



INFORME DE LA COMISIÓN DE VIVIENDA, DESARROLLO URBANO Y BIENES NACIONALES RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS, VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS.

BOLETINES REFUNDIDOS N°s. 9686-09 y 10209-09 (S)

HONORABLE CÁMARA:

La Comisión de Vivienda, Desarrollo Urbano y Bienes Nacionales viene en informar el proyecto de ley referido en el epígrafe, en segundo trámite constitucional y primero reglamentario, de origen en mociones: el **primero**, de los senadores Pedro Araya Guerrero y Alfonso de Urresti Longton y de los exsenadores Antonio Horvath Kiss y Baldo Prokuriça Prokuriça y, el **segundo**, de los senadores Juan Antonio Coloma Correa, Alfonso de Urresti Longton y Jaime Quintana Leal y de los exsenadores Antonio Horvath Kiss e Ignacio Walker Prieto.

Durante el análisis del proyecto, la Comisión contó con la colaboración y asistencia de los señores Juan Antonio Coloma Correa, Senador de la República; Jaime Retamal Pinto, Director Nacional de Vialidad; Jaime Campos Canessa, Jefe del Departamento de Seguridad Vial de esa Dirección; Marcelo Ruiz Fernández, arquitecto, magíster en planificación urbana; Rodrigo Barrientos Núñez, asesor jurídico de la Asociación Chilena de Municipalidades; Marcelo Mesa Solís, secretario técnico de la Comisión de Vivienda y Urbanismo de la misma Asociación; Gonzalo Gazitúa Zavala y Nicolás Gálvez Inostroza, asesores legislativos del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, y de las señoras María Constanza Bosselin Molina, jefa del Departamento Jurídico de la Dirección de Vialidad y Graciela Correa Gregoire, asesora jurídica de la Asociación de Municipalidades de Chile.

Asimismo, se recibieron por escrito las opiniones de la señora Ana María Silva Garay, Directora área de Administración y Finanzas, Municipalidad de Providencia y de los señores Sergio Baeriswyl Rada, Presidente del Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y, de Andrés Celedón Baeza, Juez de Policía Local de Gorbea, región de la Araucanía.

I.- IDEAS MATRICES O FUNDAMENTALES.

La idea matriz consiste en regular la instalación de elementos publicitarios en los caminos públicos, vías urbanas y espacios públicos, a fin de velar por la seguridad de sus usuarios de manera que puedan trasladarse por ellos personas y bienes en condiciones que no amenacen sus vidas e integridad física y, de minimizar la contaminación visual que dichos elementos generan en el entorno, todo ello, procurando armonizar la seguridad vial y la libertad de emprendimiento.

II.- CONSTANCIAS REGLAMENTARIAS PREVIAS.

Para efecto de lo establecido en los números 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9 del artículo 304 del Reglamento de la Corporación, la Comisión dejó constancia de lo siguiente:

1. Normas de quórum especial.

- Artículos 20, inciso segundo (12, inciso segundo, del texto del Senado) y 28, inciso primero (18, inciso primero, del texto del Senado) ambos en relación con el artículo 77 de la Constitución Política de la República.

- Artículos 4°; 9, inciso segundo; 10 (9, inciso tercero, del texto del Senado); 11 (10 del texto del Senado); 12 (9, incisos quinto y sexto, del texto del Senado); 14 (9, inciso cuarto, del texto del Senado); 18 (11, inciso tercero, del texto del Senado); 19 (11, inciso quinto, del texto del Senado); 31 (19 del texto del Senado) y 33, inciso final (21, inciso final, del texto del Senado) todos los cuales inciden en atribuciones del Director de Obras Municipales sobre otorgamiento, denegación, revocación y renovación de permisos, y en el consiguiente derecho a percibir ingresos municipales y, en razón de ello, tienen carácter orgánico constitucional de conformidad con el artículo 118 de la Carta Fundamental.

- Artículos 6°; 7°; 8°; 18, inciso segundo (11, inciso tercero, del texto del Senado) y 39, letra b (27, letra b, del texto del Senado) en cuanto confieren atribuciones a las Direcciones Regionales de Vialidad, presentan el carácter de ley orgánica constitucional, en relación con el artículo 38 de la ley fundamental.

2. Normas que requieran trámite de Hacienda.

No hay artículos con competencia de la Comisión de Hacienda.

3.- Artículos aprobados en los mismos términos propuestos por el Senado.

En esa condición fueron aprobados los artículos 6; 13 (ha pasado a ser artículo 22); 19 (ha pasado a ser artículo 31); 20 (ha pasado a ser artículo 32); 22 (ha pasado a ser artículo 34); 23 (ha pasado a ser artículo 35); 24 (ha pasado a ser artículo 36); 25 (ha pasado a ser artículo 37) y 27 (ha pasado a ser artículo 39).

4.- Adiciones y enmiendas que la Comisión aprobó en la discusión en particular.

De conformidad con lo establecido por el artículo 304, numeral 7°, del Reglamento de la Corporación, se deja constancia que la Comisión introdujo las siguientes enmiendas al texto propuesto por el Senado:

Artículo 1°

Inciso primero

- Ha intercalado entre las expresiones “objeto” y “regular” la frase: “establecer requisitos, limitaciones, prohibiciones y sanciones con el propósito de”.

- Ha agregado a continuación de la expresión “espacio público,” la frase “sea que tales elementos se emplacen en bienes públicos o privados,”.

Artículo 2°

- Ha incorporado la siguiente letra e):

“e) El interior de unidades habitacionales, bien sea de forma directa o indirecta.”.

Artículo 3°

Letra c)

- La ha sustituido por la que sigue:

“c) Camino, Ruta o Vía de Belleza Escénica: Vía de comunicación terrestre, o tramos de la misma, emplazados en una zona o sector, sea urbano o rural, de alto valor paisajístico o turístico, que requiere un tratamiento diferenciado, destinado a preservar y proteger tales cualidades.”.

- Ha intercalado una letra l), nueva, pasando la actual letra l) a ser m) y así sucesivamente:

“l) Ordenanza local de propaganda y publicidad: Normas generales y obligatorias, aprobadas por la municipalidad correspondiente, aplicables para la instalación de los elementos publicitarios referidos en esta ley. Dicha ordenanza debe sujetarse al marco fijado por las leyes y reglamentos pertinentes, lo que incluye la posibilidad de especificar, precisar o complementar aquellas materias respecto de las cuales esta ley admite el establecimiento de normas locales, relacionadas con el control del impacto urbano de dichos elementos, tales como las referidas en las letras b) y e) del artículo 11, en el inciso final del artículo 26 y en el artículo 33, entre otras.”.

Artículo 4°

Inciso primero

- Ha reemplazado las palabras “establece el artículo 9°” por “regulan los artículos 9°, 10, 11, 12, 13 y 14”.

Artículo 5°

Letra e)

- La ha sustituido por la siguiente:

“e) Los que contengan texto variable y los que presenten movimientos de cualquier clase, con excepción de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25. Se prohíben también los elementos publicitarios que, por su alto contenido distractor, constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías y aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta. Asimismo, en caminos públicos, sean urbanos o rurales, se prohíbe incluir en el aviso la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.”.

Letra f)

- Ha sustituido la referencia al “artículo 16” por otra al “artículo 25”.

Artículo 7°

- Lo ha reemplazado por el que sigue:

“Artículo 7°.- De la fiscalización en materia de seguridad vial. Para efectos de la aplicación de esta ley, la fiscalización permanente de todo elemento publicitario cuente o no con la autorización previa señalada en el artículo anterior, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda.”.

Artículo 8°

Epígrafe

- Ha sustituido el vocablo “Belle” por “Belleza”.

Inciso segundo

- Ha reemplazado la frase “del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, de promulgado el año 2000 y publicado el año 2001” por “de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia”.

Artículo 9°

Epígrafe

- Ha reemplazado las palabras “Permiso de instalación otorgado por” por “Solicitud de permiso de instalación ante”.

Inciso tercero

- Ha pasado a ser artículo 10, con las siguientes enmiendas:
 - Ha incorporado, con anterioridad a la palabra “La”, la siguiente oración: “Artículo 10.- Exigencias para el otorgamiento del permiso de instalación.”.
 - En la letra f) ha reemplazado el guarismo “10” por la palabra “siguiente”.

Inciso cuarto

- Ha pasado a ser artículo 14, con las siguientes modificaciones:
 - Ha incorporado, con anterioridad a la palabra “La”, la siguiente oración: “Artículo 14.- Otorgamiento del permiso.”.
 - Ha sustituido la expresión “territorial,” por la frase “territorial y en la ordenanza local de propaganda y publicidad, previa entrega de la correspondiente garantía y”.

Incisos quinto y sexto

- Han pasado a ser artículo 12, sustituidos por el que sigue:

“Artículo 12.- Entrega de garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario. En forma previa al otorgamiento del permiso, el avisador publicitario deberá entregar en la Dirección de Obras Municipales de la comuna donde se ubique el correspondiente elemento publicitario mayor, una póliza de seguro, caución u otro tipo de garantía de carácter irrevocable, a nombre de la municipalidad respectiva, pagadera a la vista o que pueda ejecutarse en un plazo no superior a diez días desde el requerimiento de pago, que garantice el retiro de dicho elemento.

Para determinar el monto a garantizar, la municipalidad deberá considerar el tipo de estructura y superficie del elemento publicitario; su ubicación y emplazamiento; el número total de elementos publicitarios que dicho avisador tuviere autorizados en la comuna; y las características o dificultades asociadas a la eventual gestión de retiro por parte de la municipalidad, tales como la necesidad de contratar maquinaria especializada o que se trate de labores que requieran ser ejecutadas por personal distinto a los funcionarios municipales, entre otras particularidades.

Esta garantía se hará efectiva en caso que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la municipalidad respectiva, con cargo a esta garantía, en conformidad a lo señalado en el artículo 20, debiendo de inmediato el avisador renovarla en los términos establecidos en este artículo.”.

Inciso séptimo

- Ha pasado a ser artículo 13, sustituido por el que sigue:

“Artículo 13.- Validez de la garantía presentada con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público. La garantía referida en el artículo precedente no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores respecto de los cuales la municipalidad respectiva haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos asociados al retiro de la publicidad de dichos elementos, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 36 del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades.”.

Inciso octavo

- Ha pasado a ser artículo 15, reemplazado por el siguiente:

“Artículo 15.- Reclamación ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. Si el permiso fuere denegado o si la Dirección de Obras Municipales no se pronunciare por escrito sobre éste, dentro del plazo de treinta días contado desde la presentación de la solicitud, el petionario podrá reclamar ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo correspondiente, en los términos establecidos en los incisos tercero, cuarto y quinto del artículo 118 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.”.

Inciso noveno

- Ha pasado a ser artículo 16, con la siguiente enmienda:

- Ha incorporado, con anterioridad al vocablo “Para”, la oración “Artículo 16.- Remisión de copia de los permisos.”.

- Ha reemplazado el vocablo “otorgaron” por “dieron”.

Artículo 10

- Ha pasado a ser artículo 11, con las enmiendas que siguen:

Inciso primero Letra b)

- Ha intercalado, a continuación del punto que sigue a la voz “mismas” la oración “Tampoco podrán emplazarse en aquellas zonas, subzonas o vías públicas que restrinja para tal efecto la ordenanza local de propaganda y publicidad.”.

