Prohíbe y sanciona el pegado de afiches o carteles publicitarios en bienes y espacios públicos o privados no destinados a tal uso

Boletín N° 12985-12

Antecedentes.

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) un afiche o cartel es una "*Lámina en que hay inscripciones o figuras y que se exhibe con fines informativos o publicitarios*".

En tal sentido, también se ha podido identificar al afiche como "*…un texto por medio del cual se difunde un mensaje con intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en algo o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector de algo determinado. Se caracteriza por que puede ser leído rápidamente capturando la atención del lector. Es capaz de cumplir varias funciones logrando, a través de él, interactuar y comunicarnos con el exterior*"[1].

Lamentablemente, todas las ciudades de Chile, con independencia de su tamaño y densidad demográfica, se encuentran actualmente colmadas de afiches, carteles y letreros puestos en forma indiscriminada sobre toda clase de bienes públicos, bienes fiscales y propiedad privada, muchas veces en contravención a la normativa legal vigente, produciendo contaminación visual y afectando la calidad de vida de los ciudadanos.

---

1 http://www.icarito.cl/2010/04/51-8789-9-afiche.shtml/ [Última revisión: lunes 16 de septiembre de 2019].

"La expresión "contaminación visual", aunque ya se empieza a utilizar en muchos países, todavía no está demasiado consolidada. Pero es que presenta peculiaridades que la hacen distinta a la acústica, del aire, del agua o de los suelos. Destinada en principio a expresar un exceso de carteles publicitarios en el espacio público de las ciudades y, por tanto, relacionada con el mundo de la publicidad, poco a poco ha ido ampliando su significado hasta abarcar en la actualidad una lista bastante grande de perturbaciones visuales que producen efectos indeseables en las personas afectadas"[2].

Así las cosas, si miramos en el derecho comparado, podemos encontrar por ejemplo lo que sucede en Costa Rica, quienes han establecido "*(...) en el artículo 71 de la Ley Orgánica del Ambiente del año 1995 lo siguiente: "Contaminación visual: Se considerarán contaminación visual, las acciones, obras o instalaciones que sobrepasen, en perjuicio temporal o permanente del paisaje, los límites máximos admisibles por las normas técnicas establecidas o que se emitan en el futuro"'. O en el caso de España, también en la Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía aparece la contaminación visual, aunque restringida al objeto de la ley: ´Se entiende por contaminación visual o perceptiva, a los efectos de esta Ley, aquella intervención, uso o acción en el bien o su entorno de protección que degrade los valores de un bien inmueble integrante del Patrimonio Histórico y toda interferencia que impida o distorsione su contemplación´"*[3].

En nuestro país, el artículo 2.7.10. del Decreto N°47 del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, que fija el texto de la Ordenanza General de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, establece las condiciones mínimas que debe cumplir la instalación de publicidad en la vía pública o

---

2 http://www.urbanlivinglab.net/contaminacion/ [Última revisión: lunes 16 de septiembre de 2019].

3 *Ibídem*.

que pueda ser vista u oída desde la vía pública. Dicha norma señala que la Municipalidad respectiva, a través del Plan Regulador Comunal o el Plan Seccional, podrá establecer mayores restricciones que las contempladas en el artículo mencionado, dejando a la discreción de cada dirección local comunal, los mecanismos para sancionar el uso indebido de los espacios para adherir publicidad.

A mayor abundamiento la misma Ordenanza General, hace incluso referencia a la propaganda y publicidad electoral, que ya cuenta con una regulación especial. Por tal motivo, consideramos aún más necesario hacernos cargo, de todo lo que significa adherir afiches publicitarios en bienes de uso público, muebles e inmuebles, propiedades fiscales y áreas verdes, para aseverar que creemos firmemente, que este tipo de actuaciones, generan una contaminación visual y una afectación patrimonial a todos los bienes ya eludidos.

Consecuencialmente, existen ejemplos respecto a ordenanzas municipales que restringen la mala utilización de los espacios públicos y privados, sancionado la adherencia de este tipo de afiches publicitarios, como por ejemplo lo que sucede en La Serena. No obstante, se necesita generar una política medioambiental, que regule a nivel nacional el cuidado del espacio público.

Debido a lo anterior, es necesario comenzar a regular e implementar mecanismos que desincentiven la colocación de afiches o carteles publicitarios en toda la ciudad, ya que la publicidad y propaganda impresa, hoy día se muestra como una evidente forma de contaminación, ello debido al impacto visual inmediato, generando una sobreestimulación en la población debido a su uso indiscriminado, ya que son muchos los ciudadanos que aprovechan, la pared de una casa, un paradero de microbuses, calles y asientos públicos y en general, todo espacio, que permita la adherencia de la publicidad sin considerar, si ella produce o no

un impacto medioambiental, y esto no sólo por la cantidad de papel impreso, sino porque aquel medio de difusión termina ensuciando completamente la ciudad.

Con todo, el presente proyecto de ley tiene por objeto, redireccionar el camino de la publicidad impresa en papel, estableciendo que existen otros medios, acordes a nuestros tiempos que permiten entregar los mismos mensajes, sin contaminar el medioambiente, como por ejemplo lo que sucede con las redes sociales, páginas de internet, correos electrónicos, aplicaciones móviles, etc. Todas las cuales se pueden financiar con el mismo dinero que se destina en la impresión.

Por todo lo antes descrito, consideramos que tratar de regular esta situación, hoy en día es un imperativo legislativo que contribuirá a mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, ya que el impacto social, visual y medioambiental, cada día es más grande.

Idea matriz

El proyecto de ley tiene por objeto crear un cuerpo legislativo, con la finalidad de regular la adherencia de afiches publicitarios - de cualquier índole – los cuales provocan una afectación, no sólo a la propiedad pública o privada, sino que al medioambiente. Por estos motivos, la iniciativa legal viene en proponer una sanción a todos quienes, sin importar el daño patrimonial y medioambiental, adhieran indiscriminadamente publicidad en espacio no habilitados para ello, sobre todo, para aquellas productoras que hacen uso indiscriminado de este tipo de publicidad y también para los artistas, emprendedores, empresarios y pequeños empresarios, con la finalidad de disuadir este tipo de conducta.

Por consiguiente, y con el mérito de los antecedentes expuestos, vengo en someter a la consideración de esta Honorable Corporación, el siguiente proyecto:

PROYECTO DE LEY:

ARTÍCULO ÚNICO: “Toda productora de espectáculos públicos, empresas, artistas y personas naturales que adhieran un afiche o cartel publicitario en bienes nacionales de uso público, tales como señaléticas de tránsito o paraderos, bienes muebles o inmuebles de propiedad privada, plazas y áreas verdes, y en general todos aquellos espacios públicos o privados que no se encuentren destinado para tal uso, serán sancionados con una multa a beneficio municipal en consideración al grado de afectación visual que ello genere a la ciudad.

Cuando la conducta sea ejecutada por empresas de gran tamaño, se aplicará una multa que va desde las 70 a las 100 UTM. Tratándose de empresas de menor tamaño o de personas naturales, se aplicará una multa de 5 a 10 UTM. Se entenderá por empresas de menor tamaño aquellas referidas en el artículo segundo de la Ley 20.416, y por empresas de gran tamaño, aquellas cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro superen las 2.400 unidades de fomento en el último año calendario.

En el caso de espectáculos públicos cuya organización dependiere de una productora de eventos, se sancionará con una multa que va desde las 40 a las 80 UTM, distribuyéndose en un 80% para la productora y en un 20% para el artista.

Erika Olivera
H. Diputada de la República