ DE LOS SANTOS ELIZONDO	
15	JULIA ESPINOSA DE LOS MONTEROS ZAPATA	
16	LIDIA MARGARITA ESTRADA FLORES	
17	MERCEDES CATALINA GARCÍA MANCILLAS	
18	ALEJANDRA GARCÍA ORTIZ	
19	RAMIRO ROBERTO GONZÁLEZ GUTIÉRREZ	
20	MARCO ANTONIO GONZÁLEZ VALDEZ	
21	MYRNA ISELA GRIMALDO IRACHETA	

Diputados que suscriben la Iniciativa por la que se expide la LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y PAISAJE URBANO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN, presentada por la C. DIP. IVONNE BUSTOS PAREDES en la la Sesión del Día 10 de marzo de 2020.

22	MELCHOR HEREDIA VÁZQUEZ	
23	ÁLVARO IBARRA HINOJOSA	
24	ZEFERINO JUÁREZ MATA	
25	ALEJANDRA LARA MAÍZ	
26	EDUARDO LEAL BUENFIL	
27	MARÍA DOLORES LEAL CANTÚ	
28	JUAN CARLOS LEAL SEGOVIA	
29	JESÚS ÁNGEL NAVA RIVERA	
30	NANCY ARACELY OLGUÍN DÍAZ	
31	TABITA ORTIZ HERNÁNDEZ	
32	FÉLIX ROCHA ESQUIVEL	
33	ESPERANZA ALICIA RODRÍGUEZ LÓPEZ	
34	MARÍA GUADALUPE RODRÍGUEZ MARTÍNEZ	
35	JUAN CARLOS RUIZ GARCÍA	
36	MARIELA SALDÍVAR VILLALOBOS	
37	ASAEL SEPÚLVEDA MARTÍNEZ	
38	LUIS ALBERTO SUSARREY FLORES	
39	CLAUDIA TAPIA CASTELO	
40	HORACIO JONATÁN TIJERINA HERNÁNDEZ	
41	LUIS ARMANDO TORRES HERNÁNDEZ	
42	SAMUEL VILLA VELÁZQUEZ	