- Ha incorporado una letra e), del siguiente tenor:

“e) La ordenanza local de propaganda y publicidad podrá declarar, como Vías de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°. Los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde las mismas deberán resultar armónicos con dicha condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine la referida ordenanza local. La Dirección de Obras Municipales deberá rechazar la autorización si el elemento publicitario no cumple con lo establecido en la referida ordenanza local de propaganda y publicidad.”.

- Ha incorporado la siguiente letra f):

“f) Respecto de los elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos o desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, la superficie máxima de avisaje de cada elemento será de 96, 48, 24 y 12 metros cuadrados, respectivamente. En las vías definidas como vías de servicio o locales, solo estará permitido el emplazamiento de elementos publicitarios menores.”.

Inciso segundo

- Lo ha sustituido por el siguiente:

“Lo establecido en este artículo, es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la ordenanza local de propaganda y publicidad, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.”.

Artículo 11

Incisos primero y segundo

- Han pasado a ser artículo 17, sustituidos por el que sigue:

“Artículo 17.- Naturaleza de los permisos, plazo y caducidad por falta de instalación. Los permisos de instalación de elementos publicitarios serán intransferibles, tendrán carácter precario y podrán otorgarse por un plazo máximo de tres años, con las excepciones contempladas en la letra c) del artículo 11.

Sin perjuicio de lo anterior, el permiso caducará cuando hubieren transcurrido más de ciento ochenta días desde la fecha de su otorgamiento por la Dirección de Obras Municipales, sin que se hubiere instalado.

Lo señalado en los incisos anteriores, es sin perjuicio de la posibilidad que la municipalidad, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios, establezca otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.”.

Incisos tercero y cuarto

- Han pasado a ser artículo 18, sustituidos por el que sigue:

“Artículo 18.- Renovación de los permisos. El plazo de vigencia del permiso podrá ser renovado, previa solicitud ingresada a la Dirección de Obras Municipales, a lo menos con treinta días de anticipación al vencimiento de éste.

En tal supuesto, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley y exigir que se acompañe un pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, en el que se acredite fundadamente que no ha existido variaciones en las circunstancias que permitieron a dicho órgano dar su conformidad para la instalación cuya prórroga se solicita y que, como consecuencia de lo anterior, tales elementos mantienen su condición de no constituir un peligro para la seguridad vial.”.

Inciso quinto

- Ha pasado a ser artículo 19, reemplazado por el siguiente:

“Artículo 19.- Revocación de los permisos. A solicitud de parte interesada y por motivos fundados relacionados con la falta de cumplimiento de la normativa aplicable, la Dirección de Obras Municipales podrá revocar un permiso ya conferido y proceder con los trámites para obtener el retiro del elemento.”.

Artículo 12

Incisos primero, segundo, tercero y cuarto

- Han pasado a ser artículo 20, sustituidos por el que sigue:

“Artículo 20.- Obligación de retiro de los elementos publicitarios y facultad para disponer del auxilio de la fuerza pública. Vencido el plazo de vigencia del permiso de instalación o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, deberá procederse al retiro del elemento publicitario, dentro del plazo máximo de treinta días desde el vencimiento del plazo de vigencia o desde la revocación del permiso. Los costos relacionados con dicho retiro serán de cargo del avisador.

Para el caso que el avisador no efectúe el retiro en el plazo otorgado, el Director de Obras Municipales, en uso de sus facultades legales, deberá efectuar la correspondiente denuncia ante el juzgado de policía local competente, para que éste, de acuerdo con el procedimiento de la ley N° 18.287, ordene el retiro de los elementos publicitarios por la municipalidad respectiva, con cargo a la garantía constituida.

La municipalidad podrá requerir del Intendente o Gobernador el auxilio de la fuerza pública, el que podrá ser otorgado con facultades de allanamiento y descerrajamiento, a fin de retirar los elementos publicitarios que no cumplan con lo dispuesto en la legislación vigente.

Lo indicado en el inciso anterior es sin perjuicio de la facultad del alcalde para ordenar la demolición o el retiro de los elementos publicitarios, con el auxilio de la fuerza pública si fuere necesario, o imponer las multas o sanciones que correspondan, en conformidad a las disposiciones de la Ley General de Urbanismo y Construcciones y su Ordenanza General, y de las facultades entregadas a la Dirección de Vialidad en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.”.

Inciso quinto

- Ha pasado a ser artículo 21, reemplazado por el siguiente:

“Artículo 21.- Responsabilidad por eventuales daños a terceros y obligación de la municipalidad de arbitrar los medios para efectuar oportunamente el retiro. Los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueren retirados dentro del plazo correspondiente, aun cuando el juzgado de policía local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro, con cargo a la garantía constituida.

Sin perjuicio de lo anterior, el hecho que la municipalidad no sea responsable civilmente por tales daños, no obsta a que deba arbitrar los medios necesarios para efectuar oportunamente dicho retiro.”.

Artículo 14

- Ha pasado a ser artículo 23, con la siguiente enmienda:
- Ha sustituido la referencia al “artículo 21” por otra al “artículo 33”.

Artículo 15

- Ha pasado a ser artículo 24, con las siguientes modificaciones:

Inciso segundo

- Lo ha eliminado.

Inciso tercero

- Ha reemplazado la frase “Los avisadores que hayan sido eliminados del Registro” por “Aquellos avisadores que sean sancionados con la eliminación del Registro, conforme a las disposiciones del Título IV,”.

Artículo 16

- Ha pasado a ser artículo 25, con las siguientes enmiendas:

Letra c)

- La ha reemplazado por la siguiente:

“c) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares no podrán proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico. Únicamente podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta.”.

Artículo 17

- Ha pasado a ser artículo 26, reemplazado por el siguiente:

“Artículo 26.- Distancia mínima respecto de un punto peligroso y distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos. La distancia mínima entre un elemento publicitario y alguno de los puntos peligrosos definidos en el artículo 3° será determinada por los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, dependiendo de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de cada vía o camino.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 1000 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior es sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 1) del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad del camino o como resguardo de la belleza escénica del mismo.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrá ser inferior a 300 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior, sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 2) del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de la vía; o los que pudiere establecer la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad, para controlar el impacto en el entorno urbano que provocan estos elementos.”.

- Ha incorporado el siguiente artículo 27, nuevo:

“Artículo 27- Contenido transitorio relacionado con la seguridad vial o campañas de bien público. Los elementos publicitarios, instalados y con permiso vigente, que transitoriamente no presenten contenido publicitario, podrán exhibir mensajes alusivos a la seguridad vial o a cualquier otra campaña de bien público.”.

Artículo 18

- Ha pasado a ser artículo 28, reemplazado por el siguiente:

“Artículo 28.- Procedimiento sancionatorio. Las contravenciones a esta ley o a sus reglamentos serán sancionadas conforme al procedimiento establecido en la ley N° 18.287, siendo competente para conocer y resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario.

Lo anterior es sin perjuicio de lo establecido en los artículos 19, 20 y primero transitorio de la presente ley y en los artículos 20 y siguientes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, respecto a las infracciones a dicha ley, a la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones o a los instrumentos de planificación territorial, y sin perjuicio de lo establecido en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.”.

- Ha incorporado los siguientes artículos 29 y 30:

“Artículo 29.- Infracciones. Las contravenciones a esta ley y/o a sus reglamentos, se calificarán en gravísimas, graves, menos graves o leves, conforme al siguiente detalle:

1) Infracciones gravísimas:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 respecto de los elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor sin contar con el correspondiente permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales respectiva.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, sin contar con la autorización previa del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en la faja vial de un camino público o de una vía urbana, o bien, sobrepasar con su estructura o con la proyección vertical del elemento, la línea de cercos o la línea oficial del respectivo camino o vía.

f) Instalar o mantener un elemento publicitario a contramano, en un punto peligroso o a menos de la distancia mínima respecto de tales puntos, establecida por reglamento.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica o a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o por la Superintendencia del ramo.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario que, por su dimensión y/o ubicación, obstaculice la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) Instalar o mantener un elemento publicitario que no cumpla con las normas de seguridad contra incendio, de resistencia al viento, de resistencia de los elementos soportantes y sus fundaciones, de comportamiento de materiales, de instalaciones o sistemas u otras normas técnicas.

j) Instalar o mantener un elemento publicitario que altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.

k) Incurrir en tres infracciones graves dentro de un período de dos años o cinco leves, menos graves o graves en un año.

2) Infracciones graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que causen distracción o deslumbramiento a los conductores y usuarios de las vías.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario que complemente, imite, interfiera o afecte la debida percepción de las señales del tránsito o entorpezca el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en el espacio público, sin haber obtenido previamente la concesión o el permiso precario para el uso de dicho espacio, por parte de la municipalidad respectiva.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar, en una zona residencial exclusiva determinada por el instrumento de planificación territorial, incluidas las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas, o bien, en una zona, subzona o vía pública restringida para tal efecto por la ordenanza local de propaganda y publicidad.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario que supere la altura máxima de edificación establecida por el instrumento de planificación territorial o que no cumpla el régimen de rasantes u otra norma urbanística de la zona en que éste se emplace que le fuere aplicable.

f) No efectuar oportunamente el retiro de los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor que pueda ser visto desde una vía pública urbana declarada como camino público o desde una vía definida como vía expresa, troncal o colectora, cuya superficie de avisaje supere la superficie máxima admitida para tales vías.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor destinado a ser visto desde una vía de servicio o local.

i) No efectuar el retiro de un elemento publicitario dentro del plazo máximo de 30 días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde la revocación del mismo.

j) Haber garantizado el retiro de un elemento publicitario mediante una caución o garantía que, al momento de requerirse su ejecución por parte de la municipalidad respectiva, no se encuentre vigente o que no cubra los costos de dicho retiro.

k) Incurrir en cinco infracciones leves o menos graves dentro de un período de dos años.

3) Infracciones menos graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, salvo que se trate de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25.

b) Mostrar o proyectar, en un elemento publicitario o en elementos publicitarios sucesivos, anuncios que constituyan una serie o que representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

c) Mostrar o proyectar en caminos públicos, sean urbanos o rurales, la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con la autorización expresa del propietario del predio en que éste se emplaza, lo que incluye la autorización de la asamblea de copropietarios, en el caso de elementos que se emplacen en un bien común de un condominio acogido al régimen de copropiedad inmobiliaria.

e) No dar cumplimiento a la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento, respecto de un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar y que se encuentre emplazado en una zona en la que esté permitido este tipo de elementos publicitarios. Esta infracción se considerará grave en caso que la intensidad luminosa nocturna afecte el descanso de quienes habitan en unidades habitacionales desde las cuales pueda verse dicho elemento publicitario.

f) Incumplir la distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos que fuere aplicable.

g) Incumplir algún requisito específico distinto a los exigidos por esta ley, establecido en alguno de los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el instrumento de planificación territorial o en la ordenanza local de propaganda y publicidad.

h) Incurrir en cinco infracciones leves dentro de un período de dos años.

4) Infracciones leves:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en un antejardín.

b) Instalar un elemento publicitario cuando ya hubiere transcurrido el plazo de caducidad contemplado en el artículo 17.

c) No mantener un elemento publicitario en óptimo estado de conservación y limpieza.

d) No identificar, en el elemento publicitario, el avisador al cual pertenece.

