
HONORABLE AYUNTAMIENTO:

JESÚS PABLO LEMUS NAVARRO, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 12 del Reglamento del Ayuntamiento de Zapopan, Jalisco, me permito presentar a la alta y distinguida consideración de este Ayuntamiento en Pleno, la presente Iniciativa, la cual tiene por objeto abrogar el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar emitir el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco, en los términos del documento anexo a la presente iniciativa, en razón de lo cual, me permito hacer de su conocimiento los siguientes:

ANTECEDENTES Y CONSIDERACIONES:

1. Por mandato Constitucional las autoridades nos vemos obligadas a respetar el derecho de publicitar todo tipo mensaje ya sea escrito o por medio de imágenes que no atenten contra la moral y las buenas costumbres, toda vez que es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

2. El desarrollo de la publicidad ha generado el crecimiento de la economía a nivel mundial, en el caso específico de México las nuevas tendencias en la publicidad están relacionadas con la revolución de los medios: la televisión, los periódicos, el cine, la radio y la orientación hacia el marketing online a través de la PC o de móviles.

La comunicación publicitaria es un área que ha experimentado la diversidad de públicos, para así reinterpretar sus expectativas como mercado y generar más oportunidad de empleo.

3. Una Ciudad organizada y respetuosa de sus espacios públicos, es una Ciudad humana que se proyecta al mundo por sus valores y actitudes de sus personas. Una Ciudad bella y creativa donde la arquitectura y paisaje fomentan la

imaginación, es una Ciudad que anima, inspira y promueve a su comunidad haciéndola más vital y dinámica. Resulta imprescindible la identificación y el arraigo de los ciudadanos con la ciudad como elemento clave del marketing urbano. Sin embargo actualmente nos encontramos ante un problema de contaminación publicitaria a causa de la saturación auditiva y visual, resultado de las campañas publicitarias que han emprendido las medianas, pequeñas y micro empresas en busca de una mayor atracción de consumidores, lo que representa una contaminación visual generada por las "marcas", que forma parte de nuestro día a día. Estamos acostumbrados a que haya folletos tirados por todos lados en los que transitamos, ver carteles inmensos que distraen a los conductores. Por lo que nos preguntamos si esto se ha vuelto una problemática para la sociedad, ya que alrededor del mundo, existe un número por demás excesivo de publicidad en las calles, que provoca daño ambiental y daño a las personas que pierden tiempo viendo anuncios, camino a casa o trabajo.

4. La contaminación visual se define como una acción que perturba la visualización de lugares geográficos, principalmente afecta la apreciación de paisajes, tanto urbanos como naturales y es considerada como antiestética y molesta. Se dice que el exceso de publicidad afecta la vida de las personas y el medio ambiental donde se encuentra, además de atentar con la belleza de las ciudades.

Los elementos que impiden la visualización de lugares son: cables, antenas, postes y carteles especialmente, o el gran abuso de instalación de carteles, donde la mayoría son carteles de publicidad, mientras que sus formas de afectar son según su tamaño, distribución y orden.

5. Con la presente propuesta se busca actualizar la reglamentación en materia de publicidad, tal es el caso de lo que dispone el artículo 342 segundo párrafo del Código Urbano, el cual establece la prohibición para la instalación de anuncios espectaculares, pantallas electrónicas, carteleras a nivel de piso en predios baldíos o los del tipo voladizo, aunado a lo que señala el Plan Parcial de Desarrollo Urbano PN-05, el cual señala en su norma general 12 Infraestructura y Servicios Urbanos apartado VII, que en el municipio de Zapopan queda prohibido la instalación de nuevos anuncios estructurales de poste y semi-estructurales con poste, así como nuevos anuncios de cartelera de piso o azotea.

Aprueba se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

6. En los últimos años se ha desfavorecido la imagen urbana de nuestro Municipio con la utilización de anuncios en diversos puntos la ciudad donde no debería haber, dado que a los alrededores se encuentran obras arquitectónicas, artísticas o monumentos referentes a nuestra identidad cultural.

7. El objeto de este ordenamiento, es garantizar a toda persona el derecho humano a un ambiente adecuado para su desarrollo y bienestar libre de toda contaminación visual y/o auditiva, así como el derecho a la cultura y el derecho a la salud, mediante el establecimiento de normas regulatorias relativas a la fijación, instalación, conservación, ubicación, distribución, exhibición, emisión, características y requisitos de anuncios en los sitios o lugares a los que tenga acceso el público o que sean visibles o audibles desde la vía pública, así como recuperar el bienestar estético de la Ciudad; la valorización del ambiente natural y construido; la preservación de la memoria cultural y por ende, impulsar la competitividad de la Ciudad a través de la atracción de turismo y talento que inspire su capacidad creativa.

8. Es nuestra responsabilidad velar por el respeto de los derechos humanos; así como la prevención de violaciones a los mismos, cumpliendo con las obligaciones que se confieren a la autoridad pública en nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 1º párrafo tercero que a la letra dice:

... "Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. En consecuencia, el Estado deberá prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos que establezca la ley."

