

# 500 Anuncios Fueron Retirados del Periférico y 200 de Otras Avenidas

## Casi Ninguno Tenía Licencia y Muchos Constituían un Peligro

De los 700 anuncios gigantescos que hasta el momento han sido retirados de las calles de la ciudad, por constituir un grave peligro para la seguridad pública y por atentar contra la fisonomía de la metrópoli, el 98 por ciento carecía de licencia y el 2 por ciento las tenían vencidas.

Lo anterior fue informado ayer en el Departamento del Distrito Federal, en donde se dijo que su retiro, consecuentemente, se hizo con base en lo que establece el reglamento vigente de anuncios comerciales y publicitarios, y por otra parte, la acción continuará hasta extenderse incluso al primer cuadro, con apoyo en este reglamento.

Al respecto se dijo que las oficinas de Planificación de cada una de las delegaciones de la ciudad han levantado ya censos de esos anuncios, particularmente de los de grandes dimensiones.

De ese gran total de anuncios retirados hasta el momento, 500 se encontraban a lo largo del Anillo Periférico y 200 en Viaducto Piedra, Cazada de Tlalpan,

Fray Servando Teresa de Mier, Melchor Ocampo, Reforma y San Juan de Letrán.

### OPINA UN ARQUITECTO

El arquitecto Teodoro González de León, calificó la medida del gobierno como de "muy saludable", y al respecto dijo que el comercio ha invadido todo el espacio de esta ciudad "hasta el espacio invisible, que es el de la radio y televisión".

Con la desaparición de anuncios en el periférico ha pasado algo muy claro: simplemente han aparecido los árboles, muchos que estaban tapados por esos mismos anuncios, dijo.

Señaló que en avenidas de gran movimiento de vehículos, como es el caso del Periférico, esos anuncios constituían elementos de distracción muy peligrosos, y que por otra parte, al ser retirados, se ha observado que la estructura que los detenía resultó ser muy endeble.

Más adelante expresó que él tenía la impresión de que

las personas que han alquilado las azoteas de sus casas le tienen muy poco respeto al lugar en donde viven y al respecto dijo que "el espacio urbano es una responsabilidad común de todos", y que en algunas arterias puede observarse tal cantidad de anuncios —a lo largo de un kilómetro, por ejemplo—, que éstos deben ser considerados como un serio atentado a la privacidad individual. Puso como ejemplo los anuncios que circundan al monumento del Caballito.

Sin embargo, reconoció que esto ha sido culpa de las autoridades que permitieron que no se cumplieran los reglamentos "dando a los anunciantes manga ancha".

### OTRAS OPINIONES

El arquitecto Enrique del Moral, ex director de la Escuela Nacional de Arquitectura, de la UNAM, manifestó por su parte que debe programarse la colocación de anuncios, pues éstos rompen con la fisonomía de la ciudad, y al respecto señaló que debe estudiarse el problema no sólo desde el punto de vista publicitario, o de impacto, si-

no también en cuanto a la integración de esos anuncios con la arquitectura de la ciudad.

Los anuncios actuales son anárquicos, afean a la ciudad y ponen en peligro la estructura de los edificios que no están calculados para resistir esas tensiones, además de que contaminan el ambiente, dijo.

El ingeniero Manuel Landa, presidente de la Asociación de Ingenieros y Arquitectos de México, expresó que le parecía una idea magnífica la emprendida por el gobierno de retirar los anuncios, pues, dijo, de esta manera se está luchando contra la contaminación ambiental. Al hacer comparaciones con ciudades de otros países, manifestó que en nuestro caso se ha llegado al abuso, en una actitud que incluso está fuera de todo reglamento.

El presidente del Colegio de Ingenieros de México, Carlos Martín del Castillo, aseveró por su parte que sólo un 10 por ciento de todos los anuncios comerciales en la ciudad cuentan con la licencia respectiva, y que el DDF ha obrado de acuerdo con los reglamentos además de que resuelve un problema al retirarlos.