Artículo 30.- Sanciones. La sanción que corresponda aplicar a cada infracción se determinará, según su gravedad, dentro de los siguientes rangos:

1) Las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias mensuales y/o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro.

2) Las infracciones graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro.

3) Las infracciones menos graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 5 a 20 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

4) Las infracciones leves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 1 a 5 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.”.

Artículo 21

- Ha pasado a ser artículo 33, con las siguientes enmiendas:

Inciso segundo

- Ha sustituido la referencia al “artículo 9” por otra al “artículo 12”.

Inciso tercero

- Ha reemplazado la referencia al “artículo 9” por otra al “artículo 12”.

- Ha eliminado la frase “o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, cuando corresponda”.

Artículo 26

- Ha pasado a ser artículo 38, con la siguiente modificación:

- Ha añadido como epígrafe del artículo el siguiente: ““Normas reglamentarias.”.

Artículo primero transitorio

Inciso primero

- Ha reemplazado las referencias al “artículo 26” y al “artículo 9°” por otras al “artículo 38” y al “artículo 12”, respectivamente.

Inciso tercero

- Ha sustituido la referencia al “artículo 16” por otra al “artículo 25”.

Inciso cuarto

- Ha reemplazado la referencia al “artículo 26” por otra al “artículo 38”.

Artículo segundo transitorio

- Ha incorporado como título el siguiente: “Plazo para dictar los reglamentos.”.

- Ha sustituido la referencia al “artículo 26” por otra al “artículo 38”.

- Ha incorporado el siguiente artículo tercero transitorio:

“Artículo tercero.- Plazo para dictar la ordenanza local de propaganda y publicidad. Las municipalidades que, a la fecha de publicación de esta ley, no hubieren dictado la ordenanza local de propaganda y publicidad referida en el numeral 5) del artículo 41 del decreto N° 2.385, de 1996, del Ministerio del Interior, que fija el texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales, deberán aprobarla en el plazo máximo de dos años, contado desde la publicación de esta ley.

Las municipalidades que hubieren dictado la ordenanza referida deberán adaptarla a las disposiciones de esta ley en el plazo señalado en el inciso anterior.”.

5.- Artículos rechazados.

En esa condición se encuentran los artículos 7; 11; 12; 17 y 18.

6.- Diputado informante.

Se designó al diputado señor Osvaldo Urrutia Soto.

III.- FUNDAMENTOS.

Boletín N° 9.686-09

Sus autores señalan que aun cuando toda actividad económica debe contar con los medios para dar a conocer los beneficios de sus productos o servicios, se observa una excesiva masificación de avisos y publicidad en los caminos públicos lo que genera serios riesgos para las personas y vehículos que circulan por las vías, a lo que se debe sumar una regulación antigua, que no contempla ni la expansión del avisaje caminero, ni nuevas tecnologías en su implementación.

Reseñan los autores que, sin perjuicio de que la Carta Fundamental reconozca el derecho de emprendimiento y de la propiedad, también consagra la función social del dominio lo que se traduce en que el legislador esté facultado para fijar limitaciones, prohibiciones y obligaciones a este derecho, para que en esta materia, puedan las personas trasladarse libremente por los caminos públicos en condiciones seguras, sin ver amenazado su derecho a la vida y a la integridad física, para lo cual se requiere, entre otras condiciones, la existencia de vías despejadas y sin contaminación visual.

Enfatizan que en la actualidad ha proliferado el avisaje en caminos públicos lo que ha implicado no solo contaminación visual, sino que un serio riesgo para los conductores que se ven expuestos a una sobre estimulación visual que provoca, en muchos casos, confusión y distracción lo que puede desencadenar accidentes carreteros. Debido a ello, afirman, la autoridad pública tiene el deber de intervenir a fin de garantizar buenas condiciones de visibilidad para un seguro y adecuado desplazamiento tanto de conductores como de pasajeros-

Concluyen que de lo expuesto surge la necesidad de regular esta actividad para armonizar el derecho de emprendimiento con la seguridad vial, por lo que se propone una nueva legislación destinada a dar protección y seguridad a las personas.

Boletín N° 10.209-09

Los autores de esta iniciativa sostiene que, a raíz del estudio del proyecto de ley que modifica normas de seguridad para la instalación de toda clase de dispositivos de publicidad en caminos públicos, sus fajas adyacentes y áreas circundantes (boletín N° 9.686-09), la Comisión de Obras Públicas del Senado convocó a diversos expertos en el tema de la seguridad vial, a entidades gremiales que agrupan a los avisadores, a las Asociaciones de Municipalidades y a autoridades y técnicos de los Ministerios de Obras Públicas, de Transportes y Telecomunicaciones y de Vivienda y Urbanismo y de la Subsecretaría de Turismo, de lo que se evidenció la necesidad de abordar en su integridad la regulación de la publicidad en los caminos públicos y en las vías urbanas, abarcando sus efectos tanto en lo referente a la seguridad del tránsito y del transporte como en lo atinente a la preservación del medio ambiente afectado por la contaminación visual.

Agregan que lo descrito fue el origen del proyecto de ley en estudio, el que regula la publicidad y la propaganda en caminos públicos y vías urbanas regulando, entre otros aspectos, un conjunto de definiciones, indicando los espacios en que pueden ser instaladas y, consagrando algunas prohibiciones, así como el tamaño, materialidad, distanciamiento, iluminación, intensidad, colorido, duración, movimiento y variabilidad de los elementos que las contienen.

Puntualizan que para el establecimiento de estos preceptos se tuvo en consideración los efectos de la publicidad y la propaganda en la seguridad vial como causa de distracción, su impacto ambiental, patrimonial y paisajístico, la densidad y velocidad del tránsito, las autorizaciones, permisos y garantías que se requieren, la duración, renovación y caducidad de los mismos, las sanciones, el órgano jurisdiccional y procedimiento aplicables y la creación de un Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

IV. RESUMEN DEL CONTENIDO APROBADO POR EL H. SENADO.

De conformidad a lo dispuesto en el numeral 2° del artículo 304 del Reglamento de la Corporación el texto aprobado por el H. Senado puede reseñarse en los siguientes términos:

Los artículos 1° y 2° definen el objeto de esta ley y la regulación de la publicidad vial, disponiendo que las instalaciones de elementos publicitarios en caminos públicos situados fuera de los límites urbanos, en las vías públicas urbanas (sean caminos públicos o no) o en otros espacios públicos urbanos, tales como plazas y parques, deberán contar con las autorizaciones y permisos que les sean exigibles, cumpliendo con los requisitos y prohibiciones que para cada caso se establecen en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

El artículo 3° presenta las definiciones necesarias para determinar los ámbitos de aplicación de la ley y lo que se entenderá por los principales conceptos que deberán atenderse al momento de autorizar la instalación de la publicidad vial. Así, se establece la definición de avisador publicitario vial, camino o ruta de belleza escénica, elemento publicitario (menores y mayores), faja vial, puntos peligrosos, etc.

El artículo 4° determina el régimen aplicable y faculta a los municipios para cobrar derechos especiales adicionales por las concesiones o permisos precarios que otorguen para instalar elementos publicitarios en espacios públicos.

El artículo 5° prohíbe la instalación de elementos publicitarios en la faja vial de un camino público y de una vía urbana, sin embargo, se permite su instalación en paraderos o refugios peatonales de transporte público. Tampoco se podrán instalar elementos publicitarios en puntos peligrosos, o aquellos que no cumplan con el distanciamiento mínimo entre letreros sucesivos establecido por los reglamentos

respectivos; los ubicados a contramano; los que presenten movimientos de cualquier clase y los de texto variable o que por su alto contenido distractor constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías; aquéllos ubicados sobre o bajo líneas de transmisión de energía; los que por su dimensión y/o ubicación obstaculicen la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, u otros afines; en los antejardines; en áreas de protección, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

El artículo 6º establece, respecto de los elementos publicitarios visibles desde caminos públicos, rurales o urbanos, o desde vías públicas urbanas, la obligación de contar previamente con una autorización de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, con el objeto de verificar que no constituyen un peligro para la seguridad vial.

El artículo 7º define que la fiscalización de la seguridad vial de la publicidad corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que hubiere otorgado la autorización.

El artículo 8º establece el procedimiento para la declaración de Caminos o Rutas de Belleza Escénica, los que serán determinados por la Dirección Regional de Vialidad, con consulta a la Subsecretaría de Turismo o a petición de esta última, o bien podrá ser realizada a solicitud de organizaciones de la sociedad civil. Además, se establece que los elementos publicitarios que se instalen en Caminos o Rutas de Belleza Escénica deberán resultar armónicos con esta condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine el reglamento respectivo, pudiendo la Dirección Regional de Vialidad, por resolución fundada y previo informe de la Dirección Regional del Servicio Nacional de Turismo, rechazar la autorización si considera que el elemento publicitario puede perjudicar la estética panorámica de un camino público situado fuera de los límites urbanos.

El artículo 9º regula que el permiso de instalación de este tipo de publicidad, sea en un bien nacional de uso público, bien fiscal, bien municipal o bien privado, debe ser otorgado por la Dirección de Obras Municipales, una vez que el avisador cuente con la autorización de que la estructura de publicidad cumple estándares de seguridad vial. Se definen los criterios a tener en cuenta para la autorización, el cumplimiento de los requisitos exigidos, así como el establecimiento de una garantía o caución que deberán entregar los solicitantes, que garanticen el retiro de la publicidad vial.

El artículo 10 dispone los criterios que la Dirección de Obras Municipales deberá considerar para ejercer el control del impacto que los elementos publicitarios provocan en el entorno urbano en donde pretenden emplazarse, como la altura y la iluminación, entre otros.

El artículo 11 regula las materias referidas a los plazos, caducidad y renovación de los permisos de instalación de publicidad vial, mientras que el artículo 12º regula la facultad para definir el retiro de la publicidad vial y las condiciones requeridas para el auxilio de la fuerza pública para ello.

El artículo 13 establece las normas relativas al destino de la publicidad vial en caso de expropiación del terreno en que se emplaza.

Los artículos 14 y 15 establecen las normas relativas al titular del permiso de instalación y crea el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros. Además, dispone que en este Registro deberán inscribirse todas las personas naturales o jurídicas cuyo giro o actividad guarde relación con la instalación de publicidad vial, sin otros

requisitos. Asimismo, como sanción por acumulación de multas o sanciones podrán ser eliminados del registro de manera temporal.

El artículo 16 dispone las condiciones mínimas que debe cumplir todo elemento publicitario, sin perjuicio de los requisitos específicos que reglamentariamente se establezcan para determinadas instalaciones.

El artículo 17 regula la distancia mínima que debe existir entre elementos publicitarios sucesivo, como también entre elementos publicitarios y puntos peligrosos.

El artículo 18 sanciona con multa de 10 a 200 unidades tributarias mensuales toda contravención a las normas sobre publicidad vial, siendo competente para conocer de ellas el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario.

Los artículos 21, 22 y 23 se refieren a casos singulares, como el de la publicidad electoral o a los letreros cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento. Asimismo, se faculta a los Ministerios de Obras Públicas, Vivienda y Urbanismo y de Transporte y Telecomunicaciones para dictar las instrucciones necesarias para la ejecución de esta ley.

