



000323

Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local



**H. CONGRESO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE TAMAULIPAS
PRESENTE.**

La suscrita Diputada Lucero Deosdady Martínez López, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, de la Legislatura 66 del Congreso del Estado de Tamaulipas, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 64, fracción I, de la Constitución Política del Estado de Tamaulipas; 67, numeral 1, inciso e), y 93, numerales 1, 2 y 3 inciso b), de la Ley sobre la Organización y Funcionamiento Internos del Congreso del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas, comparezco ante este Órgano Legislativo para promover la presente **INICIATIVA DE DECRETO POR LA CUAL SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR PARA EL ESTADO DE TAMAULIPAS.**

OBJETO DE LA INICIATIVA

La presente iniciativa de decreto contiene un proyecto de resolución que tiene por objeto la regulación de la publicidad exterior para la protección, conservación y enriquecimiento del paisaje urbano, para mejorar la calidad de vida de las y los tamaulipecos, garantizando un entorno armónico y seguro.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La publicidad exterior es una de las formas más veteranas de comunicación comercial, y lejos de perder relevancia, ha ido evolucionando y adaptándose para seguir siendo un pilar clave en las estrategias de marca más efectivas. Desde las icónicas vallas en carretera hasta los imponentes monopostes.

Esta modalidad continúa demostrando su poder para conectar con el público de manera directa y eficaz.

Por esto, en un mundo cada vez más saturado de estímulos digitales, los espacios físicos cobran un valor estratégico incalculable, debido a que la publicidad exterior



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

permite a las marcas estar presentes en el entorno cotidiano del público, en puntos de paso clave, sin requerir ningún esfuerzo consciente por parte del espectador.¹

La legislación en diversos países y ciudades establece claramente que los propósitos de regular esta actividad van más allá de una simple estética e incluyen aspectos de seguridad por esto es importante y derechos humanos.

El objetivo primordial de regular este tipo de publicidad es proteger el paisaje urbano, el cual se define como "el aspecto que ofrecen las edificaciones y los demás elementos culturales 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 un estado y se crea un sentido de identidad colectiva".

La regulación de la publicidad exterior no solo es una cuestión de estética urbana, sino una medida de salud pública que mitiga los efectos nocivos de la contaminación visual. El exceso de estímulos en el entorno urbano, provocado principalmente por la proliferación desordenada de carteles, vallas y anuncios luminosos genera una sobrecarga sensorial en el cerebro humano.²

Dentro de los efectos directos de la contaminación visual tenemos:

- Estrés y alteración del sistema nervioso: debido a que la sobrecarga de elementos, colores y formas artificiales sin control producen una sensación de caos y desorden que incrementan los niveles de estrés ambiental, mal humor y nerviosismo en quienes transitan estos espacios a diario.³
- Problemas cognitivos y Físicos: el cerebro, aunque intente ignorar los elementos contaminantes, almacena gran parte de ellos y los asocia con dolores de cabeza, cansancio visual, trastornos de atención y en casos

¹ ¿Qué es la Publicidad Exterior? (2025). MONOPOSTE. <https://monoposte.com/que-es-la-publicidad-exterior/>

² La contaminación visual. (2013). Universidad Nacional de Colombia. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489007>

³ Concepto 2024. (2024). Óptica Óptima. https://issuu.com/visionyoptica.com/docs/2020_ed_1-02-24-vol_169_mx-interactive



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

extremos, se ha relacionado con la disminución del rendimiento y potencial para desarrollar ciertos rasgos negativos de la personalidad.

- Riesgos de accidentales viales: el exceso de estímulos visuales, especialmente los anuncios luminosos y las pantallas con movimiento, dificulta la atención de conductores y peatones, elevando el riesgo de accidentes automovilísticos y viales.
- Deterioro de la Calidad de Vida: Al alterar negativamente la percepción del paisaje, la contaminación visual contribuye al deterioro de la salud física y emocional de la población expuesta, interrumpiendo la tranquilidad que debería aportar un entorno agradable.

La publicidad exterior es un motor económico, por lo que su desregulación conduce a la informalidad y a la incertidumbre, por esta razón una regulación efectiva, generará beneficios económicos para el gobierno, la industria y los ciudadanos.

Al formalizar la industria, esta regulación ayudará a reducir restrictivamente la informalidad y la ocupación desordenada del espacio urbano, además a través del otorgamiento de licencias, permisos y autorizaciones, el Estado y los Municipios obtienen ingresos pasivos estables, los cuales pueden ser reinvertidos en el mejoramiento del espacio público, como mobiliario urbano o área verdes.⁴

Además, esto brindaría una seguridad estructural y ciudadana, debido a que los medios publicitarios exteriores, especialmente de gran formato como los espectaculares pueden representar un riesgo si no cumplen con las normas de seguridad, por ello uno de los fines de esta propuesta de Ley es salvaguardar la integridad física y patrimonial de las personas, así como la infraestructura vial.

El proceso de ordenamiento es complejo y continuo, enfrentando la resistencia del sector informal, pero existen avances concretos que demuestran la viabilidad de recuperar el paisaje urbano.

⁴ Descubriendo las Ventajas Clave de la Publicidad Exterior. (2025). NEIMAN. <https://nemain.net/beneficios-ventajas-publicidad-exterior/>



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Por ejemplo, en la Ciudad de México la aplicación de la Ley de Publicidad Exterior se ha enfocado en la erradicación de los medios publicitarios riesgosos y contaminantes, retirando anuncios de las azoteas, permitiendo el retiro de más de mil 298 anuncios publicitarios de azoteas, lo que significó la eliminación de 7mil 788 toneladas de estructuras metálicas, dejando a la ciudad 100% libre de anuncios y estructuras publicitarias en las azoteas de sus edificios.⁵

En este sentido, esta regulación promueve un desarrollo urbano que equilibra la actividad económica con el bienestar social y la sostenibilidad, garantizando el derecho de los ciudadanos del Estado a un entorno natural y urbano sostenible que propicie una mejor calidad de vida, por lo que el impacto debe ser armónico con el paisaje urbano, es por ello por lo que se está buscando regular en beneficio del interés general.

Asimismo, con esta propuesta de Ley para el Estado de Tamaulipas se está buscando garantizar que la comunicación visual publicitaria este libre de mensajes de discriminación motivada por origen étnico o nacional, de género, edad, discapacidad, condición social y de salud, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana.

Otro dato relevante sobre la importancia de regular la publicidad exterior es la protección del patrimonio histórico y la identidad cultural de nuestro Estado, dado que una invasión publicitaria en el espacio público tiene un impacto corrosivo sobre el patrimonio y la identidad cultural, debido a que atenta directamente contra la legibilidad del paisaje urbano y por ende contra la identidad de sus comunidades, por ejemplo: ⁶

- Dificultad de lectura del paisaje: el exceso de carteles, vallas y avisos luminosos satura el espacio público y dificulta la lectura del paisaje, por lo que un entorno saturado impide que el ciudadano pueda reconocer y apreciar

⁵ <https://www.transparencia.cdmx.gob.mx/secretaria-de-desarrollo-urbano-y-vivienda/entrada/52999>

⁶ *Procesos Urbanos*. (2024). CECAR. <https://revistas.cecar.edu.co/index.php/procesos-urbanos>



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

las características arquitectónicas, históricas y culturales que hacen único a nuestro Estado.

- Pérdida de la identidad: la saturación de mensajes comerciales transforma la fisionomía de las colonias, barrios y pueblos, llevándolos a una dilución de la identidad cultural.
- Discordancia Arquitectónica: la contaminación visual no solo se da por los anuncios, sino por la falta de integración de elementos "no arquitectónicos" o de estilos ajenos al medio específico, esto provoca un desorden arquitectónico que degrada la percepción del entorno.

Por este motivo en esta propuesta, se incluyen medidas de protección mucho más estrictas para zonas patrimoniales, debido a que su valor estético y cultural es irremplazable.

A nivel Internacional, existen grandes ciudades libres de publicidad, que han demostrado que es posible equilibrar el desarrollo económico con la calidad de vida, por ejemplo:

- São Paulo, Brasil: "Cidade Limpa": En 2006, São Paulo implementó la ley "Cidade Limpa", una de las más radicales del mundo, que prohibió casi toda la publicidad exterior privada visible desde las calles. Donde su objetivo es reconocer abiertamente que "la ciudad ideal para vivir es una ciudad sin publicidad", devolviendo a los ciudadanos la percepción de su propio entorno, cortando de raíz el avance de la contaminación visual.⁷
- Grenoble, Francia: Belleza Natural y Comunitaria, en el 2014, el alcalde ecologista de Grenoble decidió anular el contrato de 326 carteles publicitarios exteriores, incluyendo grandes paneles. Permitiendo de esta manera a sus ciudadanos "apreciar la belleza de la ciudad y las montañas que la rodean".⁸

⁷ OLIVARES, F. (2009), "*Cidade Limpa* y la contaminación publicitaria de la ciudad", ZER: revista de estudios de comunicación, Vol. 14, nº 26, mayo, págs. 253-275. ISSN: 1137-1102.

⁸ *El creciente movimiento mundial para acabar con la publicidad en los exteriores.* (2020). EQUAL TIMES. <https://www.equaltimes.org/el-creciente-movimiento-mundial?lang=es>



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

En el caso de nuestro Estado, la regulación de la publicidad exterior recae principalmente en el ámbito municipal, y la importancia de aplicar y actualizar estas normativas se fundamenta en la necesidad de proteger la imagen urbana, garantizar la seguridad estructural y mitigar la contaminación visual.

Los municipios de nuestro Estado han reconocido legalmente el valor de su entorno, por ejemplo, el reglamento de la imagen urbana de Ciudad Victoria prohíbe explícitamente la construcción de edificaciones o elementos que "alteren o modifiquen el paisaje armónico de las colonias, fraccionamientos y barrios".

En esta tesitura, la regulación de la publicidad exterior es esencial para cumplir con este objetivo:

- **Control de la Estética y la Identidad:** Las normativas locales buscan que los anuncios sean "estéticos y decorativos" (Reglamento de Anuncios Victoria, Artículo 13)⁹. Esto es crucial para que las ciudades fronterizas y portuarias de Tamaulipas, como Nuevo Laredo, Matamoros o Tampico, conserven sus características distintivas sin que estas sean opacadas por una "cantidad inmensurable de anuncios" de formas, tamaños y colores discordantes.
- **Protección de Zonas Históricas:** La legislación, como la de Nuevo Laredo, impone restricciones especiales a la distribución de publicidad en la Zona Especial de Desarrollo Económico (Centro Histórico y Zona de Influencia) (Reglamento de Anuncios Nuevo Laredo, Artículo 19)¹⁰. La regulación efectiva asegura que el patrimonio arquitectónico no sea cubierto ni invadido por elementos publicitarios.

Además, como se ha mencionado con ello se va a mitigar la contaminación visual, misma que se ha manifestado en todo el Estado afectando la salud y la seguridad vial.

⁹

https://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/TAMAULIPAS/Municipios/Victoria/3_Victoria_Anuncios.pdf

¹⁰ https://po.tamaulipas.gob.mx/wp-content/uploads/2017/06/010_Laredo_Anuncios.pdf



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Finalmente, la importancia de la regulación de la Publicidad Exterior en Tamaulipas, no solo se basará en los principios generales de la legislación urbana mexicana, como proteger el medio ambiente sano y la seguridad, sino también en la necesidad de fortalecer la identidad de nuestras ciudades y asegurar que el crecimiento económico de la industria publicitaria sea un factor de armonía y bienestar para los habitantes y no un agente de degradación de nuestros paisajes.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, me permito someter a consideración de este Pleno Legislativo, para estudio, dictamen y votación en su caso, la siguiente **INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR LA CUAL SE EXPIDE LA LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR PARA EL ESTADO DE TAMAULIPAS.**

ARTÍCULO ÚNICO: Se expide la Ley de Publicidad Exterior para el Estado de Tamaulipas, para quedar como sigue:

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general en el Estado de Tamaulipas y tiene por objeto regular la instalación, distribución, mantenimiento, permanencia y retiro de los medios publicitarios en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior.

