

CON PUNTO DE ACUERDO, POR EL QUE SE EXHORTA AL GDF A ESTIMULAR A LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS PARA USAR PLÁSTICOS BIODEGRADABLES EN LA PUBLICIDAD DE VENTA O RENTA DE BIENES INMUEBLES, A CARGO DE LA DIPUTADA ELSA MARÍA MARTÍNEZ PEÑA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE NUEVA ALIANZA

Elsa María Martínez Peña, diputada federal integrante del Grupo Parlamentario de Nueva Alianza en la LXI Legislatura del Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 58 y 60 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, presenta a consideración de esta soberanía la siguiente proposición con punto de acuerdo de urgente y obvia resolución, al tenor de las siguientes

Consideraciones

1. Que de acuerdo con datos de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos, en el artículo *Producción masiva de vivienda en la Ciudad de México: dos políticas en debate*, de Catherine Paquette Vasalli y Mabel Yescas Sánchez, revista *Centro-h*, número 3 de abril de 2009, a partir del año 2000, dos políticas públicas han contribuido a generar importantes cambios urbanos en la zona metropolitana de la Ciudad de México: la política federal de financiamiento de vivienda de interés social nueva terminada, que dio lugar a la producción de grandes fraccionamientos habitacionales ubicados en las periferias, y la política local de redensificación del área central de la metrópoli implementada por el gobierno del Distrito Federal, que ocasionó la construcción de una gran cantidad de edificios habitacionales.
2. Que derivado del análisis conjunto de estas dos políticas, en particular de sus impactos en términos urbanos, ambientales y sociales, así como de sus limitaciones en cuanto al logro de sus objetivos, es dable cuestionar la pertinencia de este tipo de acción pública, incluso más allá del caso de la Ciudad de México y por ende, invitan a formular interrogantes acerca del papel que juegan y el que deberían jugar hoy día, las autoridades y el sector inmobiliario en el desarrollo urbano de nuestro país.
3. Que aunado a lo anterior, como parte de la sobreoferta de inmuebles de la Ciudad de México, las empresas inmobiliarias se dedican a promocionar dichos espacios, mediante la propaganda impresa de pendones, gallardetes, banderines, lonas impresas de material no degradable, que pasado tiempo se convierte en basura, afectando de manera importante las condiciones del medio ambiente: material y visualmente.
4. Que uno de los impactos más evidentes y que en muchas ciudades y localidades del país vivimos, es la contaminación visual causada con pendones, mantas y carteles dispuestos sobre el mobiliario urbano (como postes de luz, puentes, andadores, semáforos, vialidades y banquetas). Peor aún, miles de árboles son perforados y lastimados en todo el país para colgar ahí la propaganda de ventas de bienes inmuebles, ya sean departamentos o casas habitación.
5. Que en muchas ocasiones se ha encontrado colocada propaganda inmobiliaria obstruyendo –de plano– señalamientos viales o peatonales, distrayendo con ello la atención sobre importantes avisos para el uso correcto del espacio público y de reglas de convivencia.
6. Que indudablemente la propaganda inmobiliaria al igual que la electoral en los últimos años, ha generado una considerable cantidad de residuos sólidos a los que, desafortunadamente, no siempre se les da un manejo adecuado y producen serias afectaciones a nuestro medio ambiente, como contaminación del aire, del agua y del suelo, lo que repercute indudablemente en nuestra salud y calidad de vida.
7. Que si se tratara de material biodegradable entonces este puede ser utilizado posteriormente, tal como lo constituye la propaganda “utilitaria consistente en utensilios de uso personal o para el hogar, y prendas de vestir o accesorios”.

8. Que aunado a los citados argumentos, la Estrategia Local de Acción Climática del Distrito Federal señala que la Ciudad de México y 59 municipios conurbados del estado de México generan 7.8 por ciento del total de las emisiones de gases de efecto invernadero con las que contribuye México a nivel mundial.

9. Que los factores que han propiciado esta situación son los patrones desordenados de urbanización, consumo y producción que “aceleraron del deterioro ambiental en detrimento de la calidad de vida de todos sus habitantes”.

10. Que desde el Grupo Parlamentario Nueva Alianza hemos fomentado la conciencia del daño que estamos causando al medio ambiente con la propaganda inmobiliaria en el Valle de México, no sólo con la basura generada, sino también con la contaminación visual que día a día forma parte del paisaje urbano al que desgraciadamente empezamos a acostumbrarnos; lo cual hace necesaria y urgente, la pronta solución que vincule a las inmobiliarias y a la autoridad responsable en el cumplimiento de la legislación vigente en esta materia; además de generar mecanismos o instrumentos efectivos para su solución en el corto plazo.

Por lo anterior, sometemos a consideración de esta honorable soberanía, la siguiente proposición con

Punto de Acuerdo

Único. Se exhorta al gobierno de la Ciudad de México a incentivar a las empresas inmobiliarias a la utilización de plásticos biodegradables en la propaganda de venta o renta de bienes inmuebles.

Dado en el Palacio Legislativo de la Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión, el 30 de noviembre de 2010.

Diputada Elsa María Martínez Peña (rúbrica)