Los artículos 24, 25, 26 y 27 se refieren al cómputo de plazos y al cálculo de la unidad tributaria mensual, así como a la definición de las normas que deberán dictarse para el cumplimiento de la normativa.

Finalmente, las disposiciones transitorias se refieren a los plazos de entrada en vigencia de la ley, los plazos que tendrán los actuales avisadores para ajustar los requisitos de su publicidad vial existente a la nueva normativa y el plazo de dictación de los correspondientes reglamentos.

V. SÍNTESIS DE LA DISCUSIÓN Y ACUERDOS ADOPTADOS.

a) DISCUSIÓN GENERAL.

1. Juan Antonio Coloma Correa, Senador de la República.

En su calidad de autor, expresó que esta iniciativa fue larga y profundamente tratada en su tramitación en el Senado, donde uno de los objetivos centrales del trabajo realizado fue generar una legislación ad hoc a la materia, que fuera consistente en su regulación y aplicación en todo el país, pero que también considerara la situación y condiciones de las distintas rutas y espacios urbanos y rurales y que permitiera conciliar dos actividades legítimas y necesarias: por una parte, el tránsito seguro de las personas por las distintas vías y, por otra, el desarrollo de espacios publicitarios relevantes para la información de los consumidores y la difusión del emprendimiento. Ambas cuestiones, además, tomando en cuenta criterios de paisajismo y ordenamiento estructural y respeto al patrimonio.

Indicó que, dada la existencia de diversas normas sobre la materia diseminadas en decretos, ordenanzas y leyes, que en muchos casos tendían a ser contradictorias o inaplicables en la práctica, fue un desafío convocar a todos los actores que participan de las decisiones sobre la ubicación y autorización de publicidad vial y lograr una normativa de consenso, moderna y que permitiera un desarrollo armónico. Esta es una materia que cobró especial relevancia con la incorporación de los sistemas de pantallas LED para la emisión de publicidad vial, la que ha sido foco de controversia por considerar que puede afectar la conducción de las personas, distraer su atención y la de los peatones y generar condiciones que propician los accidentes de tránsito.

Asimismo, recalcó la importancia que se entrega al cuidado de los paisajes escénicos en las carreteras, caminos, parques, etc., de tal suerte de que la iniciativa invitaba, por un lado, a transitar con mayor seguridad, y por otro, a proteger la estética.

Agregó que siendo en Chile, por regla general, los estándares de seguridad de las carreteras importantes, no existían patrones viales visuales que le acompañen. A diferencia de la legislación internacional que era muy regulada tanto en materia de distancia entre avisos carreteros, como en la prohibición de los avisos led o con pantalla, entre otros.

Precisó que los temas más discutidos durante la tramitación del primer trámite en el Senado, fueron definir la autoridad única era competente para establecer condiciones y criterios para obtener permisos y letreros camineros; el concepto de lugar escénico, resguardándolo para impedir el avisaje; la distancia necesaria para instalar un cartel de otro y establecer el período de transición entre la legislación vigente y la nueva.

2. Jaime Retamal Pinto, Director Nacional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas.

Expuso en base a una presentación¹ y sostuvo que el objetivo del proyecto de ley era muy claro y que consistía en regular la publicidad caminera, teniendo en consideración que se trataba de una actividad económica importante, que generaba recursos a los municipios, que su localización y contenidos podrían tener efectos sobre la seguridad vial y que significaría reemplazar o exigir modificaciones al decreto supremo N° 1.319, de 1977, del Ministerio de Obras Públicas, que aprueba el reglamento de publicidad caminera.

Expresó que el rol de la Dirección de Vialidad en la ejecución de la iniciativa, estaría relacionado con:

1) Por sus competencias, evitar que se afecte la seguridad vial en presencia de publicidad caminera y, en esa línea, observó como principales riesgos los siguientes:

- a) Que el contenido de la publicidad distrajera a un conductor;
- b) Que la estructura de la publicidad se transformara en un punto duro al costado de un camino, debiendo resguardarse en principio que no se instale en la faja vial, lo que no queda, en su opinión, muy claro en la iniciativa, y
- c) Que el deterioro de la estructura y/o eventos específicos como sismos o vientos, pudieran generar choques de alta energía de impacto.

2) Verificar ciertas características técnicas de los avisos para resguardar los tres peligros mencionados en materia de seguridad vial, ya sea en la propia ley o en su reglamento.

3) Actuar por sus competencias administrativas en caminos públicos, y por su orgánica como ente desconcentrado y no descentralizado.

Manifestó las siguientes inquietudes en torno a la iniciativa:

¹ Disponible en el siguiente sitio electrónico: https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=217713&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

1) Direcciones Regionales versus Dirección Nacional, debido a que la iniciativa hacía referencia a las Direcciones Regionales y no a la Dirección Nacional de Vialidad como un todo. Recordó que un objetivo del proyecto consistía en que la gestión se realizara a nivel regional, lo que catalogó como positivo, sin embargo, estimó importante tener presente que, debido a la orgánica de la institución, se actuaba desconcentradamente, pudiendo ocurrir que en un determinado caso la Dirección Regional careciera de personal, competencias o recursos y citó como ejemplo el hecho de que en algunas regiones se había delegado la posibilidad de tomar decisiones autónomas en materia de puentes, en atención a las competencias técnicas específicas.

En consecuencia, estimó que cualquier referencia a la institución para efectos de asumir la responsabilidad debía realizarse a la Dirección Nacional, aun cuando en forma natural y legal la institución pudiera favorecer la gestión de las regiones.

En materia de plazos señaló que, en función de los recursos disponibles en cada región, se intentaba entregar soluciones en el menor tiempo posible y, así el Ministerio había impulsado la digitalización de algunos procesos para que varias tareas en el nivel central se automaticen. Agregó que, con cargo al presupuesto del Sector Público del año 2021, se inició un proceso de selección de ingenieros calculistas que son los profesionales que más requiere la Cartera debido a la gran cantidad de proyectos que ingresan.

2) Reglamentos versus reglamento.

Expresó que la iniciativa aludía a dos reglamentos, el primero orientado al Ministerio de Transportes y, el segundo, a la Dirección de Obras Municipales, no obstante, en su opinión, ello debería quedar entregado a un único reglamento sin distinción de zonas, porque los objetivos de ambos organismos eran similares.

3) Denuncias ante el juez de policía local.

Por la forma en que se define el proceso, estimó que debía existir un gestor del proceso, lo que le correspondería a los municipios, porque cuentan con mayores incentivos, como cobrar derechos, solicitar garantías, entre otros, sin que ello signifique que otros organismos que intervienen en este proceso, como la Dirección de Vialidad, asuman su rol y colaboren en este tema.

4) Registro de avisadores.

Indicó que éste ya existía y que operaba en la Dirección de Vialidad, sin que se observen problemas en que se mantenga, no obstante, debía distinguirse entre un aviso en particular autorizado y ejecutado correctamente, pero que posteriormente fue afectado por un hecho que no hace recomendable su autorización, por ejemplo, a raíz de que un sismo dañe su soporte. Lo anterior, originado en el hecho de que en este tema existía un aprendizaje permanente de experiencias de los avisos autorizados y debidamente emplazados.

5) Registro orientado a identificar y disponer de trazabilidad del comportamiento de los avisadores como sujeto de regulación.

6) En materia de avisaje en rutas escénicas, expresó que ya existía la primera red de caminos reconocida como ruta escénica de lagos y volcanes contemplada en el decreto (exento) D.V. N° 97, de 17 de enero de 2020.

Finalmente, expresó que la distracción no solo tenía que ver con la envergadura, luminosidad o distanciamiento de los letreros, sino también con su contenido.

3. María Constanza Bosselin Molina, Jefa del Departamento Jurídico de la Dirección de Vialidad.

Manifestó su preocupación y alerta por la gran cantidad de autorizaciones existente para la instalación de letreros publicitarios y coincidió en que los principales gestores de este proceso debían ser los municipios.

Estimó que en el artículo 6° debía quedar establecido expresamente que se trataba de elementos publicitarios menores cuando se exige autorizaciones previas ante la Dirección Regional de Vialidad relacionadas con la seguridad vial, con antelación a una solicitud de permiso.

Consideró que estrecho el plazo de ciento veinte días establecido para la dictación de los reglamentos, especialmente, porque regulaban varias exigencias. Sugirió la dictación de un solo reglamento dentro de un plazo mayor, lo que consideró vital si se consideraba que sin su dictación la ley no tendrá aplicación.

4. Gonzalo Gazitúa Zavala abogado, asesor legislativo del Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

Señaló que la municipalidad tenía un rol importante a través de la Dirección de Obras Municipales en la autorización para la instalación de un letrero publicitario, no obstante, como no manejaba conceptos de seguridad vial; la iniciativa contemplaba la autorización en forma previa de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones en las áreas urbanas. Recordó que la moción nació para regular la publicidad caminera y que en la discusión se amplió a una preocupación por el área urbana.

En relación al artículo 10 referido al control de impacto de los elementos en el entorno urbano, expresó que regulaba mediante cuatro letras el cumplimiento de requisitos mínimos para la instalación de letreros, no obstante, el inciso final permitía ampliar estas exigencias al disponer que ello es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la ordenanza local de propaganda y publicidad, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

5. Marcelo Ruiz Fernández, arquitecto, magíster en planificación urbana.

Sostuvo que si bien -en su sesgo municipalista- la propuesta era positiva, en ningún caso abordaba el problema en su totalidad ya que estaba focalizada fuera del límite urbano y le entregaba competencias a instituciones que estaban en ese contexto territorial. Luego, debía entenderse como una propuesta complementaria a otras medidas.

Asimismo, llamó a cuidar la coherencia normativa con la institucionalidad urbana, evitando colisiones de competencia entre organismos, por ejemplo, explicó que el artículo 6° señalaba que las propuestas antes de ingresar a la Dirección de Obras debían venir con un visamiento de la Dirección de Vialidad y el artículo 3° definía a las vías urbanas como aquellas ubicadas dentro de los límites urbanos, pudiendo implicar colisiones en términos administrativos al generar extensión de la facultad territorial de algunos organismos públicos, en este caso, la Dirección de Vialidad, que tradicionalmente aborda a los caminos públicos que se sitúan fuera del límite urbano.

Indicó que los municipios seguían siendo administradores de los bienes nacionales de uso públicos de acuerdo a la ley N° 18.695, orgánica de Municipalidades, que en términos jerárquicos se sitúa por sobre las leyes generales.

Señaló que como la población de Chile estaba concentrada y más de la mitad vivía en el Gran Valparaíso, Gran Concepción y Gran Santiago se olvidaba que existían comunas con extensas áreas rurales y con poca cobertura de los instrumentos de planificación territorial como, por ejemplo, Quilpué y Quintero.

Recalcó que los instrumentos de planificación territorial eran el único medio para dar una visión a largo plazo y participativa a las medidas porque permitían incorporar una mixtura y reconocer a los lugares por sus especificaciones.

Agregó que aun cuando el proyecto de ley cuidaba de no introducirse en el ámbito de acción de la Ley General de Urbanismo y Construcciones para enfrentar el problema de forma completa era necesario entregar a la Dirección de Obras las hermanitas precisas, lo que redundaba en que continúe faltando un mecanismo para fortalecer las atribuciones de los instrumentos de planificación territorial para regular la instalación de publicidad y propaganda dentro del área urbana que es donde se concentra la mayor población, donde está la mayor interacción económica, y los terrenos de mayor plusvalía (incluso en términos de competencia por espacio publicitario).