Artículo 2. Los actos emitidos y ejecutados en términos de la presente Ley, se regirán bajo los principios de innovación, atención ciudadana, gobierno abierto y plena accesibilidad; con base en el diseño universal, simplificación, agilidad, economía, información, precisión, legalidad, transparencia, proporcionalidad, buena fe, integridad, imparcialidad, honradez, lealtad, eficiencia, profesionalización y eficacia; respetando los valores de dignidad, ética, justicia, libertad y seguridad, así como los principios establecidos en la Ley de Orgánica de la Administración Pública del Estado de Tamaulipas.

Artículo 3. Son fines de la presente Ley:



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

I. Proteger, respetar, procurar, recuperar y regenerar el espacio público y el paisaje urbano del Estado de Tamaulipas, promoviendo su creación, conservación, mantenimiento y defensa en condiciones de calidad, igualdad, inclusión, accesibilidad y diseño universal, con las medidas de seguridad, gestión integral de riesgos y protección civil, sanidad y funcionalidad para su pleno disfrute; asimismo, evitar la saturación publicitaria en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior en la vía pública;

II. Garantizar el derecho de las personas en el Estado de Tamaulipas a un entorno natural y urbano sostenible que propicie una mejor calidad de vida y libre desarrollo de la ciudadanía, garantizando su seguridad, la percepción armónica de la imagen urbana y el disfrute pleno del paisaje urbano, en su carácter colectivo, comunitario y participativo;

III. Preservar el paisaje urbano, las edificaciones y los elementos culturales y étnicos que hacen posible la vida en común de las personas y que conforman los rasgos característicos del Estado de Tamaulipas;

IV. Evitar el abuso de elementos no arquitectónicos que alteran el espacio público o que generen sobreestimulación visual agresiva y/o invasiva;

V. Salvaguardar la integridad física y patrimonial de las personas, así como la infraestructura vial y de servicios de aquellos riesgos que pueden representar los medios publicitarios en exteriores, de conformidad con las normas en materia de gestión integral de riesgos y protección civil;

VI. Garantizar la perspectiva de género, así como contribuir a la erradicación de la discriminación y toda forma de violencia contra las mujeres, y



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

VII. Garantizar que la comunicación visual publicitaria esté libre de mensajes de discriminación motivada por origen étnico o nacional, de género, edad, discapacidad, condición social y de salud, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana.

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

I. Anunciante: persona física o moral, marca u organización, que difunda o publicite productos, bienes, servicios o actividades;

II. Anuncio: medio publicitario a través del cual se difunden mensajes de información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre y cuando no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación;

III. Áreas de Conservación Patrimonial: las que por sus características forman parte del patrimonio cultural urbano según las leyes del Estado, así como las que cuenten con declaratoria federal de Zona de Monumentos Arqueológicos, Históricos o Artísticos, y aquellas que tengan características que requieren atención especial para mantener y potenciar sus valores patrimoniales y que serán definidas en los instrumentos del ordenamiento territorial;

IV. Áreas Naturales Protegidas: espacios físicos naturales en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por actividades antropogénicas, o que requieren ser preservados y restaurados, por su estructura y función para la recarga del acuífero y la preservación de la biodiversidad. Son áreas que por sus características ecogeográficas, contenido de especies, bienes y servicios



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

ambientales y culturales que proporcionan a la población, hacen imprescindible su preservación;

V. Áreas de Valor Ambiental: áreas verdes en donde los ambientes naturales originales han sido modificados por las actividades antropogénicas y que requieren ser restauradas y/o preservadas, en función de que siguen manteniendo ciertas características biofísicas y escénicas, las cuales les permiten contribuir a mantener la calidad ambiental del Estado de Tamaulipas;

VI. Autorización: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos competencia de la presente Ley y su Reglamento;

VII. Autosoportado: el sostenido por una o más columnas apoyadas a su vez en una cimentación o en una estela desplantada desde el suelo;

VIII. Beneficio de espacios públicos: acciones que satisfacen necesidades de la población en el espacio público, buscan mejorar la imagen urbana, el equilibrio ambiental y la movilidad de la ciudadanía;

IX. Bienes de uso común: aquellos que en el Estado de Tamaulipas pueden ser aprovechados por todas las personas, con las restricciones y limitaciones establecidas en la Ley de Bienes del Estado y Municipios de Tamaulipas y demás normativa que resulte aplicable;

X. Consejo: Consejo Consultivo para Medios Publicitarios;

XI. Corredor Publicitario: vía primaria determinada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley, en la que pueden instalarse medios publicitarios en vallas, tapiales, carteleros en muros



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

ciegos en planta baja, bajo puentes, pasos a desnivel, túneles, conexiones elevadas interurbanas, así como aquellos que autorice la Secretaría de acuerdo con las disposiciones de esta Ley y su Reglamento;

XII. Equipamiento auxiliar de transporte: accesorios directos e indirectos que resulten complementarios a la prestación del servicio de transporte público de pasajeros y de carga;

XIII. Equipamiento urbano: conjunto de inmuebles, instalaciones, construcciones y mobiliario urbano, destinados a prestar a la población servicios públicos, de administración pública, de educación y cultura; de comercio, de salud y asistencia; de deporte y de recreación, de traslado, de transporte y otros;

XIV. Espacio público: conjunto de bienes de uso común destinados a la generación y fomento de la interacción social, o bien, que permitan el desarrollo de las personas.;

XV. Espectáculo tradicional: manifestaciones populares de contenido cultural que tengan connotación simbólica y/o arraigo en la sociedad y que contribuyan a preservar y difundir el patrimonio intangible que da identidad a los pueblos y colonias que conforman el Estado de Tamaulipas;

XVI. Estereotipos sexistas: prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, de sumisión, de racismo, de burla, de animadversión, o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, utilizando su cuerpo o parte de este como mero objeto y que atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política del Estado de Tamaulipas;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XVII. Funcionalidad de la vía pública: uso adecuado y eficiente de la vía pública, generado a través de la interacción de los elementos que la conforman y de la dinámica propia que en ella se desarrolla para la óptima prestación de los servicios públicos urbanos, la movilidad y la imagen urbana, procurando la seguridad, comodidad y disfrute de todas las personas usuarias;

XVIII. Información cívica o cultural: aquella que se difunde a través de medios publicitarios con o sin patrocinio y que alude a la responsabilidad social, derechos humanos, equidad, diversidad cultural, ciencia, salud, respeto al medio ambiente, memoria histórica y la difusión de las artes, entre otros que se consideren indispensables para fomentar la sana convivencia, el respeto, la cultura de la legalidad, la difusión del conocimiento de los derechos y obligaciones de la ciudadanía. Asimismo, los mensajes educativos sobre diversidad sexual, etaria, familiar, lingüística y funcional, que pueden incluir información sobre biodiversidad, pueblos originarios, etnias, lenguas y dialectos;

XIX. Infraestructura para la movilidad: infraestructura especial que permite el desplazamiento de personas y bienes, así como el funcionamiento de los sistemas de transporte público;

XX. Inmuebles afectos al patrimonio cultural del Estado: aquellos considerados como tales por la legislación local debido a su valor histórico y/o arquitectónico. asimismo, aquellos catalogados por el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, o por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente, por su valor artístico y aquellos considerados monumentos históricos o artísticos de acuerdo con la legislación federal aplicable;

XXI. Ley: Ley de Publicidad Exterior del Estado de Tamaulipas;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XXII. Licencia: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, mediante el cual los municipios permiten la instalación de medios publicitarios;

XXIII. Materiales abandonados: lonas, estructuras, soportes, mantas, pantallas electrónicas, equipos de proyección y materiales similares adosados a los inmuebles, así como los objetos publicitarios colocados en la vía pública o cualquier vialidad, que no hayan tenido el mantenimiento que determine la autoridad competente, que no cuenten con Licencia, Permiso o Autorización vigente y cuyo dueño no los haya reclamado o retirado;

XXIV. Medidas cautelares y de seguridad: disposiciones que dicte la autoridad competente para proteger la salud, seguridad pública y evitar el incumplimiento de la normativa referente a las actividades reguladas que requieran de licencia, permiso o autorización. Las medidas cautelares y de seguridad se establecerán en cada caso por las normas administrativas que no deberán contravenir las disposiciones legales aplicables;

XXV. Medio publicitario: cualquier elemento material, con o sin estructura de soporte, por el cual se difunde física, electrónica o digitalmente un mensaje explícito o implícito o bien que, sin contener un mensaje, sea una unidad integral en términos de la presente Ley;

XXVI. Medio publicitario en vehículo de transporte: el instalado en vehículos de transporte de conformidad con lo establecido en la presente Ley;

XXVII. Mobiliario urbano: elementos complementarios al equipamiento urbano, ya sean fijos, móviles, permanentes o temporales, ubicados en la vía pública o en espacios públicos formando parte de la imagen del Estado, los que, según su



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

función, se aplican para el descanso, comunicación, información, necesidades fisiológicas, comercio, seguridad, higiene, servicio, jardinería, así como aquellos otros muebles que determinen la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente del Estado de Tamaulipas. El mobiliario urbano con publicidad integrada será objeto de la regulación establecida en esta Ley;

XXVIII. Muros ciegos: muros que carecen de vanos;

XXIX. Paisaje urbano: contexto que conforman las edificaciones y demás elementos culturales y naturales que hacen posible la vida en común de la ciudadanía, así como el entorno ambiental en el que se insertan, los cuales conforman los rasgos característicos del Estado y crean un sentido de identidad colectiva;

XXX. Permiso: documento que representa el derecho subjetivo de los particulares, que le confiere facultades o potestades específicas expresadas en actos administrativos, por el cual las autoridades competentes permiten la instalación de medios publicitarios de conformidad con lo dispuesto por la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas, esta Ley y los Reglamentos aplicables;

XXXI. Permiso administrativo temporal renovable: acto administrativo en virtud del cual la Secretaría de Finanzas, otorga a una persona física o moral el uso de bienes inmuebles propiedad del Estado, ya sean del dominio público o privado, con el objeto de utilizarlos para la instalación y comercialización de medios publicitarios;

XXXII. Plataforma: Plataforma Digital de Publicidad Exterior del Estado de Tamaulipas;

XXXIII. Publicista: persona física o moral dedicada a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XXXIV. Publicidad institucional: mensajes relativos a las acciones que realizan las distintas autoridades del Gobierno, tanto local, como federal, con fines de comunicación con la población en general;

XXXV. Publicidad de carácter sexista: todo contenido publicitario visible desde la vía pública, que directa o indirectamente induzca, fomente o difunda hechos, acciones y símbolos, degradantes o peyorativos hacia las mujeres, así como expresiones basadas en una imagen asociada a estereotipos que perpetúan prejuicios o estigmas que atribuyen o asocian características denigrantes, de exclusión, sumisión, racismo, burla, animadversión o que presenten a las mujeres de forma humillante o discriminatoria, así como utilizar su cuerpo, o parte de éste, como objeto y atente contra su dignidad o vulnere sus derechos reconocidos en la Constitución Política del Estado de Tamaulipas;

XXXVI. Registro de Publicistas: Listado o padrón de personas físicas o morales que se dedican prioritariamente a la instalación, gestión, operación y comercialización de medios publicitarios en el Estado;

XXXVII. Reglamento: Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Estado de Tamaulipas;

XXXVIII. Responsable de un inmueble: persona física o moral que tenga la propiedad, posesión o administración de un bien inmueble y permita la instalación de un medio publicitario en el mismo;

XXXIX. Responsable solidario: publicista, anunciante y responsable de un inmueble, vehículo o bien que permiten o intervienen en la instalación de medios publicitarios;

XL. Riesgo inminente: riesgo que, de acuerdo con la opinión técnica emitida por la Coordinación de Protección Civil del Estado de Tamaulipas, considera la realización



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

de acciones inmediatas en virtud de existir altas probabilidades de que se produzcan daños o pérdidas;

XLII. Finanzas: Secretaría de Finanzas del Estado de Tamaulipas;

XLII. Secretaría: Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente del Estado de Tamaulipas;

XLIII. Señalización Vial: conjunto de elementos y objetos visuales de contenido informativo, indicativo, restrictivo, preventivo, prohibitivo o de cualquier otro carácter, que se colocan en la infraestructura urbana con el fin de procurar un adecuado funcionamiento vial;

XLIV. Coordinación Estatal: Coordinación Estatal de Protección Civil del Estado de Tamaulipas;

XLV. Solicitante: persona física o moral que solicite un Permiso, Licencia o Autorización en los términos de esta Ley;

XLVI. Suelo de Conservación: zonas que, por sus características ecológicas, proveen servicios ambientales, de conformidad con lo establecido en la normativa en materia ambiental. Se consideran necesarios para el mantenimiento de calidad de vida de las personas habitantes y vecinas del Estado de Tamaulipas;

XLVII. Vanos: puertas, ventanas e intercolumnios de una edificación, así como los elementos arquitectónicos de las edificaciones. Están destinados a permitir el paso de las personas, iluminación y ventilación natural al interior;

XLVIII. Vía primaria: espacio físico, cuya función es facilitar el flujo del tránsito vehicular continuo o controlado por semáforo, entre distintas zonas del Estado, con



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

la posibilidad de reserva para carriles exclusivos, las cuales pueden contar con carriles exclusivos para la circulación de bicicletas y/o transporte público, y

XLIX. Vía secundaria: espacio físico cuya función es permitir el acceso a los predios y facilitar el flujo del tránsito vehicular no continuo. Sus intersecciones pueden estar controladas por semáforos;

Artículo 5. La publicidad exterior es todo medio publicitario que se instala en el espacio público u otros bienes y que es visible desde el exterior a la vía pública. Su finalidad es difundir propaganda, publicidad comercial o información diversa de interés general.