El artículo 4º Constitucional en su décimo párrafo, reconoce el derecho a la cultura:

... "Toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales."

Aprueba se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

Dicho precepto ha sido interpretado por la Primera Sala de nuestra Suprema Corte de Justicia de la Nación:

... "el derecho a la cultura se incluye dentro del marco de los derechos fundamentales; de ahí que el Estado deba garantizar y promover la libre emisión, recepción y circulación de la cultura, tanto en su aspecto individual, como elemento esencial de la persona, como colectivo en lo social, dentro del cual está la difusión de múltiples valores, entre ellos, los históricos, las tradiciones, los populares, las obras de artistas, escritores y científicos, y muchas otras manifestaciones del quehacer humano con carácter formativo de la identidad individual y social o nacional."

Lo cual significa que las obras arquitectónicas y monumentos que se encuentran dispersos en el Municipio de Zapopan representan y son símbolos de nuestra cultura, a la cual toda persona tiene el derecho de acceder, disfrutar o identificarse libremente, sin que haya elementos que distorsionen o puedan ocasionar una distorsión de lo que es la cultura de nuestro Municipio.

Asimismo, este derecho se establece en el Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, conocido también como "Protocolo de San Salvador", el cual entró en vigor en México el 16 de Noviembre de 1999.

Artículo 14. Derecho a los Beneficios de la Cultura.

2. Entre las medidas que los Estados partes en el presente Protocolo deberán adoptar para asegurar el pleno ejercicio de este derecho figurarán las necesarias para la conservación, el desarrollo y la difusión de la ciencia, la cultura y el arte.

9. Dado que en el artículo primero de nuestra Constitución se establece el goce de derechos humanos para todas las personas establecidos en la propia Constitución y en los Tratados Internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, es nuestra obligación establecer en este ordenamiento municipal medidas que aseguren la conservación, desarrollo y difusión de nuestra cultura y arte.

Atendiendo de igual forma a lo estipulado en la Convención Americana de Derechos Humanos que entró en vigor en México el 24 de Marzo de 1982:

Aprueba se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

“Artículo 32. Párrafo 2. Los derechos de cada persona están limitados por los derechos de los demás, por la seguridad de todos y por las justas exigencias del bien común, en una sociedad democrática.”

Estableciendo que este Reglamento es una norma de orden público y su finalidad es el bien común, buscando ponderar, los intereses económicos de los particulares y agentes de comercio, con los intereses de la colectividad, cuya finalidad será evitar perjuicios, y no fomentar un lucro exacerbado, y que genere un caos urbano.

10. El objetivo de establecer zonas restrictivas para los anuncios es evitar el desorden visual en el contexto urbano, que propicia la falta de identidad, el desarraigo de la población y el deterioro de la calidad de vida de los habitantes que viven en nuestra ciudad.

En consideración al derecho a la salud es menester en la elaboración de los ordenamientos, tener en cuenta el establecimiento de medidas para el aseguramiento de este derecho, estas pueden ser de carácter preventivo. En este sentido, es nuestra responsabilidad actuar en consecuencia, evitar que existan anuncios espectaculares o pantallas, a un costado de avenidas o calzadas, que provoquen distracción en el automovilista o conductor y sea causa generadora de accidentes de tránsito, ya que los anuncios y espectaculares son una comunicación visual o escrita, en donde el sujeto receptor es el automovilista o conductor y el ente transmisor es el anuncio.

Regular la colocación de anuncios y espectaculares en los espacios públicos como las avenidas de gran afluencia vial y calzadas de tránsito significativo, tiene como fin el reducir el índice de accidentes al utilizar instrumentos de comunicación que representan una distracción para el conductor y un peligro para él mismo y las demás personas, entendiendo que los anuncios tienen como finalidad la transmisión de mensajes, es decir una comunicación visual, que se tiene el deber jurídico y la obligación de regular.

11. El derecho a la salud, previsto en el artículo 4º Constitucional párrafo cuarto, refiere:

... “Toda persona tiene derecho a la protección de la salud.”

INICIATIVA

Aprueba se abroge el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

De la interpretación jurídica de este precepto, de igual forma establecido en el artículo 2 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, se ha determinado la configuración de una violación directa a las obligaciones del Pacto cuando, entre otras cuestiones, no se adopten medidas apropiadas de carácter legislativo, administrativo, presupuestario, judicial o de otra índole, para dar plena efectividad al derecho indicado.

Es por ello, que el Municipio asume la responsabilidad de que la regulación de los anuncios sea específica considerando que éstos no generen distracciones a peatones o conductores de cualquier tipo de vehículo, para que los mismos no sean la causa generadora de accidentes que provoquen un daño en la salud del receptor del mensaje transmitido en el anuncio, o a cualquier persona que se vea afectado en el percance.