Estimó importante introducir en este proyecto mecanismos de coordinación y anticipación, por ejemplo, instancias de coordinación entre municipios, direcciones de tránsito, entre otras y en cuanto a la anticipación otorgar potestades administrativas a órganos competentes que les permita enfrentar en esta situación de pandemia el hecho de que las ciudades se están expandiendo, habiendo zonas que quedarán conformadas de manera urbana de modo informal con caminos públicos insertos dentro de esa área.

6. Graciela Correa Gregoire, asesora jurídica de la Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH)²

Sostuvo que, según cifras y datos recopilados por la Organización Mundial de la Salud, cada año los accidentes de tránsito causaban la muerte de aproximadamente 1,25 millones de personas en todo el mundo, siendo las lesiones causadas por éstos la principal causa de muerte en el grupo de 15 a 29 años de edad. Agregó que a nivel mundial la mitad de las personas que morían por esta causa eran “usuarios vulnerables de la vía pública”, es decir, peatones, ciclistas y motociclistas y, aseveró que, de no aplicarse medidas para evitarlo, se preveía que el año 2030 los accidentes de tránsito se convertirían en la séptima causa de muerte.

A nivel global, señaló que los Estados miembros y asociados a la ONU se habían comprometido a adoptar una serie de medidas para reforzar la legislación, para lo cual se había recomendado “mejorar la recopilación de datos y elaborar estrategias y programas nacionales y locales de seguridad vial”.

Esta política de planificación determinó criterios claros para la instalación de publicidad en las carreteras, así como el principio de que toda la publicidad debe ser compatible con el paisaje, además de proporcionar una comunicación eficaz y con calidad en el diseño.

En relación al proyecto de ley expresó que:

² Disponible en el siguiente sitio electrónico: https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=218419&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

1. Perfecciona la legislación actual. Concordó con la necesidad de adoptar las medidas de seguridad adecuadas para evitar que la propaganda caminera se convirtiera en un peligro para la conducción de vehículos, sobre todo porque muchos de los letreros habían incorporado avisos móviles y pantallas de alta luminosidad. Lo anterior, señaló tenía especial relevancia si se consideraba que Chile era el tercer país con más accidentabilidad entre los que formaban parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

2. Definición de competencias y recordó que, en materia de administración, los caminos interurbanos y rurales se encontraban bajo la tuición del Ministerio de Obras Públicas, a través de su Dirección de Vialidad, en tanto que en el radio urbano los organismos públicos con competencia eran los municipios y el Servicio de Vivienda y Urbanización.

3. Estandarización del formato de los elementos publicitarios, para lo cual consideró necesario observar la regulación existente en distintos cuerpos normativos, de manera que resulte concordante la interpretación sistemática de los mismos.

En esa línea, consideró conveniente incorporar en el artículo 1° la expresión "limitaciones" con el fin de contener en la descripción de los permisos y autorizaciones las exigencias legales adecuadas para su otorgamiento. En ese sentido sugirió contemplar requisitos (qué se requiere para obtener dichas declaraciones), limitaciones (asociadas a las definiciones de una legislación sustentada en la función social del dominio) y prohibiciones (asociado a la imposibilidad de desarrollar la actividad en dicho aspecto, so pena de una sanción en caso de contravención).

En relación a este punto, consideró fundamental la estandarización del formato de los elementos publicitarios en cuanto a sus dimensiones, altura, luminosidad y demás aspectos técnicos examinados en forma previa a otorgar el permiso, a fin de que sea acorde al objeto de resguardo, es decir, las personas y la naturaleza.

4. Experiencia municipal pues éstos cuentan con la competencia necesaria, ejemplo de ello, es la Municipalidad de Colina que, por medio de la Ordenanza Plan Visual Rural, ha regulado la publicidad ajustándola a la belleza escénica del lugar.

Del mismo modo, en alusión a lo dispuesto en el artículo 7°, planteó dudas sobre la forma en que se desarrollaría la fiscalización, en tanto resulta ser una nueva obligación para las municipalidades, siendo importante determinar: si se dotará de mayores recursos humanos y tecnológicos; el rol que desempeñarán los juzgados de policía local en relación a la determinación de la sanción (multas de 10 a 200 UTM); la injerencia en la ordenación de la publicidad caminera que tendrán las ordenanzas municipales existentes y los planos reguladores; la posibilidad de desarrollar estudios específicos respecto a la peligrosidad de las instalaciones de propaganda, y la existencia de campañas comunicacionales, una vez que entre en vigor esta iniciativa.

A continuación, realizó algunas propuestas para enriquecer la iniciativa:

a) Descentralizar las facultades para autorizar la publicidad, desde el nivel central al provincial.

b) Incorporar mayores exigencias técnicas en los formatos que adopte la publicidad.

c) Que los municipios puedan percibir ingresos por concepto de bodegaje y retiro de publicidad.

d) Contemplar recursos para dotar de bodegas al efecto, tanto a la Dirección de Vialidad como a los municipios.

e) Incrementar los recursos de quienes fiscalizarán.

f) Proporcionar asesoría técnica y legal a municipios rurales con alta tasa de publicidad caminera.

g) Fomentar la dictación de ordenanzas relacionadas con aspectos visuales y de seguridad.

h) Aumentar las multas y simplificar los procedimientos sancionatorios.

Indicó que la valoración de la base territorial resultaba fundamental para la implementación de una estrategia coordinada, que permita alcanzar efectividad, con el fin de disminuir las brechas administrativas que eventualmente puedan ocurrir desde la entrada en vigencia de la iniciativa.

Es por ello, y a la luz de la experiencia comparada, que consideró como un aporte elevar los estándares que permitan adoptar una política de seguridad vial preventiva que empatice con las nuevas necesidades de los ciudadanos e incluya una capacitación idónea para fiscalizadores, sin perjuicio, de contar con un sustento comunicacional apropiado en lenguaje ciudadano que permita a todos comprender la importancia de una estrategia íntegra y conjunta en materia de seguridad vial, con una adecuada protección de la vida y un buen cuidado del medio ambiente.

7. Rodrigo Barrientos Núñez, abogado y asesor jurídico de la Asociación Chilena de Municipalidades (ACHM).

Opinó que una ley con muchas restricciones significaría en la práctica que la actividad de publicidad y propaganda no pudiera ser ejercida y consideró como positivo e innovador tratar de compatibilizar en esta iniciativa elementos como el medio ambiente, la estética y paisaje.

En cuanto a la faja vial en vías urbanas, llamó a regularla de mejor modo, tomando en consideración las características particulares de cada comuna y vías, por ejemplo, en Santiago en los bandejones centrales existe publicidad, sin embargo, según el plan regulador respectivo, son considerados áreas verdes. Agregó que en este punto existía una disyuntiva, pues, a su juicio, las áreas verdes debían conservarse como tal y conciliar la actividad económica con su cuidado.

En consecuencia, afirmó que en el concepto de faja urbana vial debían precisarse los espacios, porque no era lo mismo instalar una gigantografía en un sitio eriazado que en un área verde. En esta línea, sostuvo que los municipios eran los primeros llamados a cuidar los espacios urbanos y especialmente las áreas verdes.

En materia de antejardines, consideró complejo prohibir a un particular arrendar un espacio para instalar publicidad, además, afirmó, podría existir un conflicto legal porque se restringen las facultades del dominio.

En general, consideró positivo el proyecto de ley y sostuvo que no incidiría mayormente en las atribuciones o funciones del municipio ni tampoco incrementaría la carga laboral. Opinó poco probable que afectara a las arcas municipales y llamó a tener presente las situaciones particulares como ocurre en Santiago en que en una esquina

confluyen cuatro comunas o se cruza una calle y se cambia de comuna. Por ello, insistió en que debía generarse una normativa armónica, con criterios homogéneos sobre la construcción de ciudad y sugirió contemplar a la Seremi de Transporte, en el ámbito urbano, como competente para fijar un único criterio sin depender de cada Dirección de Obras.

Expresó que las sanciones deberían uniformarse y que las multas no deberían quedar con un amplio rango de discrecionalidad para su aplicación, sino que debería establecerse un margen común, considerando la reiteración u otros aspectos, evitando de ese modo que, entre las diversas comunas, por un mismo hecho, los magistrados apliquen sanciones tan diversas.

Opinó conveniente precisar en detalle las facultades o atribuciones de los órganos competentes para evitar colisión entre ellos, porque si bien la planificación urbana contaba con una dimensión teórica importante era más bien una disciplina práctica. Puntualizó que el municipio era el único órgano que realizaba una gestión territorial urbana integrada y era en ese punto donde se hacían presentes las colisiones normativas.

Enfatizó que modificar los planes reguladores era un camino largo y complejo y que era la ley el instrumento llamado a establecer un criterio único o, bien sugirió entregar a una ordenanza municipal esta regulación aprobada por el concejo.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que en ningún caso esta iniciativa pretendía prohibir la actividad publicitaria, sino, que regularla, especialmente porque la mayoría de las municipalidades no habían dictado una ordenanza general de publicidad.

Opinó que, si efectivamente se disminuían los ingresos de las municipalidades, ello era totalmente irrelevante frente a la afectación a la calidad de vida de las personas, el medio ambiente y la plusvalía de las viviendas cercanas a la publicidad, tal es el caso, de la bajada de Agua Santa en Viña del Mar muy perturbada por la publicidad ahí instalada.

En relación a la Ley General de Urbanismo y Construcciones, estimó que la publicidad debía cumplir con las diecisiete normas urbanísticas que la Dirección de Obras estaba obligada a aplicar. Así, agregó, que se debía regular la altura, la rasante, el adosamiento, etc., pero que se trataba de condiciones mínimas exigidas en la instalación de la publicidad con el objeto de custodiar los derechos de las personas.

El señor **Gazitúa** observó que el proyecto planteaba un rol relevante para las municipalidades pues las instalaciones de los elementos publicitarios debían ser autorizados por la Dirección de Obras. Asimismo, entregaba en el artículo 9° un papel a los instrumentos de planificación territorial y a las eventuales ordenanzas de publicidad.

Agregó que el artículo 6° hacía referencia a autorizaciones previas relacionadas con la seguridad vial con un rol relevante para la Dirección de Vialidad o la Seremi de Transporte, según el camino de que se trate y que el artículo 10 establecía el rol de la Dirección de Obras, cual es verificar esa autorización y resguardar el impacto en el entorno urbano.

Aclaró que en los antejardines se podía instalar elementos publicitarios menores.

Se recibieron por escrito las opiniones de la señora Ana María Silva Garay, Directora área de Administración y Finanzas, Municipalidad de Providencia y de los

señores Sergio Baeriswyl Rada, Presidente del Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Andrés Celedón Baeza, Juez de Policía Local de Gorbea, región de la Araucanía y se acordó consignar una síntesis en este informe.

8. Ana María Silva Garay, Directora área de Administración y Finanzas, Municipalidad de Providencia.

Expresó en su opinión escrita que, si bien en general era un muy buen proyecto, que aclara y acota el tema de publicidad, en el artículo 21 sobre elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble, que dispone que

“Los elementos publicitarios cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento deberán cumplir únicamente con las exigencias de seguridad vial e impacto en el entorno establecidas en la presente ley y en sus reglamentos, así como las disposiciones que la ordenanza local de propaganda y publicidad establezca respecto a este tipo de elementos publicitarios.