La instalación, modificación o retiro de esta clase de publicidad exterior comprenderá el de todos sus elementos y deberá apegarse a lo establecido por la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables en la materia.

Artículo 6. La instalación de la propaganda electoral se regirá por las disposiciones de las Leyes Electorales.

CAPÍTULO SEGUNDO

ATRIBUCIONES

Artículo 7. Son atribuciones de la Secretaría:

I. Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, mantenimiento, distribución, permanencia y retiro de los medios publicitarios de su competencia;

II. Proponer a la persona titular del Ejecutivo Estatal proyectos de disposiciones legales y reglamentarias en materia de publicidad exterior, así como sus reformas;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

III. Conservar en forma ordenada y sistemática toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento;

IV. Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia;

V. Otorgar las Licencias para la instalación de medios publicitarios previstos en el artículo 28 fracción III de esta Ley, conforme a lo dispuesto en la misma y su Reglamento;

VI. Revocar las Licencias otorgadas para la instalación de medios publicitarios conforme a lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento;

VII. Requerir a los publicistas el retiro de publicidad, en caso de que contravengan lo dispuesto por la presente Ley, su Reglamento y los demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias de la instalación;

VIII. Informar, a través de la Plataforma y la Coordinación Estatal de la emisión y revocación de las Licencias, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de medios publicitarios o las dejen sin efectos;

IX. Solicitar a los Municipios las visitas de verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad, en el ámbito de sus respectivas competencias;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

X. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Licencias que emita, incluyendo los datos de ubicación de los medios publicitarios, así como la información respectiva al Registro de Publicistas;

XI. Ordenar al publicista la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los medios publicitarios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;

XII. Solicitar a las dependencias y autoridades correspondientes el retiro de los materiales relacionados con los medios publicitarios abandonados;

XIII. Solicitar el apoyo de otras dependencias, órganos o entidades de la Administración Pública del Estado y Municipios para el ejercicio de sus atribuciones;

XIV. Determinar los corredores publicitarios. Para tal efecto, solicitará opinión al Congreso, a través de la Comisión de Infraestructura, Desarrollo Urbano y Puertos, la cual tendrá un plazo de treinta días hábiles para emitirla.

XV. Determinar la distribución de los espacios respectivos para la instalación de los medios publicitarios en los corredores publicitarios;

XVI. Emitir opinión técnica respecto a la colocación de medios publicitarios ubicados en Áreas de Conservación Patrimonial catalogadas por la Secretaría;

XVII. Presentar las denuncias correspondientes cuando tenga conocimiento de hechos que puedan constituir algún delito en materia de publicidad exterior, así como ejercer las acciones civiles por posibles daños al erario o bienes públicos en contra de las personas responsables de la instalación de medios publicitarios sin contar con la Licencia, Permiso o Autorización que corresponda;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XVIII. Autorizar la inscripción de los interesados en el Registro de Publicistas, previa solicitud de éstos y en cumplimiento con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables;

XIX. Suspender o revocar el registro de publicistas en los casos que se acrediten irregularidades graves, se generen daños o se cometa alguna infracción en esta materia;

XX. Autorizar, regular y, en su caso, revocar los permisos relativos a la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte público, privado y mercantil, de pasajeros y de carga y demás modalidades, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

XXI. Otorgar, regular y, en su caso, revocar las autorizaciones relativas a la instalación de medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

XXII. Emitir, a solicitud de la Secretaría, visto bueno relativo a la ubicación y características de medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte;

XXII. Emitir los Lineamientos en materia de medios publicitarios instalados en la infraestructura para la movilidad de los organismos que forman parte del Sistema Integrado de Transporte Público y sus componentes complementarios, los cuales deberán ser observados en las disposiciones que establezcan sus respectivos órganos de Gobierno y en concordancia con lo establecido en la Ley de Movilidad, la Ley de Responsabilidad Patrimonial del Estado de Tamaulipas y sus Municipios, así como demás disposiciones aplicables;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XXIV. Emitir normativa complementaria en materia de regulación de medios publicitarios en vehículos de transporte de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, y en medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas y su Reglamento, así como en toda aquella normativa aplicable en la materia;

XXV. Requerir a los responsables de los vehículos de transporte o del equipamiento auxiliar de transporte el retiro de los medios publicitarios instalados en los mismos, por contravenir las disposiciones legales en la materia, dentro del ámbito de sus atribuciones;

XXVI. Dar vista a la Finanzas de hechos relacionados con medios publicitarios instalados en equipamiento auxiliar de transporte que contravengan las disposiciones legales establecidas o los términos bajo los cuales fueron autorizados y que puedan constituir una causal de revocación del Permiso Administrativo Temporal Revocable;

XXVII. Solicitar a Municipio las visitas de verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad procedentes, respecto de medios publicitarios de su competencia;

XXVIII. Coadyuvar con los Municipios para la realización de las acciones dirigidas a la verificación administrativa y, en su caso, la imposición de medidas cautelares y de seguridad de medios publicitarios de su competencia;

XXIX. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Autorizaciones y Permisos que emita, incluyendo los datos de los vehículos o el bien en el que se instale, y



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XXX. Las demás que se le atribuyan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 8. Son atribuciones de los Municipios:

I. Establecer, coordinar, ejecutar y evaluar las políticas, estrategias y acciones para la instalación, permanencia y retiro de los medios publicitarios colocados en vías secundarias dentro de su territorio;

II. Conservar en forma ordenada y sistematizada toda la documentación que genere con motivo del ejercicio de las atribuciones que le confiere esta Ley y su Reglamento, de conformidad con lo establecido en la ley de la materia;

III. Generar un expediente electrónico de los publicistas asociados con lo relativo a los medios publicitarios de su competencia;

IV. Otorgar las Autorizaciones para la instalación de anuncios, a través de los cuales se difunden mensajes de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre y cuando no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación, conforme a lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable;

V. Revocar las Autorizaciones para la instalación de anuncios materia de su competencia;

VI. Requerir al publicista el retiro de anuncios por contravenir lo dispuesto en la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables. Dicho retiro será a costa de las personas responsables solidarias;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

VII. Informar a la Secretaría y la Coordinación Estatal de la emisión y revocación de las Autorizaciones de su competencia, así como de las resoluciones judiciales o administrativas que establezcan derechos respecto de anuncios o las dejen sin efectos;

VIII. Ordenar a la persona titular de una Autorización emitida en el ámbito de su competencia la ejecución de los trabajos de conservación y mantenimiento de los anuncios instalados que sean necesarios para garantizar la seguridad de las personas y sus bienes, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley, su Reglamento y la normativa en materia de construcciones;

IX. Mantener actualizada la Plataforma con el registro de las Autorizaciones que emitan, incluyendo los datos de ubicación de los anuncios;

X. Solicitar a las dependencias y autoridades competentes el retiro de los materiales relacionados con anuncios abandonados;

XI. Retirar directamente todos los anuncios considerados abandonados que se encuentren en vías secundarias;

XII. Ordenar visitas de verificación administrativa a fin de vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley respecto anuncios e imponer las medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones procedentes en el ámbito de su competencia y ejecutarlas a través del personal especializado en funciones de verificación debidamente acreditado. Lo anterior, conforme al procedimiento establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas y demás disposiciones jurídicas aplicables;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XIII. Emitir, a través de la Coordinación Estatal las opiniones técnicas de indicadores de riesgo en esta materia, que le soliciten las autoridades competentes en la materia, las personas titulares de las autorizaciones de anuncios, así como en aquellos casos en los que se detecte una situación de riesgo, a fin de que se realicen las acciones correspondientes conforme a sus competencias, y

XIV. Las personas titulares de los Municipios responderán por las autorizaciones emitidas y serán responsables de todas aquellas que hayan sido emitidas en contravención a esta Ley.

Artículo 9. Corresponde al Municipio ordenar y practicar visitas de verificación administrativa a fin de vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento, conforme a la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas, así como las demás disposiciones jurídicas aplicables.

El Municipio cuenta con la facultad de imponer las medidas cautelares y de seguridad y, en su caso, las sanciones procedentes, respecto de los siguientes medios publicitarios:

- I. Prohibidos de conformidad con la presente Ley;
- II. Que requieran Licencia, permiso o autorización; e
- III. Instalados en vehículos de transporte y en el equipamiento auxiliar del transporte.

En los casos en que sea factible, el Municipio dará vista a la Secretaría respecto de los datos de identificación del anunciante y del medio publicitario objeto del retiro, lo anterior, a efecto que ésta, de ser procedente, realice las acciones establecidas en las fracciones XVI y XVIII del artículo 7 de esta Ley.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 10. Son atribuciones de Finanzas:

I. Otorgar, asignar o revocar, de acuerdo con la Ley de Responsabilidad Patrimonial del Estado de Tamaulipas y sus Municipios, los permisos relacionados con la colocación de publicidad exterior en los bienes inmuebles que integran el patrimonio del Estado, y

II. Recibir, los pagos por concepto de derechos que se generen por la expedición de Licencias, Autorizaciones y Permisos, así como aquellos que provengan del pago de multas y sanciones.

Artículo 11. Son atribuciones de la Coordinación Estatal:

I. Emitir opiniones técnicas de indicadores de riesgo en materia de protección civil que le soliciten las autoridades competentes en la materia, las personas titulares de las licencias, permisos y autorizaciones, así como en aquellos casos en los que se detecte una situación de riesgo, de conformidad con la normativa en la materia. Lo cual deberá hacerlo del conocimiento de la persona solicitante o, en su caso, de las autoridades competentes, a fin de que éstas realicen las acciones correspondientes conforme a sus competencias;

II. Emitir y registrar las opiniones técnicas a los proyectos de instalación de medios publicitarios, conforme a lo establecido en la normativa aplicable en la materia, así como publicarlas en la Plataforma, y

III. Las demás que se establezcan en esta Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 12. En el ejercicio de sus atribuciones la Secretaría, los Municipios, Finanzas y la Coordinación Estatal podrán auxiliarse de otras instancias públicas.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 13. Previa obtención de la Licencia, Autorización, Permiso Administrativo o Permiso, según corresponda, únicamente estará permitida la instalación de los siguientes medios publicitarios:

I. Medio publicitario de espectáculos tradicionales: aquellos relacionados con tradiciones y costumbres de un lugar, tales como; ferias, bailes, exposiciones de tipo cultural y artístico, los cuales se sujetarán a los criterios previstos en el Reglamento de esta Ley;

II. Medio publicitario denominativo: contiene el nombre o denominación comercial, logotipo o emblema con el que se identifica una persona física o moral, una edificación y una actividad, podrán ser colocados en fachadas de los inmuebles o en toldos sobre los vanos de éstas, puede ser integrado, adosado, letras separadas en bajo y alto relieve, pintado o adherido.