Los dos aspectos del medio ambiente humano, el natural y el artificial, son esenciales para el bienestar del hombre y para el goce de los derechos humanos fundamentales, incluso el derecho a la vida misma. Siendo el ambiente artificial el que ocupa a este ordenamiento, el Municipio asume la responsabilidad de cuidar la imagen urbana.

12. Se reconoce que actualmente se ha abusado del espacio urbano por parte de los agentes de comercio y agencias publicitarias, que existe un desorden en la colocación de anuncios espectaculares, pantallas, vallas, se reconoce que las fachadas de los establecimientos mercantiles, casas habitación y condominios verticales han sido utilizados de forma desmedida para la colocación de publicidad, esto se traduce a una contaminación visual, esto atenta contra nuestro medio ambiente y nuestro entorno urbano, pudiendo ser de las principales afectaciones de la contaminación visual; los accidentes ocasionados por obstrucción visual, daños al sistema nervioso, impedimentos de tránsito libre y facilidad del mismo, afectaciones a la imagen urbana, empobrecimiento del panorama urbano, estrés y dolores de cabeza; trastornos de atención y distracciones al manejar, causando accidentes y muertes, entre otros, por tal motivo, resulta indispensable reconocer esta problemática y asumir la obligación de dar solución a la misma, estableciendo regulaciones efectivas en torno a los anuncios en nuestro Municipio.

Aprueba se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

La contaminación acústica es la presencia en el ambiente de ruidos o vibraciones, cualquiera que sea el emisor acústico que los origine, que impliquen molestia, riesgo o daño para las personas, para el desarrollo de sus actividades o para los bienes de cualquier naturaleza, o que causen efectos significativos sobre el medio ambiente. Existe evidencia suficiente de correlación entre nivel de ruido y los siguientes impactos en la salud: Estrés, Molestias, Alteraciones del sueño, Efectos cardiovasculares y Alteraciones de la capacidad cognitiva.

13. Esta situación se vive día a día cuando los establecimientos mercantiles, como farmacias, ferreterías, centros comerciales, o bien empresas que pretenden impulsar un producto o servicio, utilizan bocinas de gran formato para dar a conocer sus productos, se reconoce que es un derecho legítimo ejercer el comercio y realizar campañas publicitarias, sin embargo, este derecho particular de primera generación, se encuentra vedado o restringido con el derecho humano a un medio ambiente sano que es un derecho de cuarta generación.

Por ello, resulta inexorable que el Municipio asuma la obligación para que en nombre de la colectividad, regule a través de este reglamento, la contaminación auditiva a causa de la publicidad auditiva y se eviten perjuicios sociales.

14. El medio ambiente debe estar libre de contaminación de cualquier tipo, incluyendo la contaminación acústica, auditiva y la visual. Dada la importancia del derecho fundamental a un medio ambiente adecuado, éste se encuentra tutelado en el párrafo cinco del artículo 4º de la Constitución Política de nuestro país, del cual se desprende que el Estado debe establecer las bases de éste derecho humano de toda persona a disfrutar de un ambiente adecuado para su desarrollo, salud y bienestar.

Por tal motivo, en atención al párrafo tercero del artículo primero constitucional que establece el deber – obligación de que Todas las autoridades, en este caso las municipales, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos, asumimos la responsabilidad de regular la colocación de los anuncios y la

INICIATIVA

Aprueba se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco.

difusión de propaganda publicitaria ponderando que estos no atenten con el derecho humano a la cultura, al medio ambiente y a la salud.

15. Los aspectos generales que se persiguen a través de este nuevo ordenamiento armonizan con el hecho de que en Zapopan, el Gobierno Municipal está impulsando cambios substanciales que incidan en el bienestar de nuestra sociedad a través de sus ordenamientos y la implementación de políticas públicas que propiciarán la transformación de la Ciudad a una Ciudad Funcional donde se garantice la máxima protección de derechos humanos reconocidos en nuestra Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y Tratados Internacionales.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, tengo a bien someter a la elevada consideración de esta Honorable Soberanía, el siguiente proyecto de:

INICIATIVA

PRIMERO.- Se abrogue el Reglamento de Publicidad para el Municipio de Zapopan, Jalisco y en su lugar se emita el Reglamento de Anuncios para el Municipio de Zapopan, Jalisco, en los términos del documento anexo a la presente iniciativa.

SEGUNDO.- Se propone que la presente iniciativa se turne para su estudio, atención, y respectiva dictaminación a la Comisión Colegiada y Permanente de Reglamentos y Puntos Constitucionales.

ATENTAMENTE
"ZAPOPAN, TIERRA DE AMISTAD, TRABAJO Y RESPETO"
ZAPOPAN, JALISCO, DICIEMBRE DE 2015
SALÓN DE SESIONES DEL AYUNTAMIENTO

L.A.E. JESÚS PABLO LEMUS NAVARRO
PRESIDENTE MUNICIPAL DE ZAPOPAN, JALISCO