En caso de elementos publicitarios mayores, los titulares de los establecimientos deberán solicitar el correspondiente permiso de instalación de elemento publicitario y rendir la garantía de retiro establecida en artículo 9°.

Si estos elementos publicitarios mayores se instalan en la proximidad de los establecimientos para dar aviso de su ubicación o de la ubicación de puntos de atracción turística regionales y son visibles desde caminos públicos regionales, la garantía a que se refiere el artículo 9° podrá ser reducida hasta en un 50%, por resolución fundada de la Dirección de Obras Municipales, previa aprobación de la Dirección de Vialidad o la Secretaria Regional Ministerial de Transporte y Telecomunicaciones, cuando corresponda.”.

En relación a ello, cuando en su párrafo segundo dice “En caso de **elementos publicitarios mayores** (...)”, se hace necesario definir claramente que se entenderá o clasificará de “mayores”, que permita entender y acotar dicha expresión, a fin de no dejarla a la libre interpretación por parte de las municipalidades y de los contribuyentes, para el cobro del **derecho de publicidad y propaganda**, ya que la ley sólo define las características para no estar afecto, según dictámenes de Contraloría General de la República, a saber: 1. Cuando se trate de publicidad que sólo dé a conocer el giro de un establecimiento, y 2. Cuando se encuentre adosada a la o las edificaciones donde se realiza la actividad propia del giro; pero faltaría lo fundamental que es la dimensión del letrero.

Por lo tanto, se sugiere establecer dimensiones en la definición de elementos publicitarios mayores de --X-- mts², o permitir su inclusión en las ordenanzas locales por parte de cada Municipio.

A modo de ejemplo existe una cantidad enorme de letreros de casas comerciales de grandes dimensiones que no pagan derechos por este concepto con la definición actual, y que ha producido una merma considerable de recursos por este concepto en los municipios, siendo que la publicidad exhibida es de gran utilidad para la marca del comercio establecido.

9. Sergio Baeriswyl Rada, Presidente del Consejo Nacional de Desarrollo Urbano.

Indicó en su minuta que si bien la Política Nacional de Desarrollo Urbano (en adelante PNDU) vigente no entrega lineamientos específicos sobre la materia

consultada, se observarán alcances de este proyecto de ley, con algunos objetivos del desarrollo urbano planteados por este instrumento, que pasamos a detallar:

1. Se trata de una materia muy relevante y necesaria de regulación, pues representa aspectos muy sensibles, que en la mayoría de los casos pueden afectar la seguridad vial, el paisaje y el patrimonio relevante del territorio y las ciudades.

2. Se considera importante destacar la adopción de criterios de seguridad vial para el análisis de los elementos publicitarios. Resulta particularmente importante que esta medida se aplique rigurosamente para rutas de alta velocidad, pero también a vías de carácter interurbano e intercomunal, definidas por los instrumentos de planificación territorial correspondientes.

3. Se considera igualmente importante que este proyecto de ley no altere las facultades que se han otorgado a los gobiernos locales en esta materia, cuando se trata de otras tipologías de publicidad y que no correspondan a las señaladas en el punto anterior. Hacemos referencia a: letreros, carteles, pendones, fachadas pintadas, avisos luminosos, estructuras afines, para los cuales existe un procedimiento establecido de aprobación que resguarda el cumplimiento de las normas urbanísticas, de seguridad y exigencias particulares del Plan Regulador y su ordenanza local, en conformidad a la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones en su artículo 1.1.2 y otras disposiciones.

En este particular el artículo 12 de la ley N° 18.695, señala que los gobiernos locales pueden dictar normas generales, obligatorias y permanentes, con el objeto de hacer ejecutar las leyes o de cumplir la función que la Constitución o que las leyes le han asignado. Constatamos que existen ejemplos exitosos sobre la regulación de elementos publicitarios en algunas comunas, amparado por ordenanzas municipales diseñadas para tales efectos. Por lo anterior, el proyecto de ley no debiera representar una limitación de las actuales competencias comunales que, además, tienen un sustrato democrático en la dictación de ordenanzas locales como instrumentos que regulan esta materia.

No obstante, lo anterior, en atención a la consideración señalada en punto 2 de este oficio, es necesario regular esta materia de manera general para caminos públicos, vías de alta velocidad, rutas interregionales, calles o avenidas de jerarquía intercomunal, con reglas estrictas de seguridad y comunes para todo el territorio en el cual se emplacen.

4. Por otro lado, es preciso señalar que la PNDU pone especial valor en que “las ciudades y centros poblados deban dar cuenta de la identidad de los lugares en que se emplazan, de las personas que las habitan y de la diversidad geográfica y la riqueza cultural propia de las diferentes comunidades, pueblos y localidades”, entendiendo el Patrimonio como un bien social, que está conformado tanto por las obras y manifestaciones de las personas como por el entorno natural en que viven.

Consecuente con ello, este proyecto de ley reconoce la importancia de regular estos elementos publicitarios, cuando se ponga en juego la conservación del patrimonio, incorporando una nueva categoría denominada caminos de “belleza escénica”, que valoramos como contribución al cuidado de la identidad y el territorio.

10. Andrés Celedón Baeza, Juez de Policía Local de Gorbea, región de la Araucanía.

Centró su minuta en los artículos 18, referido al procedimiento sancionatorio; 19, que trata sobre responsabilidad solidaria y el 20, que se refiere a la

comunicación de las sanciones y en esa línea realizó las siguientes observaciones al proyecto:

1. Precisión de las figuras infraccionales. El artículo 18 del proyecto establece una fórmula amplia al indicar “toda contravención a esta ley o sus reglamentos...”, sin embargo, la Corte Suprema ha indicado, en relación a la creación de nuevas figuras infraccionales, que estas deben contener tipos más específicos y completos, así en el Oficio N° 31-2019 expresó que: “toda norma que pretenda establecer una sanción, conforme lo indica la doctrina debe tener en consideración los aspectos que están relacionados básicamente con la determinación del sujeto activo, verbo rector, interés jurídico protegido, la culpabilidad, la antijuridicidad y la penalidad”, ya que el sujeto activo de la conducta infraccional no resultaba precisado en forma clara.

Por lo que sería más preciso indicar en forma expresa cuáles son los tipos infraccionales que pueden ser denunciados y, finalmente, juzgados, más que una denominación genérica, como la indicada en el texto, especialmente al establecer que toda contravención a “sus reglamentos”, lo que no resultaría de un estándar adecuado al permitir esta cláusula tan amplia como infracción a los reglamentos que vendría a vulnerar el principio de tipicidad en materia de contravenciones.

Al efecto, en el proyecto de ley es posible distinguir algunos tipos infraccionales, opinión más bien subjetiva en base a lo que se viene comentando:

i. El indicado en el artículo 4, al requerir permiso de instalación previa por diversos organismos. Es decir, una conducta infraccional podría ser la instalación de elemento publicitario sin las autorizaciones previas;

ii. Infringir las prohibiciones indicadas en el artículo 5.

iii. Eventualmente infringir un permiso de instalación, es decir, instalar un elemento de publicidad con los permisos previos, pero infringir un requisito en forma posterior.

2. En cuanto al régimen sancionatorio. El proyecto establece, en el mismo artículo 18, un monto de “multa de 2 a 100 Unidades Tributarias Mensuales”. Al respecto nuestra Corte Suprema ha recomendado un sistema de multas proporcionales así en el Oficio N° 31-2019, así como al informar la ley N° 21.1002, en relación a los montos de las multas, indicó que deben ser determinadas considerando una serie de variables, por lo que se sugiere que en su determinación se contengan parámetros para graduar su monto, lo que permitiría homologar los criterios y el quantum de la sanción, ello reforzado con lo indicado en el Oficio N° 192-2019 al expresar que “no se establecen reglas especiales que permitan al juez de policía local determinar, en concreto, la multa que aplicará. De esta manera, el juez podrá recorrer toda la extensión de multa, sin que el legislador fije criterio alguno que sirva de orientación. Esta indeterminación parece ser deficitaria, por lo que se sugiere introducir elementos normativos a los que acudir, tales como reiteración, reincidencia, volumen del material extraído o beneficio económico obtenido”.

Razón por la cual y dado el margen bastante amplio de la multa, sería conveniente establecer, por el legislador, criterios de proporcionalidad de la multa a aplicar, por lo que se sugiere, en consonancia con el punto uno establecer sanciones a los tipos infraccionales, y parámetros que permitan graduar la multa, tales como atenuantes o agravantes, de reincidencia, reiteración, incumplimiento de uno o más requisitos, etc.

3. En cuanto al tribunal competente. El proyecto indica que será competente para “resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario”, sin embargo, en consonancia con la normativa actual sería más

correcto indicar que será competente para conocer de la infracción denunciada el juzgado de policía local de la comuna donde se encuentre emplazado el elemento publicitario.

4. Registro y comunicación de sanciones. El artículo 15 del proyecto contempla la existencia de un Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, y el artículo 20 la comunicación “de sanciones y multas cursadas”.

En primer lugar debemos indicar que las multas y sanciones no se cursan, sino que se aplican mediante la dictación de una sentencia que tiene el carácter de definitiva, en los términos de la legislación procesal, en razón de ello y como en otros tantos casos en que los juzgados de policía local deben comunicar sus resoluciones a otros organismos no se establece que es lo que se comunica, si la sentencia o una certificación de la sanción o multa, siendo pertinente precisar que lo que debe ser comunicado al Registro es copia autorizada de la sentencia que se dicte con certificación de encontrarse firme y ejecutoriada (lo que incluye el monto de la multa y otra alternativa de sentencia conforme lo dispone el artículo 19 y 20 de la ley N° 18.187, sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local), pero también sería relevante indicar si la sanción fue o no cumplida por el sancionado, de manera que mantener un registro completo.

Al respecto sería importante que el Registro Nacional estableciera un sistema al cual pueda “incorporarse” el documento de manera de evitar la simple remisión por correo certificado, tal como es el sistema que se ha implementado a propósito del artículo 58 bis de la Ley N° 19.496 sobre Protección a los Derechos del Consumidor.

En cuanto a otros tópicos establecidos en el proyecto, indicó:

1. Fiscalización. Artículo 7. En materia de fiscalización el proyecto expresa que será realizada por “profesionales o técnicos competentes de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o la Secretaria Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que hubiere otorgado dicha autorización”.

Sería relevante indicar al respecto que los funcionarios fiscalizadores deberán acompañar a la respectiva denuncia los antecedentes fundantes de la misma, tales como permisos respectivos, sets fotográficos, u otros elementos de prueba, de manera de tener por acompañado en forma inmediata dichos antecedentes, pero además su calidad de funcionarios fiscalizadores.

2. Obligación de retiro contenida en el artículo 12, que establece la obligación de retiro de los elementos publicitarios y disposición de fuerza pública.

Se entiende que dicha situación procede una vez que se ha cumplido un hecho objetivo, cual es vencido el plazo de vigencia del permiso de instalación. La norma dispone que se efectuará la denuncia al juzgado de policía local, sin embargo, entendemos que esta no es una figura infraccional, sino tiene por objeto validar una situación de uso de fuerza pública para el retiro de un elemento publicitario respecto del cual se ha cumplido el plazo de vigencia de instalación del respectivo elemento de publicidad.