La denominación podrá acompañarse de un eslogan.

En el Centro del Estado y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en las Áreas de Conservación Patrimonial, se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales permitidos, en estricto apego a la normativa establecidas por la Secretaría, en concurrencia con lo establecido por la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;

III. Medio publicitario denominativo masivo: medio publicitario denominativo que requiere instalarse en más de cinco ocasiones con características idénticas;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

IV. Medio publicitario denominativo adosado: medio publicitario que se sujeta a una fachada, muro, baranda o barandilla a través de medios y técnicas definidas en el Reglamento;

V. Medio publicitario denominativo instalado en saliente: aquellos instalados en salientes, tratándose únicamente de denominativos, con las dimensiones y características previstas en el Reglamento;

VI. Medio publicitario denominativo mixto: contiene elementos de un medio publicitario denominativo en combinación con medios publicitarios en vallas, banderines y gallardetes u otro elemento determinado en el Reglamento;

VII. Medio publicitario de gallardetes: medio publicitario de carácter temporal de forma geométrica, sujeto a un asta, astil o poste, en el cual, únicamente se puede colocar información cívica o cultural y de espectáculos tradicionales. Las dimensiones de éste serán de hasta 0.80 metros por 2.00 metros y deberán ser armónicas con el paisaje urbano, se sujetarán a los criterios antropométricos de esta Ley y su Reglamento;

VIII. Medio publicitario digital o electrónico: aquellos a través de los cuales se transmiten mensajes mediante un sistema luminoso;

IX. Medio publicitario de tótem: anuncio denominativo o informativo en una cimentación rectangular o cilíndrica;

X. Mobiliario urbano con publicidad integrada: aquel que estará determinado por las necesidades del Estado con el objetivo de mejorar la calidad del espacio público, las condiciones de seguridad ciudadana y accesibilidad.

La Secretaría aprobará y ratificará las dimensiones máximas para el mobiliario, de acuerdo con las necesidades del espacio público y criterios de funcionalidad e



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

integración armónica con el paisaje urbano, atendiendo lo que disponga el Reglamento. Todos los proyectos de colocación y diseño de mobiliario con fines publicitarios deberán sujetarse a lo anterior.

Ningún nuevo mobiliario urbano con publicidad integrada podrá instalarse en zonas y ubicaciones donde ya existan otras modalidades de mobiliario con publicidad, de acuerdo con las definiciones de proporcionalidad espacial definidas en esta Ley y su Reglamento.

El mobiliario urbano con publicidad integrada sólo podrá instalarse en ubicaciones y corredores publicitarios autorizados por la Secretaría.

Las unidades de mobiliario urbano con publicidad integrada deberán colocarse observándose un radio de, al menos, 150 metros entre sí, distribuidos alternadamente a razón de no más de uno por cuadra y dejando una cuadra libre como mínimo, sin traslaparse con otros medios de publicidad.

Adicionalmente, la colocación de mobiliario urbano con publicidad integrada debe cumplir estrictamente con los siguientes requisitos:

- a) No obstruir el tránsito peatonal ni la accesibilidad universal del espacio público;
- b) No afectar la seguridad del tránsito vehicular;
- c) No emplazarse sobre Áreas de Valor Ambiental y no implicar la tala o poda de árboles o follaje para su instalación o visibilidad;
- d) No generar saturación física ni visual, y
- e) Cumplir con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

En el Centro del Estado y otras Zonas de Monumentos Históricos, así como en Áreas de Conservación Patrimonial se deberán respetar tamaños, ubicación, dimensiones, colores y materiales, en apego a la normativa establecida por la Secretaría, en concurrencia con la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, así como con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura.

La colocación de todo mobiliario urbano con publicidad integrada en los espacios, vías, infraestructuras, equipamientos o bienes inmuebles propiedad del Estado, ya sean del dominio público o privado y que esta Ley contempla, deberá contar con el Permiso Administrativo Temporal Revocable emitido por Finanzas, en términos de la Ley de Responsabilidad Patrimonial del Estado de Tamaulipas y sus Municipios, así como con la aprobación de la Secretaría respecto a su diseño y volumetría. La Secretaría aprobará mediante oficio el emplazamiento de cada unidad de mobiliario urbano en observancia de los criterios de espacialidad y beneficio del espacio público definidos en esta Ley y su Reglamento;

XI. Medio publicitario en vehículos de transporte: el instalado en vehículos de transporte, previsto en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas y su Reglamento, la presente Ley y los lineamientos que para tal efecto emita la Secretaría;

XII. Medio publicitario en equipamiento auxiliar de transporte: anuncio instalado en los accesorios directos e indirectos que resulten complementarios a la prestación del servicio de transporte de pasajeros y de carga, que sean susceptibles de autorización para su ubicación y características por parte de la Secretaría;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XIII. Medio publicitario en tapiales: el instalado en un tablero de madera, lámina u otros materiales, ubicado en vía pública, destinado a cubrir el perímetro de una obra en proceso de construcción;

XIV. Medio publicitario en valla: cartelera situada en lotes baldíos, estacionamientos públicos y obra en proceso, con fines publicitarios, de conformidad con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento;

XV. Medio publicitario en túneles, pasos a desnivel y bajo puentes en corredores publicitarios: dichos medios publicitarios deberán cumplir con las características, términos y condiciones que se establezcan en el Reglamento;

XVI. Medio publicitario temporal en mallas de protección para arreglo y mantenimiento de fachadas, con o sin valor patrimonial: el instalado en una estructura temporal tipo andamio, sobre el que se coloca una malla hasta el 50 % con publicidad. La colocación del andamio deberá permitir el libre y seguro tránsito peatonal sin obstruir la circulación y se instalará bajo las especificaciones determinadas por esta Ley y su Reglamento. Dicho medio publicitario deberá permitir la visibilidad de los trabajos de mantenimiento de las fachadas en que se instalen.

Los proyectos de arreglo y mantenimiento de fachadas serán autorizados por la Secretaría, en el ámbito de sus respectivas competencias, conforme a la legislación federal aplicable. El incumplimiento de los términos autorizados en los proyectos de intervención será motivo para suspender o revocar las Licencias respectivas, así como la suspensión o eliminación a del Registro de Publicistas, sin perjuicio de las sanciones que impongan las autoridades competentes;

XVII. Medios publicitarios de proyección óptica, virtual y nuevas tecnologías: aquellos emitidos por proyección sobre un elemento macizo, los cuales no podrán



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

tener un carácter permanente ni afectar la imagen arquitectónica y sólo se permitirán en condiciones específicas y de manera temporal. Únicamente se permitirá la instalación de estos medios publicitarios para difundir información cívico o cultural con patrocinio y deberán cumplir con las demás especificaciones determinadas en el Reglamento. El tiempo de proyección deberá ser autorizado por la Secretaría, de acuerdo con la propuesta que presente el publicista.

Este tipo de medios publicitarios sólo podrá utilizarse de acuerdo con criterios de densidad y equilibrio territorial de su ubicación que serán definidos por la Secretaría, establecidos en el Reglamento y no se podrán instalar sobre fachadas de cristal o que contengan vanos;

XVIII. Medios publicitarios de cartelera publicitaria en muro ciego de planta baja: aquellos instalados en muros carentes de vanos y accesos sobre el que se colocará un bastidor ligero de madera o metal sobre el que se colocan carteles publicitarios de materiales reciclables y no permanentes, los cuales deberán estar distribuidos y colocados conforme a las disposiciones del Reglamento de esta Ley;

XIX. Anuncios con información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares: todo aquel que no se coloque en pendones sobre bienes del dominio público, como en postes de señalización vial, dispositivos de tránsito, telefonía, transmisión de datos y árboles;

XX. Medios publicitarios con valor patrimonial cultural: aquellos que, dado su valor histórico, artístico o visual en la memoria colectiva del Estado de Tamaulipas, sean declarados de forma individual como bienes materiales afectos al Patrimonio Cultural en los términos de las leyes local y/o federal de la materia;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XXI. Medio publicitario en conexión elevada interurbana: infraestructura pública con diseño universal que facilita la funcionalidad de la vía pública y permite la interconexión y movilidad tanto de ciclistas como de peatones, dotados de estacionamiento y servicios para bicicletas particulares;

XXII. Medio publicitario de información cívico cultural: aquellos que difunden información cívica o cultural con o sin patrocinio. Dicho patrocinio deberá cumplir con:

a) Medios impresos, con imágenes fijas o no digitales: la imagen publicitaria comercial no deberá exceder el 20% de la superficie que se expone, y

b) Medios digitales o de proyección: la imagen publicitaria comercial no deberá exceder el 15% del tiempo en pantalla.

Este tipo de medios podrá contar con una licencia de temporalidad acotada a solicitud del publicista y de acuerdo con lo que la Secretaría apruebe en función de criterios de respeto al espacio público, y

XXIII. Medio publicitario denominativo institucional: el que contiene el nombre y el logo de una institución pública local o federal.

Tratándose de medios publicitarios que, de acuerdo con sus características, no se encuentren previstos en este artículo y sean sometidos a consideración de la Secretaría, ésta valorará si es viable o no otorgar una licencia conforme a lo dispuesto en esta Ley, siempre y cuando no se encuentren expresamente prohibidos.

Artículo 14. En el Estado queda prohibida la instalación de los siguientes medios publicitarios:



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

- I. Instalados en las azoteas;
 - II. Autosoportados;
 - III. Con sonido;
 - IV. Instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos o en cualquier otra formación natural;
 - V. Colocados en lonas, mantas o mallas que se encuentren fijados, clavados, amarrados o pegados directamente a algún elemento arquitectónico de la fachada del inmueble;
 - VI. Pintados o adheridos a una fachada, muro, barda o barandilla, sin ser denominativo;
 - VII. Envoltentes, instalados, adheridos o pintados en elementos arquitectónicos de las edificaciones, tales como, ventanas, ventanales, muros ciegos no colindantes, fachadas y puertas, que afecten la imagen arquitectónica o impidan, parcial o totalmente, el libre paso de las personas, la iluminación, visibilidad o la ventilación natural al interior.
- Solo se permitirán para la colocación de medios publicitarios de renta, venta o denominativos bajo características que no intervengan en cuestiones de accesibilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y seguridad, de conformidad con lo previsto en el Reglamento;
- VIII. En unidades habitacionales, de conformidad con lo establecido en la ley de la materia;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

IX. En postes de señalización vial y dispositivos de tránsito;

X. Pendones de promociones, compra, venta, renta o cualquier otro tipo de servicio instalados en postes de señalización vial, electricidad, telefonía, transmisión de datos, dispositivos de tránsito y en árboles;

XI. Con drones;

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

XIII. Modelados, figurativos o abstractos, con volumen o en tres dimensiones, cualquiera que sea el lugar de su instalación;

XIV. Adheridos a vidrios, escaparates o ventanales de los establecimientos mercantiles, cuando éstos obstruyan la accesibilidad, visibilidad, iluminación, ventilación y/o seguridad, excepto aquellos a que se hace alusión en el segundo párrafo del artículo 38 de esta Ley;

XV. Medios publicitarios en muros ciegos de colindancia;

XVI. Medios publicitarios que contengan cualquier imagen estática o en movimiento, que atente contra la dignidad de las personas o vulnere los valores o derechos humanos;

XVII. Proyectados sobre las edificaciones públicas o privadas desde un vehículo en movimiento;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

XVIII. En zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental, áreas naturales protegidas, bosques y zonas arboladas.

Solo se permitirá publicidad exterior en parques y jardines tratándose de medios publicitarios que tengan fines de beneficio al espacio público o contengan mensajes informativos, cívicos o culturales, en los términos y ubicaciones que se determinen en el Reglamento;

XIX. En estructuras instaladas en vehículos motorizados y no motorizados de propiedad pública o privada, que no formen parte del diseño original del vehículo y que tengan fines publicitarios, tales como carteleras en un tablero de madera, lámina, pantallas, anuncios volumétricos, vallas móviles o cualquier otro tipo de estructura;

XX. Pintados, adheridos o indicados sobre el piso del espacio público, directamente o en una placa o soporte;

XXI. En puentes peatonales;

XXII. Proyecciones con cualquier tipo de publicidad, cuando éstas se lleven a cabo sobre viniles, pantallas, lonas o cualquier elemento adherido o montado de forma temporal o permanente en fachadas, muros ciegos, cristales o elementos arquitectónicos, y

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

Artículo 15. Los publicistas procurarán que los materiales para la fabricación y soporte de los medios publicitarios sean biodegradables y deberán evitar que contengan sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente; lo



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

anterior, en términos de las disposiciones jurídicas aplicables en materia ambiental y de residuos sólidos.

