<http://www.afbadu.org.uy/novedades/439-normativa-sobre-carteleria-en-comercios-de-montevideo.html>

|  |
| --- |
| [Normas sobre cartelería en comercios de Montevideo](http://www.afbadu.org.uy/novedades/439-normativa-sobre-carteleria-en-comercios-de-montevideo.html) |

|  |
| --- |
| 24 / 07 / 2013 |
| artelería en pequeños comercios de Montevideo  Las inspecciones a pequeños comercios por parte de la Intendencia Municipal de Montevideo (IMM) para controlar la cartelería publicitaria generaron numerosas quejas de una gran cantidad de establecimientos minoristas.   Los comerciantes se mostraron muy sorprendidos por las inspecciones municipales que intiman a extraer o pagar por cartelería publicitaria que da a la vía pública, desde marquesinas hasta adhesivos.  La directora de la Unidad de Contralor de la Publicidad, Señalética y Comunicación de la IMM, Silvia Rama, dijo que la nueva reglamentación municipal fue informada a los comerciantes a través de diferentes gremiales.  La actual normativa del régimen de publicidad está vigente en Montevideo desde el 10 de setiembre de 2009. Su objetivo fue contemplar los avances tecnológicos y los cambios de la ciudad. Para hacerla cumplir y centralizar las actividades, en noviembre de 2009 se creó la Unidad de Contralor, que funciona en el 4° piso de la Intendencia.  Después de un plazo de 30 meses concedido para que se adecuara toda la cartelería instalada bajo la legislación anterior, y aquella que no respetara ninguna norma comunal, en junio de 2012 entró en vigencia el decreto 33.071 y comenzaron las inspecciones.  "A partir de que la normativa quedó totalmente vigente, en junio del año pasado se empezó a hacer el contralor en Montevideo", comentó Rama.  Durante las recorridas, se les va notificando a los comerciantes que, si tienen algún permiso autorizado, deben presentarlo en la Intendencia, y si el permiso caducó o respondía a la normativa derogada, contarán con plazos de 30, 60 y 90 días, según los casos, para tramitar uno nuevo.   El contralor no se hace en todas las zonas todos los meses, pero sí se van turnando. Un mes se sale a una zona, otro mes a otra y así se va trabajando.   Esta modalidad de trabajo se debe, principalmente, a una cuestión de recursos humanos. En total son 13 los inspectores para relevar toda la cartelería de Montevideo.  Para la arquitecta Silvia Rama, "no es cierto que esto sea para recaudar; se busca mejorar la imagen de la ciudad y por eso se dan plazos para renovar o sacar los permisos. El 91% de los cerca de 3.000 expedientes que tenemos hoy son adecuaciones de los comerciantes. Eso quiere decir que han respondido favorablemente. Se trata de trámites de solicitud de permisos, de consulta, y de regularización", comentó.  Algunos comercios ya han empezado a quitar la cartelería. Y en varios lugares es probable que desaparezcan las sillas y sombrillas con publicidad.   Toda la publicidad que esté en el espacio público o privado pero visible al público exige actualmente un permiso y paga tasas o impuestos.  "Quien ponga una calcomanía, un cartel, un saliente, o lo que fuere que haga publicidad, tiene que tener un permiso. Lo que es publicidad fuera de sede (como el nombre del negocio en una marquesina) no paga impuesto de propaganda, se cobra una tasa por el servicio del permiso. Pero si en el comercio hay un anuncio de otra empresa o producto, sí lleva impuesto de propaganda, como en todo el país", explicó la arquitecta Rama.  Los valores impositivos dependen del tipo de cartel, su tamaño y otras características. En tanto, la tasa a pagar por el permiso de construcción (instalación de un cartel) ronda los $ 4.000.   Los permisos para vehículos cuestan también $ 2.168. Las multas por infracciones pueden llegar a $ 200.000.   **Curiosidades y exigencias de la norma**  Para contrarrestar la ostensible polución visual de algunas zonas de Montevideo, el decreto 33.071 incorpora algunos artículos curiosos. Por ejemplo, el que admite la colocación de pegotines en superficies vidriadas y en muros de fachada.   "Estos elementos de propaganda deberán colocarse concentrados en un sector del plano soporte conformando una unidad, no pudiendo en ningún caso superar en total 0.50 m² de superficie por comercio o local, ni el 5% de la superficie vidriada correspondiente a cada vano".  En una ciudad enchastrada por grafitis y pintadas que no respetan comercios, árboles, columnas ni cementerios, también llama la atención la mira puesta sobre las transparencias. En otro artículo se indica que "únicamente se admitirá la graficación de letras y logos que no posean fondo; éstos podrán ser adheridos a la superficie transparente. No podrán superar el 20% de la superficie vidriada de cada empresa. En todos los casos la superficie de propaganda se considerará como el área en que se inscribe el mensaje".  El decreto también autoriza las carteleras digitales, aun cuando reconoce que pueden "provocar inconvenientes a causa de distracciones a conductores y transeúntes", y por lo tanto "la Intendencia de Montevideo controlará los mensajes a través de las oficinas competentes, así como los tiempos de cada publicidad móvil proyectada con relación al tiempo cronometrado de semáforos, en caso de estar próximo a esquinas. A cambio de esto, se demanda "que el 10% del tiempo proyectado sea al servicio de la Intendencia de Montevideo, distribuido equitativamente en las horas del día (un mínimo de 6 minutos cada hora), según dispone la normativa correspondiente.  La Intendencia podrá retirar la propaganda instalada en predios del dominio privado apreciable desde el espacio público. El costo de la remoción será cargado a la propiedad donde esté fijada la cartelería. Serán solidariamente responsables el propietario del inmueble, el instalador de la publicidad y el titular del producto publicitado o sus representantes.   QUE NO OBSTRUYAN SEÑALIZACIÓN  El decreto de la intendencia prohibe, oentre otras cosas, la colocación o fijación de letreros, carteles, afiches y demás elementos de propaganda que oculten lugares balizados (en los que el tránsito de vehículos requiera hacerse con precauciones) u oculten chapas de nomenclatura de calles o carteles viales.  CARTELES EN LAS FACHADAS  Se prohibe instalar letreros y carteles en los muros frontales de las fincas o en los predios de la propiedad privada, que desfiguren el aspecto de los edificios o alteren las líneas arquitectónicas de los mismos. Además, para hacerlo se deberá contar con el consentimiento expreso del dueño.  LAS SOMBRILLAS Y MESAS PAGARÁN  Las mesas, sillas y sombrillas que incluyan publicidad pagarán impuestos. En caso de que las empresas como Coca Cola o la cervecera Pilsen no se hagan cargo de la tributación, es otro costo más que se sumaría a los comerciantes. Aunque les queda la opción de quitarlas o adquirir equipamiento sin publicidad.    En pequeños almacenes, ferreterías y tiendas de ropa o licores, están desapareciendo carteles que sólo anunciaban el ramo del negocio. También se han sacado pegotines publicitarios de bebidas que se hallaban en las vidrieras, o hasta pizarrones negros en donde con tiza se anunciaban precios y ofertas. |