Por ello, sería importante adecuar la tipología de la acción a un requerimiento ante el juzgado de policía local, acompañando todos los elementos de prueba pertinentes, tales como autorización de instalación que permita al juez verificar la pérdida de vigencia del plazo, para que en la resolución disponga el retiro a que hace referencia el inciso segundo de la norma a contar de un plazo determinado, notificando el requerimiento y resolución al afectado, quién puede disponer de un breve plazo para oponerse y, en caso contrario, se proceder al retiro. Además, sería importante validar la forma de notificación del requerimiento por correo certificado o correo electrónico al domicilio registro por el avisador,

dado que el tribunal carece de medios para notificar por medio de receptor, es decir, una especie de procedimiento monitorio.

3. En cuanto al destinado de las multas. Pese a tener norma expresa en la materia como lo es el artículo 55 del decreto 307 fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley 15.231, sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local que indica expresamente “Las multas que los Juzgados de Policía Local impongan ... serán a beneficio de la comuna en cuyo territorio se cometió la infracción”, sería importante consignar en la misma disposición del artículo 18 que la multa será a beneficio municipal.

4. Incorporar un nuevo numeral en el artículo 13 del decreto 307 fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley 15.231, sobre organización y atribuciones de los juzgados de policía local.

Para los efectos de ordenación de las competencias asignadas a los juzgados de policía local y tal como ha venido ocurriendo en el último tiempo sería relevante incorporar un numeral a la citada disposición que indique “a la ley que establece publicidad visible desde caminos o vías o espacios públicos.

La Comisión coincidiendo con los propósitos perseguidos por la iniciativa, especialmente con la necesidad de reemplazar y perfeccionar la actual normativa, procedió a aprobar la idea de legislar por **unanimidad**, con los votos de la diputada Natalia Castillo y de los diputados Miguel Ángel Calisto, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

b) DISCUSIÓN PARTICULAR.

El diputado **Osvaldo Urrutia** indicó los siguientes aspectos como puntos relevantes extraídos de las diversas exposiciones de los invitados a la Comisión, así como de las minutas escritas recibidas:

- Dictación de las ordenanzas municipales relacionadas con aspectos visuales, de seguridad vial, de belleza escénica o paisajismo, aspectos no considerados en el artículo 41 de la Ley de Rentas Municipales, lo que se puede hacer exigible imponiendo un plazo determinado para su materialización. Al mismo tiempo, calificó como imprescindible resguardar la coherencia entre las diversas normativas que tratan la materia, incluidos los instrumentos de planificación territorial.

- Estandarización de los formatos de los elementos publicitarios, como altura, iluminación, entre otros, de carácter técnico. En este aspecto, señaló que los expositores sugirieron establecerlos de modo genérico en la ley para ser desarrollados y precisados en la ordenanza respectiva.

- Distinción entre la publicidad realizada en los caminos públicos a cargo de la Dirección de Vialidad y la que se hace dentro del límite urbano, considerando que los criterios en uno y otro caso eran muy diversos.

- Que los municipios eran los administradores de los bienes nacionales de uso público y, en consecuencia, responsables de administrar, establecer una ordenanza e interpretar las normas.

Artículo 1°

El inciso primero señala que el objeto de la ley consiste en regular la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía urbana o de quienes concurren a un espacio público, a fin de velar por la seguridad vial y de minimizar el impacto que dichos elementos generan en su entorno.

El inciso segundo preceptúa que, para tales efectos, las instalaciones de elementos publicitarios deberán contar con las autorizaciones y permisos que les sean exigibles, cumpliendo con los requisitos y prohibiciones que para cada caso se establecen en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

Se presentó una indicación de la diputada Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Iván Norambuena y Osvaldo Urrutia para intercalar en el inciso primero entre los vocablos “objeto” y “regular” la frase: “establecer requisitos, limitaciones, prohibiciones y sanciones con el propósito de”.

El diputado **Osvaldo Urrutia** sostuvo que la indicación pretendía no limitar el objeto de la ley solo a regular la instalación de elementos publicitarios, sino que extenderla a establecer requisitos, limitaciones y sanciones.

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación fue aprobado **por unanimidad** con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Miguel Ángel Calisto, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (10-0-0).

Posteriormente, a solicitud del diputado Osvaldo Urrutia, en conformidad a la letra b) del número 2) del artículo 266 y al inciso segundo del artículo 278 del Reglamento de la Corporación y por la unanimidad de los presentes, se procedió a la **reapertura del debate**.

El mismo señor diputado formuló una enmienda, para agregar en el inciso primero, a continuación de la expresión “espacio público,” la frase “sea que tales elementos se emplacen en bienes públicos o privados,”.

Su autor expresó que con la indicación se dejaba con absoluta claridad establecido que la regulación de la instalación de elementos publicitarios se aplicaba tanto a los bienes públicos como a los privados.

Sometida a votación la indicación fue aprobada por **unanimidad**, con los votos de la diputada Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 2°

Dispone que esta ley se aplica respecto de los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde:

- a) Caminos públicos situados fuera de los límites urbanos.
- b) Vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo.
- c) Vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.
- d) Otros espacios públicos urbanos, tales como plazas y parques.

Se presentó una indicación del diputado Winter para agregar al artículo 2º una nueva letra e) del siguiente tenor:

“e) El interior de unidades habitacionales, bien sea de forma directa o indirecta.”.

El diputado **Winter** expresó que los elementos publicitarios, a su juicio, no se encontraban suficientemente regulados y que por ello esta enmienda tenía por objeto evitar situaciones graves y complejas como las que se dan en el distrito que representan donde existen letreros luminosos que impiden el descanso diario de muchas familias desesperadas por tal intromisión. Señaló que, si bien, se trataba de una situación que era de mayor ocurrencia en sectores hiperurbanizados, debía necesariamente regularse por el daño que provocaban en la calidad de vida de las personas e incluso por el detrimento en el valor de sus propiedades.

El señor **Gazitúa** indicó que el proyecto en los artículos 5º, letra f); 10, letra b); 16, letras b) y c), y en las disposiciones transitorias establecía un marco para la regulación de los elementos publicitarios con pantallas, al que debe necesariamente ceñirse el reglamento.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que el proyecto contemplaba normas relativas a la regulación de la luminosidad.

El diputado **García** consultó si existía alguna forma de medición de la unidad de la luminosidad que emiten las pantallas, en caso de ser afirmativa la respuesta, propuso fijarles límites, tal como ocurría con el ruido y la delimitación de decibeles.

La diputada **Castillo** expresó que las letras a), b), c) y d) estaban referidas a espacios públicos. Luego, consultó si existía referencia a los espacios privados en otra parte del articulado del proyecto, en cuyo caso estimó, sería más apropiado introducir allí el contenido de la indicación, sin perjuicio con coincidir en que lo descrito podría afectar no solo a unidades habitacionales, sino, a otro tipo de propiedades privadas.

El diputado **Oswaldo Urrutia** señaló que este proyecto de ley, en segundo trámite constitucional, tal como su título lo consagraba estaba relacionado con publicidad visible desde caminos, vías o espacios públicos, luego habría que introducir varias indicaciones al texto para recoger la idea de la diputada Castillo.

Recordó que en la ley de Rentas Municipales se había entregado el deber a los alcaldes de dictar una ordenanza para regular la instalación de publicidad.

El diputado **Winter** no concordó con lo planteado por el diputado Oswaldo Urrutia, porque la indicación se relacionaba con el impacto de la publicidad instalada en el espacio público sobre el espacio privado y, en ese sentido, la idea de la diputada Castillo consistía en extender el ámbito de aplicación a situaciones en que la instalación de publicidad en el espacio público afecte a la propiedad privada sin destino habitacional.

La diputada **Castillo** precisó que se refería, por ejemplo, a la publicidad instalada en una *discotheque* (espacio privado no habitacional), la que tenía impacto en el espacio público que la rodea.

El señor **Gazitúa** llamó a distinguir entre el emplazamiento de los elementos publicitarios, el encabezado de este artículo y el nombre de la ley.

Aseveró que no se hacía referencia al lugar dónde está emplazado el elemento publicitario -que los más probable era que sea en el espacio privado-, sino desde

dónde puede ser visto. Así, indicó que los letreros de las carreteras no se ubicaban en la faja vial, sino, en el predio privado que colinda con ésta, pero podían ser visto desde un camino público.

Sostuvo que el artículo 2° establecía cuatro grandes categorías y que, la letra e) introducido por la indicación, se relacionaba con aquella publicidad que podría afectar ciertas el interior de unidades habitacionales, lo que era distinto a poder ser visto desde un lugar. En ese sentido, la afectación sería una categoría distinta, aclaró.

Acotó que, en la práctica, ocurría que un determinado elemento publicitario enfocado para ser visto desde la calle, al mismo tiempo, afectara a las unidades habitacionales cercanas, no obstante, aclaró que no era un elemento dirigido a un edificio, sino, a la gente que transitaba en el lugar donde se encuentra emplazada la edificación. Indicó que el ejemplo señalado por la diputada Castillo se enmarcaba en la letra c), insistiendo en que no se hacía referencia al emplazamiento del elemento publicitario.

El diputado **Winter** catalogó como necesaria la incorporación de la letra e) propuesta porque daba cuenta de un problema real que perjudicaba la calidad de vida de los afectados.

El señor **Gazitúa** manifestó que la ubicación de este contenido en el artículo en estudio no implicaría mayores complejidades, sin perjuicio, de aquellas que podrían surgir en la discusión del resto del articulado.

Sometida a votación la indicación resultó **aprobada por mayoría** de votos. Se pronunciaron por la afirmativa las diputadas Karin Luck y Natalia Castillo, y los diputados Miguel Ángel Calisto, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia, y Gonzalo Winter, y se abstuvo el diputado Sergio Bobadilla (9-0-1).

Sometido a votación el artículo resultó **aprobada por unanimidad** de votos, de las diputadas Karin Luck y Natalia Castillo, y los diputados Sergio Bobadilla, Miguel Ángel Calisto, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier Osvaldo Urrutia, y Gonzalo Winter (10-0-0).

Artículo 3°

Define para efectos de esta ley:

- a) Avisador publicitario vial o caminero;
- b) avisos a contramano;
- c) camino o ruta de belleza escénica;
- d) camino público;
- e) curva horizontal;
- f) curva vertical;
- g) elementos publicitarios;
- h) elementos publicitarios menores;
- i) elementos publicitarios mayores;
- j) estética panorámica; faja vial;
- k) publicidad del establecimiento;
- l) publicidad vial o caminera;
- m) puntos peligrosos;
- n) registro nacional de avisadores viales y camineros;
- o) vía urbana, y
- p) vía urbana declarada camino público.

El diputado **Winter** expresó que la letra h) evidenciaba que el carácter público o privado donde se emplazaba la publicidad era intrascendente para efectos del proyecto. Reforzó lo anterior, con el hecho de que, en general, la publicidad buscaba mostrarse hacia el espacio público, no obstante, el literal señalado estaba referido al espacio privado al mencionar expresamente a las edificaciones.

El señor **Gazitúa** concordó con lo afirmado y agregó que, debido a ello respecto de los espacios públicos, se contemplaban prohibiciones como instalar elementos publicitarios en las fajas viales, pues la idea era regular elementos publicitarios que puedan ser vistos desde un espacio público más que desde el lugar donde se encuentren emplazado.