Artículo 16. El contenido de los medios publicitarios será acorde al marco legal de la libertad de expresión, por lo que se prohíbe la instalación de aquellos medios publicitarios cuyos contenidos atenten contra la dignidad de las personas, vulneren los derechos humanos y aquellos que difundan mensajes sexistas, lenguaje misógino o inciten a cualquier tipo de violencia.

Artículo 17. Estará permitida la instalación de medios publicitarios con iluminación, los cuales, preferentemente, deberán ser fabricados con materiales reciclables y sistemas ahorradores de energía, sin contener sustancias tóxicas o nocivas para la salud de las personas o el medio ambiente de conformidad con las Normas Oficiales Mexicanas y demás normativa aplicable.

Asimismo, dichos medios publicitarios deberán cumplir con las siguientes características:

- I. Funcionarán mediante el uso de leds;
- II. El nivel directo al medio publicitario será hasta 600 luxes, siempre que su reflejo no exceda de 50 luxes;
- III. Las pantallas electrónicas no podrán exceder de 3 nits sobre la luminosidad ambiental y los 325 nits durante su proyección en el horario de las 18:00 a 6:00 horas del día siguiente;
- IV. En caso de que su contenido consista en imágenes fijas, no podrán tener una duración menor de 18 segundos, ni mayor de 30;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

V. Deberán contar con sensor de intensidad y sistema automático de ajuste que reduzca la misma al nivel permitido;

VI. No deben tener cambios en la intensidad de la luminosidad durante el periodo en que los mensajes están fijos, ni contener luces en movimiento;

VII. No deberán contener videos, ni imágenes con fondos blancos, y

VIII. Las pantallas electrónicas no podrán emitir sonido o proyectar rayos de luz.

El cumplimiento de las disposiciones anteriores, se acreditarán al momento de solicitar la Licencia respectiva. La autoridad competente podrá realizar visitas de verificación en cualquier momento.

Durante la vigencia de la Licencia de los medios publicitarios instalados con iluminación, los publicistas otorgarán a favor del Gobierno del Estado, sin costo, el quince por ciento del tiempo de exhibición al día para emitir mensajes institucionales, culturales, o cívicos. En casos de emergencia o desastre, el Gobierno del Estado podrá disponer de los porcentajes necesarios para dicho efecto.

Las pantallas electrónicas que sean utilizadas como medios publicitarios solo podrán instalarse en mobiliario urbano, tapiales, vallas y autosoportados que comprueben su legalidad, fuera de las Zonas de Monumentos Históricos e Inmuebles afectos al patrimonio cultural, en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 18. La instalación de medios publicitarios con iluminación, específicamente pantallas, está prohibida en fachadas, muros ciegos, túneles y bajo puentes.

Artículo 19. Los medios publicitarios que anuncien espectáculos tradicionales de manera temporal quedan exceptuados de la obtención de Licencias, Autorizaciones



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

o Permisos, siempre que se trate de gallardetes y no pongan en riesgo la integridad física de las personas o sus bienes, no se coloquen en árboles y no afecten la infraestructura de seguridad vial.

La información cultural podrá difundirse en medios publicitarios mediante gallardetes, cuyas dimensiones y términos específicos serán señaladas en los términos del Reglamento.

Artículo 20. En las Áreas de Conservación Patrimonial y demás elementos del patrimonio cultural urbano en vialidades primarias sólo se podrán instalar medios publicitarios denominativos y de información cultural, tapiales, mallas para el arreglo y mantenimiento de fachadas, vallas y mobiliario urbano con publicidad integrada, de conformidad con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

En el Suelo de Conservación, excepto poblados rurales, solo se podrán instalar medios publicitarios denominativos y de información cultural, de conformidad con lo previsto en esta Ley y su Reglamento.

Artículo 21. Los medios publicitarios de tótem solamente podrán ser instalados sobre propiedad privada de teatros, bancos, auditorios e inmuebles donde se lleven a cabo exposiciones o espectáculos, estaciones de servicio o de carburación, cines y centros comerciales, siempre y cuando cumplan con las medidas y especificaciones que establece el Reglamento y no se trate de Áreas de Conservación Patrimonial. En las estaciones de servicio o de carburación podrá instalarse un solo medio publicitario en tótem de contenido denominativo e información que la normativa federal aplicable, expresamente establezca.

El medio publicitario denominativo de un centro comercial y el de los locales comerciales que lo integran deberán contenerse en un mismo tótem. Cuando los



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

locales comerciales tengan acceso directo al exterior, podrán instalar un medio publicitario denominativo en la fachada por cada local.

Artículo 22. En los teatros, cines y espacios culturales podrá instalarse o adosarse a la fachada, una cartelera con las medidas y especificaciones que señala el Reglamento.

Artículo 23. La instalación de medios publicitarios en vallas se permitirá en Áreas de Conservación Patrimonial, únicamente cuando se trate de estacionamientos y predios baldíos que no se encuentren dentro de Zonas Federales de Monumentos, bajo las especificaciones que establece la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 24. No podrán instalarse medios publicitarios en presas, canales, muros de contención, taludes, antenas de telecomunicación y sus soportes, postes de señalización vial, incluidos todos los dispositivos de control de tránsito.

Artículo 25. Los medios publicitarios denominativos solo podrán instalarse en donde se desarrolle la actividad de la persona física o moral que corresponda al medio publicitario y deberán ser adosados, integrados o pintados, con o sin iluminación interna o externa.

Artículo 26. La distribución de espacios para los medios publicitarios se determinará por la autoridad que emita la Licencia o Autorización, según corresponda, considerando las dimensiones y características de estos, en relación con el entorno urbano y la funcionalidad de las vialidades, garantizando el uso adecuado de las áreas de tránsito peatonal y vehicular, así como los criterios que señala la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Una vez determinada la distribución de espacios para los medios publicitarios solo podrá modificarse para su redistribución, a efecto de reducir las dimensiones de



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

éstos o el número de los ya existentes; para ello la Secretaría expedirá los lineamientos correspondientes.

La instalación de los medios publicitarios deberá considerar lo establecido en el Atlas de Riesgos del Estado de Tamaulipas.

TÍTULO TERCERO

LICENCIAS, PERMISOS Y AUTORIZACIONES

CAPÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES COMUNES

Artículo 27. Para la instalación de los medios publicitarios que se encuentran permitidos por esta Ley, se requerirá de una Licencia, Permiso, Permiso Administrativo Temporal Revocable o Autorización, según corresponda, en los siguientes términos:

I. Autorización: emitida por los Municipios para la instalación de los siguientes medios publicitarios ubicados en vialidades secundarias, siempre que no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación:

a) Anuncios con información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, cuyas dimensiones sean superiores a 2 metros cuadrados;

b) De tipo denominativo;

c) Tapiales; y

d) Carteleras de muro ciegos en planta baja.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

II. Permiso: emitido por la Secretaría para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades, así como medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte.

III. Licencia: emitida por la Secretaría, tratándose de los demás medios publicitarios permitidos y que no se encuentren en las facultades de los Municipios y la Secretaría.

Los medios publicitarios denominativos institucionales quedan exentos de la obtención de Licencias y Autorizaciones, siempre y cuando cumplan con las dimensiones y características previstas en esta Ley y su Reglamento, y

IV. Permiso Administrativo Temporal Revocable: el que es emitido por Finanzas y que deberán tramitar las personas que requieran instalar medios publicitarios o anuncios en la vía pública o en bienes inmuebles que integran el patrimonio del Estado. Lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Ley de Bienes del Estado y Municipios de Tamaulipas, así como demás normativa aplicable.

Artículo 28. Será responsabilidad de la persona titular de una Licencia, Autorización, Permiso administrativo temporal revocable o Permiso, realizar las actividades de mantenimiento de los medios publicitarios respectivos, a fin de evitar condiciones de alto riesgo, así como informar dichas actividades a la Secretaría, el Municipio o Finanzas, según sea el caso.

El cumplimiento de esta obligación se revisará mediante un procedimiento aleatorio y, en caso de no verificarse el debido cumplimiento, se iniciará el procedimiento administrativo de verificación correspondiente;

Artículo 29. Las personas que requieran instalar más de cinco medios publicitarios denominativos con las mismas características, por tratarse de franquicias o



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

similares deberán solicitar una Licencia de medio publicitario denominativo masivo, en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 30. Para poder tramitar Licencias, Autorizaciones, Permiso temporal Revocable y Permisos, los publicistas deberán estar inscritos en el Registro de Publicistas, el cual contendrá el nombre o denominación social del publicista, así como su domicilio fiscal.

Para solicitar su inclusión en el Registro de Publicistas, las personas interesadas deberán presentar ante la Secretaría los documentos con los que se acredite su interés y, en su caso, la personalidad de quien promueva, su domicilio legal para oír y recibir notificaciones, así como demás requisitos que al efecto establezca la Secretaría.

El procedimiento para su inscripción se establecerá en el Reglamento. Asimismo, la Secretaría contará con 45 días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud para emitir la respuesta correspondiente.

Artículo 31. Las autoridades competentes para la emisión, verificación y, en su caso, sanción de lo relacionado con esta Ley, proporcionarán a la Secretaría la información necesaria para alimentar el Registro de Publicistas; lo anterior, con la finalidad de que exista una coordinación interinstitucional y una administración pública eficaz y eficiente.

Artículo 32. En el supuesto de que el publicista sea sancionado por infracciones a esta Ley se dará de baja del Registro de Publicistas, hasta en tanto no cumpla con las sanciones que le hayan sido impuestas.

Artículo 33. Las personas titulares de los Municipios, en el ámbito de sus competencias, expedirán las Autorizaciones de anuncios previstas en esta Ley.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 34. Los permisos que emita la Secretaría se realizarán de conformidad con lo establecido en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas.

Artículo 35. Además de lo establecido en el artículo 28, las personas titulares de las Licencias están obligadas a:

- I. Cumplir con las obligaciones establecidas en la Licencia respectiva;
- II. Pagar, de manera puntual e íntegra, los derechos que establece la Ley de la materia;
- III. Sujetarse a las disposiciones en materia urbana, ambiental, gestión integral de riesgos, protección civil, a las Normas Oficiales Mexicanas y demás que resulten aplicables;
- IV. Permitir al personal comisionado por la Secretaría y al de la Coordinación Estatal la revisión de los medios publicitarios, así como a los Municipios la práctica de visitas de verificación administrativas y demás acciones que deriven de las mismas, en el ámbito de sus respectivas competencias, conforme con las disposiciones jurídicas aplicables;
- V. Contratar un seguro de responsabilidad civil;
- VI. Retirar, al vencimiento del plazo de la Licencia, los bienes que se hayan instalado con motivo de éstas, siempre que no se haya solicitado su revalidación. Dicho trámite deberá realizarse con 10 días hábiles de anticipación al vencimiento del plazo;
- VII. Observar las normas y disposiciones que resulten aplicables para el cumplimiento del objeto y actividades reguladas por la presente Ley;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

VIII. Estar inscritas en el Registro de Publicistas de la Secretaría, y

IX. Las demás que señale la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables. Se exceptúan de lo previsto en la fracción II de este artículo los medios publicitarios temporales definidos en el Reglamento que coadyuven a financiar el mejoramiento o rehabilitación del espacio público, a través del mantenimiento y conservación de parques, jardines, camellones y áreas verdes.

En este supuesto, la Licencia respectiva será vigente únicamente durante el tiempo que duren los trabajos de mantenimiento. En ningún caso el costo del mantenimiento sería inferior al pago de los derechos de la licencia correspondiente. Todo medio publicitario sujeto a lo establecido en el presente artículo deberá exhibir de manera visible los datos de la Licencia y la vigencia de ésta, de conformidad con lo que se establezca en el Reglamento.

