**Controles a publicidad callejera enfrenta empresas con la IMM**

**El sector denuncia conducta “discrecional” para habilitar carteles y amenazas a los edificios con un aumento del 300% de la contribución inmobiliaria**

 En: http://www.elobservador.com.uy/noticia/237136/controles-a-publicidad-callejera-enfrenta-empresas-con-la-imm/

La Asociación Uruguaya de Publicidad Exterior y Medios Afines (Aupema), que comprende a 150 empresas vinculadas con la cartelería urbana, denuncia que la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) pretende una “erradicación disimulada” de la publicidad en la vía pública  y perjudica a un sector que paga en tributos US$ 4,2 millones anuales.

De acuerdo al decreto municipal 33.071, el 90% de la cartelería existente tiene que reducirse o darse de baja para adaptarse a una nueva normativa, más rigurosa, todavía no vigente.

Esta norma se basa en una matriz territorial que establece qué tipo de cartel se puede instalar según la zona. Antes se solicitaba la habilitación al tiempo que se procedía a la colocación del cartel, puesto que el trámite dura meses. Ahora, se debe realizar previo a la instalación, por lo que se afectan los procesos comerciales.

Aupema denunciará hoy ante la Comisión de Legislación de la Junta Departamental una conducta “discrecional” ejercida por la IMM para no conceder autorización o para multar carteles con similares características. “No hay un criterio objetivo para decir por qué sí a este cartel y a este cartel no, cumpliendo los dos con la norma. Queremos un pie de igualdad para todas las empresas”, manifestó Guzmán Acosta y Lara, asesor letrado de Aupema.

El abogado denunció que la IMM envió intimaciones a los edificios en las que se “amenaza con un aumento de 300% de la contribución inmobiliaria” si el cartel que exhiben no se ajusta a la normativa. Además, se advierte que es “pasible de una denuncia penal por desacato en caso de no cumplir”. Guzmán indicó que esta intimación se hace sin previo contacto con las empresas. “Es una política de terror”, afirmó.

La directora de Acondicionamiento Urbano de la IMM, Eleonora Bianchi, explicó que ese aumento está previsto en la normativa departamental por “edificación inapropiada”. No obstante, declinó hacer comentarios respecto a las acusaciones de las empresas puesto que  no se ha comunicado con Aupema.

Solo contestó que el decreto es explícito en los criterios por los que se habilita y se multa. El exdirector de Espacios Públicos, Daniel Espósito, había dicho a El Observador que la comuna iniciaría una ofensiva para cambiar el perfil de la ciudad. “Las empresas serán todas intimidas”, señaló en mayo. La normativa prevé sanciones pecuniarias desde $ 3.000 a $210.000.

Aupema advierte que si el sector continúa perdiendo negocios, 800 puestos de trabajo se verán afectados, así como 700 edificios (que abarcan a 30.000 familias), que hoy reciben beneficios por cartelería, por la pérdida de un ingreso de US$ 2,7 millones anuales. Además, 7.000 pequeños comercios dejarían de percibir por concepto de patrocinio US$ 12,6 millones.

Pero la IMM también sufriría recortes. Acosta y Lara calculó una pérdida de US$ 4,2 millones anuales por concepto de impuestos.

La IMM se ha parado firme ante la publicidad callejera, entre varios argumentos, por la contaminación visual que generan las marquesinas y los carteles de diferentes tamaños y, en especial, cuando están ubicados en zonas patrimoniales, o causan una perturbación en el tránsito. El problema es que la franja costera o avenida Italia son las localizaciones más solicitadas por los clientes y las que tienen más restricciones.

Un relevamiento de Aupema dice que en toda la extensión de la rambla hay menos de 30 carteles de gran porte y eso no puede ser comparado con la contaminación visual que existe alrededor del Obelisco de Buenos Aires, o la que existía en San Pablo antes de 2007, cuando se prohibió la publicidad callejera.