# Momento complicado para publicidad exterior

##### El presidente de la Cámara de Publicidad Exterior dijo que “la aplicación de la normativa lleva a que las empresas prácticamente desaparezcan o trabajen en su mínima expresión

##### http://www.elobservador.com.uy/noticia/254868/momento-complicado-para-publicidad-exterior/

##### Economía/Empresas - Decreto

El 90% de la cartelería publicitaria ubicada en las calles de Montevideo viola un decreto aprobado por la Junta Departamental de Montevideo (IMM) en 2009, según recordó el presidente de la Cámara de Publicidad Exterior y gerente general de Publicartel, Jorge Mata.

La normativa reduce el tamaño y la densidad de estos carteles en determinadas zonas y hasta la prohíbe en la rambla.

Desde hace un mes la comuna se encuentra en una etapa de diálogo con las cámaras empresariales del sector de la publicidad exterior para que se presenten las propuestas que modifiquen la norma, según indicó Eleonora Bianchi, directora de Acondicionamiento Urbano de la IMM. De esta dirección depende la novel Unidad de Contralor de la Publicidad, Señalética y Comunicación de la IMM.

Esta unidad es la encargada administrar la publicidad y propaganda, tanto en el espacio público como en bienes de dominio privado pero visibles desde el espacio público.

En 2009 la Junta Departamental de Montevideo aprobó el decretó 33.071 que regula el tamaño de los carteles de publicidad exterior, y la prohíbe en la rambla, y dio 30 meses para que las empresas que colocan los carteles se adecuaran a la norma.

Aunque ese plazo venció en junio de 2012 continúan en la vía publica carteles en infracción, los que, según Mata, son el 90% del todos los carteles que hay en el departamento.

El presidente de la Cámara de Publicidad Exterior dijo que “la aplicación de la normativa lleva a que las empresas prácticamente desaparezcan o trabajen en su mínima expresión”, por lo que durante el período de adecuación tuvieron reuniones “constantes” para que el decreto tenga en cuenta la “realidad comercial” del sector, aunque admitió que “el grueso de la normativa se mantiene prácticamente inalterado”.

**Afectados**

De la publicidad exterior dependenden directamente unas 800 personas, a lo que se suman herrerías, imprentas y quienes hacen las marquesinas. Mata no descarta que Publicartel tenga que enviar a algunos de sus trabajadores a seguro de paro si la norma no se modifica, aunque asegura que ese es “el último recurso”.

Mata dijo que ya hay imprentas que comenzaron a enviar trabajadores a seguro de paro, ya que al reducirse el tamaño y la cantidad de los carteles no pueden hacer frente a los costos operativos.

Las infracciones a lo dispuesto por la norma son sancionadas según la gravedad y las multas pueden alcanzar el valor de 55 UR ($ 35.921)y 350 UR ($ 228.589).

**Las zonas más restrictivas son las más rentables**

El decreto deja casi sin carteles la zona del sur de avenida Italia, donde se encuentra la mayor posibilidad de venta de publicidad. Avenida Italia, 18 de Julio, Rivera, bulevar España y 26 de Marzo, junto con la rambla, son las zonas que más valor tienen desde el punto de vista publicitario, explicó Mata. La normativa tiene una fuerte matriz territorial, explicó el presidente de la Cámara de Publicidad Exterior, y es justamente en estas zonas donde aparecen las mayores restricciones.

La directora de Acondicionamiento Urbano de la Intendencia de Montevideo, Eleonora Bianchi, dijo a Café y Negocios que la razón para prohibir los carteles en la rambla es que se trata de “un espacio patrimonial”.

Como consuelo, la norma prevé menos restricciones en ciertas zonas de la capital para la publicidad exterior. Sin embargo, Jorge Mata dijo que esos lugares tienen escaso valor publicitario, ya que los anunciantes quieren estar en las principales vías, donde tengan mayor visibilidad. Además, las reducciones de tamaño en las principales vías hacen que la publicidad se vuelva invisible y no tenga sentido la inversión