Artículo 36. Tratándose de medios publicitarios instalados en el espacio público o en cualquier otro bien visible desde el exterior, siempre que se trate de proyectos de infraestructura para la movilidad en los organismos que forman parte del Sistema Integrado de Transporte Público y sus componentes complementarios, siempre y cuando estén comprendidos y cumplan con lo dispuesto en el artículo 14 de la presente Ley, se registrarán de acuerdo con los requisitos de la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas, la Ley de Bienes del Estado y Municipios de Tamaulipas, sus respectivos reglamentos y demás ordenamientos que resulten aplicables.

Artículo 37. Para la instalación de medios publicitarios denominativos de una superficie mayor a los 5 metros cuadrados se deberá obtener Licencia ante la Secretaría, o en su caso, autorización ante el Municipio. Cuando se trate de medios publicitarios denominativos de superficie menor a 5 metros cuadrados no se requerirá ningún tipo de licencia, permiso o autorización, por lo que las personas



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

físicas o morales titulares de establecimientos mercantiles de bajo impacto que los instalen, no serán consideradas como publicistas.

Asimismo, dichas personas podrán utilizar para fines de información gráfica sobre la oferta de sus establecimientos las vitrinas, aparadores, ventanales, puertas, bardas y vanos del inmueble en el que se encuentren los establecimientos mercantiles; sin que sea necesario acreditar algún pago o contribución, ni mayor trámite que el Aviso de Apertura del Establecimiento mercantil del que se trata. Sin embargo, deberán observarse las medidas de armonía arquitectónica que se establezcan en el Reglamento.

Lo previsto en el párrafo anterior no será aplicable para establecimientos mercantiles de impacto vecinal e impacto zonal; por lo que en este supuesto estarán obligadas a solicitar la Licencia o autorización correspondiente.

Artículo 38. Las licencias de medios publicitarios deberán solicitarse por escrito ante la Secretaría, dicha solicitud se resolverá en un plazo no mayor de 30 días hábiles.

A la solicitud de Licencia se deberá adjuntar la siguiente documentación, según corresponda:

- a) Responsiva de un director Responsable de Obra, así como los planos estructurales, memoria de cálculo y de cimentación en su caso, firmados por éste;
- b) Copia certificada del poder del representante legal;
- c) Recibo de pago de los derechos correspondientes previstos en el Código Fiscal del Estado de Tamaulipas;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

d) Planos acotados a escala (plantas y alzados) deberán incluir el diseño, materiales, acabados, colores, texturas, dimensiones, iluminación y detalles estructurales o de fijación y demás especificaciones técnicas, así como incluir la imagen objetivo de la instalación que se pretenda. Tratándose de medios publicitarios de proyección se deberá presentar la propuesta que incluya el horario y contenido de ésta;

e) Opinión Técnica Favorable otorgada por la Coordinación Estatal, respecto del medio publicitario que se pretende instalar, en los términos y para los casos que señale el Reglamento;

f) Póliza de seguro de responsabilidad civil;

g) Cronogramas de los trabajos de mantenimiento a realizarse durante la vigencia de la Licencia;

h) Fecha, nombre y firma del solicitante, y

i) Los demás requisitos que establezca el Reglamento.

Para la solicitud de prórroga, se deberá cumplir con los requisitos previstos en los incisos a), c), e), y f) de esta fracción.

No podrán instalarse medios publicitarios no autorizados o que obtengan previamente la Licencia, Permiso o Autorización correspondiente.

Artículo 39. Los publicistas, previo a la solicitud de una licencia, deberán obtener su inscripción en el Registro de Publicistas, en los términos que señale el Reglamento.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 40. No podrán otorgarse Licencias a aquellas personas físicas o morales que:

- I. Sean sancionados en tres ocasiones por infracciones a esta Ley;
- II. Se les haya sido revocada la Licencia en los nueve meses anteriores a la presentación de la solicitud, y
- III. No se encuentren inscritas en el Registro de Publicistas o su registro haya sido suspendido, revocado o dado de baja.

Artículo 41. La Licencia de medios publicitarios que expida la Secretaría, permitirá al publicista beneficiado la instalación de los medios publicitarios aprobados por un plazo de tres años prorrogables una vez por el mismo periodo; salvo los siguientes medios publicitarios, que tendrán la siguiente vigencia:

- a) La Licencia que permita la instalación de medios publicitarios en tapiales tendrá la misma vigencia que la manifestación de construcción respectiva;
- b) Tratándose de las Licencias para medios publicitarios en vallas o carteleras su vigencia será de uno a tres años. El pago de derechos por dicha Licencia se realizará de forma anual y podrá solicitarse su refrendo con 30 días de anticipación a su vencimiento, y
- c) Tratándose de Licencias para medios publicitarios de información cívica o cultural, éstas se otorgarán con temporalidad acotada variable. Por cada medio publicitario, la Secretaría deberá expedir una Licencia.

Artículo 42. Una vez que se autorice la expedición de la Licencia, la persona titular de la misma tendrá un plazo de cinco días hábiles para entregar a la autoridad



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

competente la póliza de seguro de responsabilidad civil para garantizar la reparación de daños a terceros o a sus bienes, la cual deberá mantenerse vigente durante el plazo de la Licencia. Dicha póliza deberá presentarse anualmente durante la vigencia de la Licencia.

En caso de no presentar la póliza de seguro de responsabilidad civil en el plazo establecido, la Licencia se revocará de pleno derecho.

Artículo 43. Las Licencias deberán contener al menos los siguientes elementos:

- I. Nombre y domicilio de la persona titular;
- II. Objeto, fundamento y motivación de su otorgamiento;
- III. Datos de ubicación, diseño, dimensiones, materiales y especificaciones técnicas;
- IV. Descripción general del medio publicitario;
- V. Vigencia de la Licencia;
- VI. La naturaleza y el monto de las garantías que, en su caso, deberá otorgar el licenciataria para el cumplimiento de las obligaciones contenidas en las disposiciones jurídicas aplicables;
- VII. Pago de derechos que se deriven de la Licencia, en términos del Código Fiscal del Estado de Tamaulipas;
- VIII. Causales de revocación de la Licencia;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

IX. Los derechos y obligaciones del licenciatario, en la que se incluirá el cronograma de los trabajos de mantenimiento;

X. La obligación de remitir informes avalados por un Director Responsable de Obra y un Corresponsable en Seguridad Estructural, en los términos que señale el Reglamento;

XI. Fecha de otorgamiento;

XII. Las razones que podrán dar lugar a la modificación del contenido de la Licencia, y

XIII. Las que se señalen en el Reglamento y la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas.

Artículo 44. Para la instalación de enseres utilizados para el servicio de acomodadores de vehículos con publicidad integrada se deberá presentar aviso a la Secretaría, y al Municipio cuando los enseres se encuentren en vía secundaria, debiendo anexar al mismo el pago de derechos ante el Municipio.

En ningún caso la instalación de dichos enseres podrá obstaculizar el libre tránsito de las personas en la vía pública, se deberá garantizar el uso adecuado de las áreas de tránsito peatonal y vehicular.

Artículo 45. Las personas titulares de Licencias deberán ceder gratuitamente el cinco por ciento de sus espacios publicitarios a la Secretaría de manera permanente para difusión de publicidad institucional, salvo el tipo de casos que indique otro porcentaje en la presente Ley.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 46. Queda prohibido ceder, gravar o enajenar a terceros la Licencia o alguno de los derechos otorgados a través de esta, por lo que, cualquier acto de cesión diferente al referido en el artículo inmediato anterior no tendrá ningún efecto jurídico.

Artículo 47. La Licencia se extingue por las siguientes causas:

- I. Vencimiento del plazo por el que se haya otorgado;
- II. Renuncia;
- III. Revocación o nulidad;
- IV. Quiebra o liquidación del licenciatario, y
- V. Las demás que señale el Reglamento.

Artículo 48. 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 los ordenamientos aplicables;
- III. Ceder, gravar o enajenar la Licencia o algunos de los derechos en ella establecidos;
- IV. No presentar la póliza de seguro de responsabilidad civil en el plazo establecido para tal efecto;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

V. Derribar o podar árboles en contravención a las disposiciones legales aplicables;

VI. Instalar el medio publicitario en contravención a los requisitos establecidos en esta Ley;

VII. Incumplir con el cronograma de mantenimiento al medio publicitario, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento;

VIII. Incumplir con las obligaciones que establezca la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables, y

IX. Las demás que establezca la presente Ley, su Reglamento y demás ordenamientos aplicables.

Artículo 49. El titular de la Licencia deberá retirar los medios publicitarios dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que haya concluido su vigencia.

CAPÍTULO SEGUNDO DE LAS AUTORIZACIONES

Artículo 50. Los Municipios podrán otorgar autorizaciones para la instalación de anuncios a través del cual se difunden mensajes de información de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares, así como los de tipo denominativo, tapiales y carteleras de muro ciegos en planta baja, ubicados en vialidades secundarias, siempre que no se encuentren en corredores publicitarios, en Áreas de Conservación Patrimonial, en Áreas de Valor Ambiental, Áreas Naturales Protegidas o en Suelo de Conservación. Dichas autorizaciones tendrán la siguiente vigencia:



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

- a) Tres meses prorrogables para anuncios de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares;
 - b) Tres años prorrogables para los denominativos;
 - c) Tratándose de tapiales, tendrá la misma vigencia que la manifestación de construcción respectiva, y
 - d) En carteleras de muros ciegos en planta baja, su vigencia será de un año.
- Las Autorizaciones se otorgarán en los términos que señale el Reglamento.

Artículo 51. Todo medio publicitario con una superficie inferior a la que se estipule en el Reglamento no requerirá de Autorización.

Artículo 52. Las Autorizaciones para la instalación de anuncios, deberán solicitarse por escrito a la persona titular del Municipio respectivo, dichas autoridades resolverán en un plazo no mayor a 10 días hábiles.

En caso de que la persona solicitante no reciba respuesta en el plazo señalado, aplicará la negativa ficta.

El formato de la solicitud de Autorización 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;
- III. Domicilio y dirección electrónica para oír y recibir notificaciones;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

IV. Plano en el que se indiquen ubicación, diseño, dimensiones, materiales, colores y demás especificaciones técnicas del anuncio, así como una fotografía del inmueble donde se pretendan instalar, con el montaje de estos;

V. Fecha y firma del solicitante, y

VI. Opinión técnica favorable en materia de protección civil emitida por la Coordinación Estatal de Protección Civil, únicamente cuando se trate de autorizaciones para anuncios, con excepción de los anuncios de compra, venta, renta, traspaso de inmuebles, oferta de empleo o similares.

A la solicitud deberá agregarse el pago de derechos correspondiente en términos del Código Fiscal del Estado de Tamaulipas, además de los requisitos señalados en el Reglamento.

Artículo 53. La Autorización se extingue por cualquiera de las siguientes causas:

I. Vencimiento del plazo por el que se haya otorgado;

II. Renuncia;

III. Expedición de la autorización de uso y ocupación del inmueble construido, en su caso;

IV. Revocación o nulidad, y

V. Las demás que señale el Reglamento.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 54. El titular de la autorización deberá retirar los anuncios dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha en que haya concluido la vigencia de la Autorización respectiva.

CAPÍTULO TERCERO DE LOS PERMISOS

Artículo 55. Para la instalación de medios publicitarios en vehículos de transporte, de pasajeros y de carga en todas sus modalidades se requerirá de Permiso otorgado por la Secretaría.

Por lo que hace a medios publicitarios en equipamiento auxiliar de transporte, será necesaria la obtención de la autorización respectiva por parte de la Secretaría.

La instalación de los medios publicitarios referidos en el presente artículo se registrará por lo dispuesto en la Ley de Movilidad del Estado de Tamaulipas, la Ley de Bienes del Estado y Municipios de Tamaulipas, la presente Ley, sus respectivos reglamentos y demás ordenamientos que resulten aplicables, así como por lo dispuesto en los Lineamientos que para tal efecto emita la Secretaría dentro del ámbito de sus atribuciones.

Los recursos generados por la contraprestación deberán ser ejercidos por los organismos de transporte correspondientes para garantizar el servicio, mantenimiento y funcionamiento de sus instalaciones y unidades.

CAPÍTULO CUARTO PLATAFORMA DIGITAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 56. La Plataforma es la herramienta tecnológica que permitirá contar con una base de datos que proporcione la información relativa a las Licencias, Permisos



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

y Autorizaciones que se emitan en materia de publicidad exterior, en términos de la presente Ley y su Reglamento.

La Plataforma contará con características tecnológicas que permitan la consulta de la información que contenga, así como mecanismos confiables de seguridad que garanticen la protección de la información recabada, de conformidad con lo que señale el Reglamento.

Artículo 57. La Plataforma estará integrada por:

I. Un catálogo oficial de las Licencias, Permisos y Autorizaciones otorgadas conforme a lo previsto en esta Ley;

II. Los datos de ubicación de los medios publicitarios que cuenten con las Licencias, Autorizaciones o Permisos y, en su caso, de identificación del vehículo o bien en el que se instale;

III. Las opiniones técnicas favorables de los estudios de riesgos emitidos por la Coordinación Estatal de Protección Civil, y

IV. El Registro de Publicistas inscritos ante la Secretaría.

Artículo 58. La Secretaría será la encargada de administrar la Plataforma y asignará una cuenta de acceso a las autoridades competentes, que les permita utilizar la Plataforma para el ejercicio de sus atribuciones en términos de la presente Ley y demás normativa aplicable.

Artículo 59. La Plataforma contará con mecanismos que aseguren el cumplimiento a las disposiciones previstas en materia de protección de datos personales, transparencia, acceso a la información pública y en materia de archivos.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 60. El Catálogo Oficial contendrá, al menos, los siguientes elementos:

- I. Número de la Licencia, Permiso o Autorización, el nombre de su titular, vigencia y, de ser el caso, los datos de la prórroga o de la extinción;
- II. Resoluciones o sentencias firmes emitidas por autoridad judicial o administrativa que afecten las Licencias, Autorizaciones o Permisos;
- III. Número de registro ante la Coordinación Estatal del estudio de riesgo, así como la respectiva opinión técnica favorable, que en su caso corresponda;
- IV. Número de póliza de seguro de responsabilidad civil y, en su caso, fecha de renovación de la póliza correspondiente, y
- V. Los demás que se señalen en el Reglamento de la presente Ley.

TÍTULO CUARTO ÓRGANOS DE PARTICIPACIÓN

CAPÍTULO ÚNICO CONSEJO CONSULTIVO PARA MEDIOS PUBLICITARIOS

Artículo 61. El Consejo será el órgano de consulta, cuyo objeto es opinar y asesorar a la Secretaría sobre las acciones necesarias para dar cumplimiento a la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 62. El Consejo tendrá las siguientes funciones:



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

I. Asesorar a la Secretaría en los asuntos de su competencia en materia de publicidad exterior conforme a la presente Ley;

II. Recomendar a la Secretaría realizar estudios y, en su caso, proporcionar a la misma estudios con los que se cuente, así como adoptar políticas, acciones y metas tendientes a cumplir con las obligaciones establecidas en la presente Ley;

III. Promover la participación de la ciudadanía, de manera informada y responsable en materia de publicidad exterior;

IV. Dar seguimiento a las políticas y acciones en la materia;

V. Integrar grupos de trabajo especializados y comisiones que coadyuven, de manera honorífica, al cumplimiento de las funciones del Consejo;

VI. Conocer de los informes de trabajo de la Secretaría y, en su caso, emitir las sugerencias que considere pertinentes para reforzar las políticas y acciones en materia de publicidad exterior;

VII. Elaborar y aprobar sus lineamientos para su organización y funcionamiento;

VIII. Celebrar y dar seguimiento a acuerdos interinstitucionales de manera coordinada con las áreas involucradas, según el asunto que, dentro del ámbito de sus atribuciones, cuenten con el objeto de cumplir con los fines de la presente ley,
y

IX. Las demás que se determinen en las disposiciones reglamentarias.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 63. El Consejo estará integrado por una persona representante de las siguientes áreas de la Administración Pública y del Congreso del Estado de Tamaulipas, quienes contarán con derecho a voz:

I. Persona titular de la Secretaría, quien lo presidirá;

II. Secretarías de Gobierno;

III. Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente;

IV. Secretaría de Obras Públicas;

V. Secretaría de Finanzas;

VI. Las personas titulares de los Municipios, cuando se traten asuntos relacionados con su demarcación territorial; y

VII. Tres Diputadas o Diputados de la Comisión de Infraestructura, Desarrollo Urbano y Puertos, por acuerdo de esta y ratificadas por el pleno.

Artículo 64. A las sesiones del Consejo asistirán las siguientes personas, quienes contarán con derecho a voz:

I. Cinco personas representantes de las asociaciones, cámaras, personas físicas o morales cuyas actividades tengan como fin u objeto la publicidad exterior, y

II. Dos personas representantes de instituciones académicas.

La participación de las personas contempladas en el presente artículo será honorífica; asimismo, la asesoría, recomendaciones, opiniones o sugerencias que



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

emitan, tendrán el carácter consultivo, coincidente con la naturaleza del Consejo; por lo que no serán vinculantes.

Artículo 65. El Consejo contará con una Secretaría Técnica designada por la Presidencia, quien elaborará los lineamientos de operación y funcionamiento del Consejo.

La Presidencia designará a las personas representantes de la industria de la publicidad exterior y de las instituciones académicas. Previo a la instalación de la primera sesión del Consejo, realizará las gestiones pertinentes para la designación de los referidos integrantes, posiciones que serán rotativas por periodos de 1 año, con posibilidad de ratificarse por un periodo igual.

Artículo 66. Las personas representantes de las dependencias y entidades de la Administración Pública del Estado de Tamaulipas deberán tener, al menos el nivel de dirección general y podrán designar a un suplente con nivel mínimo de dirección de área o equivalente con atribuciones coincidentes en materia de la presente Ley.

Artículo 67. Por la naturaleza de los temas a tratar en las sesiones de la Comisión, la Presidencia del Consejo podrá invitar a otras autoridades, así como a personas físicas y organizaciones relacionadas, con los temas relacionados de la presente Ley; y cuya participación será de carácter honorífico.

Artículo 68. El Consejo aprobará, a propuesta de la Presida, los lineamientos de operación y funcionamiento de dicho órgano colegiado, los cuales deberán ser presentados en la sesión de instalación del Consejo establecer, cuando menos, los aspectos siguientes:

I. Procedimiento para convocar a las sesiones, tanto ordinarias como extraordinarias y dejar constancia de los acuerdos tomados;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

II. Procedimiento para asegurar la participación de personas físicas o morales de los sectores vinculados a las materias objeto de la Ley, y

III. Mecanismos para la conformación de comisiones y grupos de trabajo sobre temas específicos, cuando así se considere necesario.

Artículo 69. El Consejo sesionará en forma ordinaria cuatro veces al año y extraordinaria cuando la urgencia de los asuntos a tratar así lo amerite, previa convocatoria que realice la Secretaría Técnica por instrucciones de la Presidencia del Consejo. Las sesiones podrán ser presenciales, virtuales o mixtas; lo que se detallará en los lineamientos respectivos.

El Consejo sesionará válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus integrantes.

TÍTULO QUINTO

PROCEDIMIENTO DE VERIFICACIÓN ADMINISTRATIVA

CAPÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 70. La determinación y ejecución de visitas de verificación administrativa, de medidas cautelares y de seguridad, así como de las sanciones que correspondan, se sujetarán a las formalidades y al procedimiento que se prevé para tal efecto en la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas, así como las demás disposiciones jurídicas y administrativas aplicables.

Artículo 71. Las personas que se determinen como responsables solidarias de la instalación de un medio publicitario estarán obligadas a pagar los gastos que se generen a la Administración Pública del Estado por el retiro de medios publicitarios que realicen las autoridades competentes.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 72. Toda persona que advierta la instalación flagrante de un medio publicitario en contravención de lo dispuesto en esta Ley podrá solicitar a los elementos de la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Tamaulipas que intervengan para su remisión correspondiente ante la autoridad competente, cuando no se acredite en forma suficiente la existencia de una Licencia, Autorización o Permiso de dicho medio publicitario.

Cualquier persona podrá presentar denuncia ciudadana por presuntos actos, hechos u omisiones que pudieran constituir incumplimiento a las disposiciones de esta Ley, su Reglamento y demás normativa aplicable en la materia, el Municipio respectivo, en el ámbito de sus respectivas competencias, así como solicitar a estos dos últimos entes la práctica de las visitas de verificación administrativa.

CAPÍTULO SEGUNDO

MEDIDAS CAUTELARES Y DE SEGURIDAD

Artículo 73. La autoridad competente podrá determinar una o más de las siguientes medidas cautelares y de seguridad:

- I. Aseguramiento de materiales, vehículos, utensilios, instrumentos, equipos, herramientas y cualquier bien directamente relacionado con el hecho que motiva la medida;
- II. Suspensión temporal total o parcial de los medios publicitarios;
- III. Retiro total o parcial de medios publicitarios, estructuras e instalaciones;
- IV. Inhabilitación de medios publicitarios;



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

V. Corte, pintado o cubrimiento de los medios publicitarios, así como cualquier otra acción que impida la visibilidad de las marcas, productos y servicios que se promocionen o de información que estos contengan, y

VI. Las demás que establezcan los ordenamientos legales en la materia.

Las autoridades competentes podrán solicitar el auxilio de la fuerza pública para ejecutar cualquiera de las medidas previstas en el presente artículo.

La Secretaría, la Coordinación Estatal, y los Municipios ejecutarán, en el ámbito de sus respectivas competencias, las medidas y determinaciones que en materia de publicidad exterior dicten las autoridades jurisdiccionales.

CAPÍTULO TERCERO INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 74. Las verificaciones e imposición de medidas cautelares y de seguridad, así como las sanciones por la comisión de infracciones a la presente Ley corresponderán a los Municipios en los términos siguientes:

I. A los Municipios corresponderá, en el ámbito de su respectiva competencia, lo referente a los medios publicitarios considerados como anuncios conforme a lo definido en la presente Ley;

II. A los Juzgados Cívicos corresponde la imposición de arrestos administrativos con los ordenamientos que resulten aplicables, y



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

III. A la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Tamaulipas la remisión de los presuntos infractores y de vehículos al depósito, en los casos a los que se refiere esta Ley.

Artículo 75. Las sanciones previstas en esta Ley se aplicarán sin perjuicio de las previstas en la legislación de desarrollo urbano y ordenamiento territorial, así como demás ordenamientos aplicables.

Artículo 76. Independientemente de las sanciones de carácter civil, serán solidariamente responsables del pago de las multas y de los gastos causados por el retiro de medios publicitarios que ordene la autoridad, quienes hayan intervenido en la instalación de estos. Se presume, salvo prueba en contrario, que han intervenido en la instalación de los medios publicitarios:

I. El publicista;

II. El responsable del inmueble o mueble en el que se instaló, y

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, así como los objetos publicitarios colocados provisionalmente sobre las banquetas o el arroyo vehicular, serán considerados bienes abandonados y la autoridad administrativa podrá retirarlos directamente.

Artículo 77. En los procedimientos administrativos que se instruyan para la imposición de sanciones, harán prueba plena las fotografías y videgrabaciones de



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

los medios publicitarios instalados en contravención a la presente Ley, así como los pendones, gallardetes, carteles y, en general, los medios publicitarios o partes de ellos que logre asegurar o detectar el personal de verificación.

Artículos 78. Los elementos de policía de la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Tamaulipas que adviertan la instalación ilegal flagrante de un elemento publicitario deberán presentar a las personas responsables ante el Ministerio Público o el Juzgado Cívico, conforme al ámbito de su competencia.

Toda persona podrá presentar ante la Procuraduría Ambiental y Urbana de Tamaulipas, denuncia ciudadana por presuntos actos, hechos u omisiones que constituyan o puedan constituir incumplimiento o falta de la aplicación de las disposiciones de esta Ley y las disposiciones que de ella deriven en los términos dispuestos en la Ley de dicha Entidad.

Artículo 79. La Procuraduría Ambiental y Urbana de Tamaulipas, presentará a la autoridad administrativa competente o ante el Tribunal de Justicia Administrativa del Estado de Tamaulipas, la acción procedente para demandar la nulidad o revocación de actos administrativos dictados en contra de las disposiciones contenidas en esta Ley y demás disposiciones jurídicas de que ella emanen.

Artículo 80. En los supuestos en que se determine el retiro de medios publicitarios como medida cautelar y de seguridad o en su caso como sanción, las personas responsables estarán obligadas a llevar a cabo dicho retiro total o parcial, en caso de no realizarlo, la autoridad competente lo podrá ejecutar a costa del responsable.

En caso de que la autoridad de la Administración Pública del Estado de Tamaulipas lleve a cabo el retiro parcial o total de los medios publicitarios, por haber sido imposición como medida cautelar y de seguridad o sanción, los gastos que se generen serán determinados como créditos fiscales a cargo de las personas



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal del Estado de Tamaulipas.

Los restos del medio publicitario deberán ser reclamados por las personas interesadas dentro de los 30 días hábiles siguientes al retiro, los cuales serán entregados por la autoridad, previo pago del costo del retiro y del almacenaje, de conformidad con el Código Fiscal del Estado de Tamaulipas. De no ser así, la autoridad ejecutora determinará su destino final, el cual podrá consistir en:

I. Destrucción;

II. Venta o remate;

III. Donación a instituciones públicas con fines de interés social, y

IV. Cualquier otro que sea en beneficio del interés social.

Lo anterior, sin perjuicio de las determinaciones que se dicten con motivo de la calificación de las actas de visita de verificación administrativa o en las resoluciones administrativas correspondientes.

Las especificaciones relacionadas con la determinación del destino final se detallarán en el Reglamento.

Artículo 81. La persona servidora pública que expida una Licencia, Permiso o Autorización en contravención de lo establecido en la presente Ley y demás disposiciones aplicables, será sancionada en términos de las disposiciones en materia de responsabilidades administrativas, civiles o penales aplicables.

Artículo 82. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, al titular de un Permiso Administrativo Temporal



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Revocable, Licencia o Autorización temporal cuando las características del medio publicitario instalado no correspondan a las previstas en los mismos.

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 medio publicitario 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 del medio publicitario a su costa.

Quienes resulten afectados en su interés jurídico, en los términos de la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas, pueden ejercer las acciones correspondientes ante las autoridades competentes, cuando se hayan otorgado Permisos, Licencias y Autorizaciones temporales en contravención a las disposiciones contenidas en la presente Ley.

Artículo 83. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas al publicista, anunciante, y cualquier persona física o moral que intervenga en la comercialización de los espacios publicitarios, así como el retiro del medio publicitario a costa del primero, que sin contar con el permiso administrativo temporal revocable, licencia o autorización temporal respectivo, ejecute o coadyuve en la instalación de un medio publicitario.

Artículo 84. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitario a su costa, a la persona física o moral que sin contar con la Autorización o Licencia correspondiente, ejecute o coadyuve en la instalación de pendones o gallardetes en un inmueble público o privado, puente



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

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 inmutable de 24 a 36 horas y el retiro de los medios publicitarios 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 medio publicitario. El Municipio correspondiente, presentará, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda.

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 Municipio condicionará la expedición de dicha autorización al pago de la multa y al retiro de los pendones o gallardetes respectivos.

Artículo 85. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitarios a su costa, a la persona física o moral que ejecute o coadyuve en la instalación de uno o más medios publicitarios adheridos a un inmueble público o privado, puente vehicular o peatonal, paso a desnivel, bajo-puente, 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 inmutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa de los medios publicitarios.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

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 de los medios publicitarios. El Municipio correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrella por la comisión del delito que corresponda.

En cualquier caso, cuando el medio publicitario no autorizado contenga publicidad relativa a la celebración de un espectáculo público, los Municipios negarán el permiso para la celebración, o lo revocarán de oficio si ya lo hubieren expedido.

Artículo 86. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro del medio publicitario a su costa, al titular de la Licencia o Autorización que incurra en cualquiera de las siguientes infracciones:

I. Agregue elementos de propaganda al contenido de un medio publicitario denominativo;

II. Adhiera medios publicitarios al vidrio de un ventanal o escaparate, y

III. Instale medios publicitarios no permitidos 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 medio publicitario.

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 medio publicitario y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas. El Municipio correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrella por la comisión del delito que corresponda.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 87. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del medio publicitario, al titular de la licencia o autorización que instale un medio publicitario denominativo en un inmueble distinto de aquel en donde se desarrolle la actividad de la denominación o razón social respectiva.

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 medio publicitario.

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 medio publicitario y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas.

El Municipio correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querrela por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 88. Se sancionará con multa de 6,000 a 12,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y retiro a su costa del medio publicitario, al titular de la licencia o autorización que instale un medio publicitario 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 medio publicitario.

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 medio publicitario y arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

El Municipio correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Artículo 89. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, arresto administrativo inmutable de 24 a 36 horas y el retiro del medio publicitario, a la persona física que ejecute o coadyuve en la instalación de un medio publicitario en un mueble urbano sin contar con la licencia de la Secretaría.

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

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 inmutable de 24 a 36 horas y el retiro a su costa del medio publicitario.

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 medio publicitario. El Municipio correspondiente presentarán, además, ante el Ministerio Público, la denuncia o querella por la comisión del delito que corresponda.

Si el mueble urbano consiste en una caseta telefónica o caja de registro de líneas telefónicas, el retiro del medio publicitario podrá consistir en la aplicación de pintura al mueble urbano.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 90. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente y el retiro del medio publicitario a su costa, al titular de una licencia o autorización que no retire los gallardetes y demás medios publicitarios 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 medios publicitarios 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 medio publicitario.

Artículo 91. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente al responsable del medio publicitario, así como la remisión del vehículo al depósito de la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Tamaulipas, y al conductor de un vehículo desde el cual se proyecten medios publicitarios sobre las edificaciones públicas o privadas, sea que el vehículo se encuentre en movimiento o estacionado.

La misma sanción se aplicará a las personas infractoras relacionadas y 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 medios publicitarios de propaganda.

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



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

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 inmutable de 24 a 36 horas y la remisión del vehículo al depósito.

Los particulares o anunciantes que incumplan con las reglas de propaganda electoral que establezca la legislación electoral, estarán sujetos al régimen de sanciones que dispone este capítulo.

Artículo 92. Se sancionará con multa de 12,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, y el retiro del medio publicitario a su costa, al titular de un Permiso Administrativo Temporal Revocable, Licencia o Autorización que incumpla con lo establecido en el artículo 17 de 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 medios publicitarios a su costa, si volviera a colocarlos.

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 medio publicitario si lo coloca por tercera vez.

El Municipio deberá presentar, además, ante el ministerio público, la denuncia por la comisión del delito que corresponda.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 93. Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 94. Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores, así como los gastos que se generen por el retiro parcial o total de los medios publicitarios por parte del Gobierno del Estado de Tamaulipas, cuando éste haya sido impuesto como medida cautelar y de seguridad, o sanción, serán considerados créditos fiscales a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal del Estado de Tamaulipas.

Sin perjuicio de las sanciones referidas expresamente en los artículos anteriores de este capítulo, la autoridad competente podrá determinar cómo sanción el retiro parcial de medios publicitarios; la Revocación de Permisos, Licencias o Autorizaciones; la Inhabilitación del medio publicitario; la exclusión temporal o permanente del Registro de publicistas, y las demás que señalen el Reglamento y las disposiciones jurídicas aplicables.

CAPÍTULO CUARTO DE LOS DELITOS

Artículo 95. Se le impondrá de tres a seis años de prisión, así como multa de 500 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente, a quien atente contra la protección, conservación y regulación del paisaje urbano del Estado de Tamaulipas al realizar o participar en la instalación de un medio publicitario:



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

- a) En azoteas, instalados o pintados en cerros, rocas, árboles, bordes de ríos, lomas, laderas, bosques, lagos o en cualquier otra formación natural;
- b) Autosoportados prohibidos en los términos de esta Ley;
- c) Pintado o adherido en fachadas que no sean denominativos;
- d) Envoltentes;
- e) Proyecciones sobre materiales plásticos, lonas, o elementos colocados o adheridos en fachadas;
- f) Que atenten contra la dignidad de las personas o vulneren los valores o derechos humanos, y
- g) En zonas de conservación ecológica, áreas de valor ambiental o áreas naturales protegidas;

Las penas previstas en este artículo se duplicarán cuando una o más de las conductas descritas en el párrafo anterior se desarrollen en suelo de conservación ecológica, área natural protegida, área de valor ambiental, barrancas o áreas verdes en suelo urbano, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables.

Este delito se perseguirá de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno del Estado de Tamaulipas, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria, o sanción administrativa o penal, según lo resuelva el Juez competente.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 96. Comete el delito en contra de la protección, conservación y regulación del paisaje urbano del Estado de Tamaulipas, quien permita la instalación de un medio publicitario en azoteas, así como de un medio publicitario adosado, tapial, valla o muro ciego sin contar con la licencia o autorización que exija esta ley, y se le impondrá de tres a seis años de prisión, así como de 6,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente.

Se entiende que permite la instalación, el propietario, poseedor, responsable o administrador del inmueble, o quien celebre convenio con persona cuyo objeto consista en la colocación y venta de espacios publicitarios.

Artículo 97. A quien tenga la propiedad, posesión, administración, disposición, uso o disfrute de una grúa o vehículo que se utilice, por sí o por interpósita persona, para la instalación de un medio publicitario en azotea, así como un medio publicitario auto soportado, adosado, tapial, valla, o en muro ciego sin contar con licencia o autorización que exija esta ley, se le impondrán las mismas penas establecidas en el artículo anterior, además de las multas administrativas de tránsito respectivas, al vehículo, si fuere el caso.

Artículo 98. Comete delito contra el ambiente quien, para ejecutar, preparar, instalar o modificar un medio publicitario auto soportado, en azotea, adosado, tapial, valla muro ciego, pode, desmoche o tale uno o más árboles sin autorización o licencia que exija la legislación aplicable, y se le impondrá de un año a cuatro años de prisión, así como de 6,000 a 15,000 veces la Unidad de Medida y Actualización vigente.

Las penas previstas en este artículo se duplicarán cuando una o más de las conductas descritas en el párrafo anterior se desarrolle en suelo de conservación ecológica, área natural protegida, área de valor ambiental, barrancas o áreas verdes en suelo urbano, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Artículo 99. Los delitos de este Capítulo se perseguirán por denuncia, con excepción de los previstos en los dos primeros artículos de este, en los cuales se refiere que son de oficio, asimismo, la reparación del daño será a favor del Gobierno del Estado de Tamaulipas, y consistirá en el retiro del medio publicitario instalado ilegalmente, o en el pago del costo del retiro del medio publicitario, cuando se haya llevado a cabo como medida precautoria según lo resuelva el Juez competente.

Las multas impuestas en términos de las disposiciones anteriores serán determinadas como créditos fiscales, a cargo de las personas infractoras y su cobro se realizará a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos del Código Fiscal del Estado de Tamaulipas.

CAPÍTULO QUINTO DE LOS MEDIOS DE IMPUGNACIÓN

Artículo 100. Las personas que se consideren afectadas por los actos y resoluciones emitidas por las autoridades competentes conforme a lo dispuesto en esta Ley y su Reglamento podrán interponer el recurso de inconformidad previsto en la Ley de Procedimiento Administrativo para el Estado de Tamaulipas, ajustándose a lo previsto por la misma o juicio de nulidad ante el Tribunal de Justicia Administrativa del Estado de Tamaulipas de conformidad con lo dispuesto por la Ley respectiva.

Artículos Transitorios

Primero. - El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico oficial del Estado.



Lucero Deosdady Martínez López

Diputada Local

Segundo. – La Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente contará con 120 días naturales después de la entrada en vigor del presente decreto para emitir el Reglamento de la presente Ley.

Tercero. – A la entrada en vigor del presente Decreto, se derogan las demás disposiciones que se opongan a la presente Ley.

Cuarto. – El presente decreto deberá remitirse a todas las instancias de Gobierno mencionadas para su conocimiento y adecuación de su marco jurídico.

Tampico, Estado de Tamaulipas a los 30 días del mes de octubre del año 2025.

ATENTAMENTE

Dip. Lucero Deosdady Martínez López