El diputado **Oswaldo Urrutia** acotó que en la ley de Rentas Municipales se diferenciaba entre la instalación de publicidad en el espacio público y la puesta en espacio privado.

Los diputados Natalia Castillo y Oswaldo Urrutia presentaron una indicación para sustituir la letra c) por la que sigue:

“c) Camino, Ruta o Vía de Belleza Escénica: Vía de comunicación terrestre, o tramos de la misma, emplazados en una zona o sector, sea urbano o rural, de alto valor paisajístico o turístico, que requiere un tratamiento diferenciado, destinado a preservar y proteger tales cualidades.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que la idea de la indicación consistía en precisar este concepto en las definiciones, para que se pueden incorporar las vías urbanas en el concepto de belleza escénica.

Sometida a votación la indicación fue **aprobada por unanimidad** con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad** con los votos de las diputadas Karin Luck y Natalia Castillo, y los diputados Sergio Bobadilla, Miguel Ángel Calisto, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia, y Gonzalo Winter (10-0-0).

Posteriormente, a solicitud del diputado Oswaldo Urrutia, en conformidad a la letra b) del número 2) del artículo 266 y al inciso segundo del artículo 278 del Reglamento de la Corporación y por la unanimidad de los presentes, se procedió a la **reapertura del debate**.

El mismo señor diputado formuló una enmienda, para intercalar una letra l), nueva, pasando la actual letra l) a ser m) y así sucesivamente:

“l) Ordenanza local de propaganda y publicidad: Normas generales y obligatorias, aprobadas por la municipalidad correspondiente, aplicables para la instalación de los elementos publicitarios referidos en esta ley. Dicha ordenanza debe sujetarse al marco fijado por las leyes y reglamentos pertinentes, lo que incluye la posibilidad de especificar, precisar o complementar aquellas materias respecto de las cuales esta ley admite el establecimiento de normas locales, relacionadas con el control del impacto urbano de dichos elementos, tales como las referidas en las letras b) y e) del artículo 11, en el inciso final del artículo 26 y en el artículo 33, entre otras.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** comentó que la idea de la indicación consistía en incorporar a las definiciones de la ley el concepto de ordenanza local de propaganda y publicidad con el objeto de que, por un lado, no haya dudas respecto de su alcance y, por otro, su contenido se conforme a esta ley.

En consecuencia, la decisión local tendría definido su rango de acción, afirmó.

Sometida a votación la indicación fue aprobada por **unanimidad**, con los votos de la diputada Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 4°

Precisa que, para la instalación de un elemento publicitario, sea en un bien nacional de uso público, bien fiscal, bien municipal o bien privado, se requiere del permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales, previo pago de los derechos municipales correspondientes que procedan por este concepto.

El inciso segundo indica que los elementos publicitarios visibles desde caminos públicos, rurales o urbanos, o desde vías públicas urbanas deben contar además con las autorizaciones previas a las que se refiere el artículo 6°.

El inciso tercero señala que lo anterior es sin perjuicio de que, para el otorgamiento de permisos de instalación de elementos publicitarios en el espacio público, también se requiere obtener previamente de la municipalidad la concesión o el permiso precario para el uso de dichos espacios y faculta a la municipalidad para cobrar derechos por estas concesiones o permisos precarios, distintos de los derechos municipales que deben pagarse por los permisos de instalación de elementos publicitarios, según lo previsto en el decreto supremo N° 2.385, que fija texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales.

El inciso cuarto mandata que sólo podrá otorgarse permiso de instalación cuando no exista prohibición expresa para el emplazamiento de elementos publicitarios.

El diputado Oswaldo Urrutia presentó una enmienda al inciso primero para reemplazar las palabras “establece el artículo 9°” por “regulan los artículos 9°, 10, 11, 12, 13 y 14”.

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación, resultó **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Karin Luck y Natalia Castillo, y los diputados Cristhian Moreira, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa y Gonzalo Winter (7-0-0).

Artículo 5°

Prohíbe la instalación de elementos publicitarios con las condiciones, características o ubicaciones siguientes:

- a) En la faja vial de un camino público.
- b) En la faja vial de una vía urbana.
- c) En puntos peligrosos, o a menos de la distancia mínima respecto de los mismos, definida en los reglamentos respectivos.
- d) A contramano, sin perjuicio de lo dispuesto en la letra b) del presente artículo.

e) Los que presenten movimientos de cualquier clase y los de texto variable.

f) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares y en las pantallas móviles o instaladas en un elemento móvil, que presenten imágenes distintas a las establecidas en el artículo 16.

g) Los ubicados sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica y a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o Superintendencia del ramo.

h) Los que por su dimensión y/o ubicación obstaculicen la visibilidad.

i) En los antejardines. Con todo, podrá autorizarse la instalación de elementos publicitarios menores en estos espacios, siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación.

j) En áreas de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para reemplazar en la letra f) la referencia al "artículo 16" por otra al "artículo 25".

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación resultó **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Karin Luck y Natalia Castillo, y los diputados Cristhian Moreira, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa y Gonzalo Winter (7-0-0).

Posteriormente, a solicitud del diputado Osvaldo Urrutia, en conformidad a la letra b) del número 2) del artículo 266 y al inciso segundo del artículo 278 del Reglamento de la Corporación y por la unanimidad de los presentes, se procedió a la **reapertura del debate**.

El mismo señor diputado formuló una enmienda, para sustituir la letra e) por la siguiente:

"e) Los que contengan texto variable y los que presenten movimientos de cualquier clase, con excepción de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25. Se prohíben también los elementos publicitarios que, por su alto contenido distractor, constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías y aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta. Asimismo, en caminos públicos, sean urbanos o rurales, se prohíbe incluir en el aviso la información de contacto relativa a la publicidad que se expone."

Sometida a votación sin debate, la indicación fue aprobada por **unanimidad**, con los votos de la diputada Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 6°

Mandata que previo al ingreso de una solicitud de permiso ante la Dirección de Obras Municipales se debe obtener autorización de la Dirección Regional de Vialidad para elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos. Tratándose de elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, deberá obtener la autorización de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones para

verificar que no constituyen un peligro para la seguridad vial y dispone que dicha autorización constituye un requisito indispensable para el otorgamiento del permiso de instalación.

El señor **Gazitúa** señaló que esta norma debía entenderse como una fase previa en el proceso de permiso de instalación de elementos publicitarios exigida, en aras de la seguridad vial, para aquellos elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde caminos públicos o vías públicas. Agregó que, obtenida dicha autorización previa de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según sea el caso, el interesado se debería dirigir a la Dirección de Obras Municipales para realizar la solicitud de permiso de instalación.

Sometido a votación el artículo, resultó **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (10-0-0).

Artículo 7°

Entrega la fiscalización permanente de los elementos de publicidad que cuenten con la autorización previa a profesionales o técnicos competentes de la Dirección Regional de Vialidad o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que hubiere otorgado dicha autorización.

El señor **Gazitúa** expresó que la idea de la disposición consistía en dejar claramente establecido que la fiscalización estaría en manos de la Dirección de Vialidad para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos rurales o urbanos o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones para elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos.

Señaló que se trataba de una norma importante porque muchas veces los letreros quedaban abandonados y debía ordenarse su retiro, como cuando los avisadores sacaban la publicidad, pero dejaban la estructura.

El diputado **Winter** observó que cuando la ley entregaba responsabilidad a una institución del Estado no hacía referencia a los profesionales o técnicos que se desempeñan en dicha institución, pues se entendía que ésta debía responder.

Consultó en qué casos era competente la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas y cuando la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones.

El señor **Gazitúa** respondió que todo lo urbano que no era camino público era de competencia de la Seremi de Transporte y que el resto estaba en manos de la Dirección de Vialidad.

El diputado **Osvaldo Urrutia** manifestó que la redacción de la primera parte del artículo en el pasaje que prescribía que: *"...la fiscalización permanente de los elementos de publicidad que cuenten con la autorización previa señalada en el artículo anterior corresponderá..."*, podría inducir a inhibir la actividad fiscalizadora que, en una interpretación restrictiva, podría concluir que solo son fiscalizables los letreros que cuentan con permiso. En este punto, afirmó que los inspectores debían fiscalizar tanto los letreros que contaban con permiso como lo que no lo tenían.

El señor **Gazitúa** concordó con el diputado Winter en el sentido de que no debería hacerse referencia a los profesionales o técnicos de una determinada repartición, sino, a la institución respectiva. De igual modo, coincidió en la apreciación del diputado Osvaldo Urrutia, especialmente porque los letreros que requieren mayor fiscalización son aquellos que no contaban con autorización.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló una enmienda para sustituirlo el artículo 7° por el que sigue:

“Artículo 7°.- De la fiscalización en materia de seguridad vial. Para efectos de la aplicación de esta ley, la fiscalización permanente de todo elemento publicitario cuenta o no con la autorización previa señalada en el artículo anterior, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda.”.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia castillo y Karin Luck, y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (10-0-0). Por el mismo quórum se tuvo por rechazado el artículo.

Artículo 8°

Faculta a la Dirección Regional de Vialidad, con consulta a la Subsecretaría de Turismo o a petición de esta última, para declarar como Caminos o Rutas de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°, conforme al procedimiento que se establezca en el reglamento de esta ley.

El señor **Gazitúa** mencionó que se encontraba pendiente de discusión si la declaración de ruta de belleza escénica debería extenderse a otros ámbitos y no ceñirse solo a los caminos públicos.

El diputado **Espinoza** estimó la redacción muy restringida al tema interurbano.

El diputado **Osvaldo Urrutia** puntualizó que este artículo estaba circunscrito al área rural, pero el artículo 10 hacía referencia al control del impacto que los elementos publicitarios provocaban en el entorno urbano. En esa línea, sugirió incluir en dicha norma el área urbana y propuso establecer en una letra nueva que las municipalidades a través de los planes reguladores incluyeran calles o vías de belleza escénica.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes enmiendas:

1) Para sustituir en el epígrafe el vocablo “Belle” por “Belleza”.

2) Para reemplazar en el inciso segundo la frase “del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, de promulgado el año 2000 y publicado el año 2001” por “de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia”.

Puesto en votación el artículo en conjunto con las indicaciones fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (10-0-0).

Artículo 9°

El señor **Gazitúa** indicó que se trataba de un artículo muy extenso, cuyo inicio se refería a la autorización previa por parte de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según ya se abordó. Posteriormente, precisó, se establecía que Dirección de Obras Municipales debería verificar el cumplimiento de una serie de requisitos de los elementos publicitarios para los cual se prescribían letras a), b), c) d) y e).

A continuación, la norma regulaba cauciones o garantías de carácter irrevocable, a nombre de la municipalidad respectiva, a fin de garantizar el retiro de dichos elementos por los montos que indica y que varían según el número de elementos publicitarios, por ejemplo:

- De 1 a 5 elementos autorizados en la comuna: 150 unidades tributarias mensuales (UTM) de garantía para retiro.
- De 6 a 15 elementos autorizados en la comuna: 300 UTM de garantía para retiro.

Expreso que las cauciones buscaban hacer justicia, porque muchas veces las empresas retiraban la publicidad, pero no los letreros o simplemente no retiraban nada, en cuyo caso eran las municipalidades las que debían asumir el costo del retiro-

Por último, expresó que el artículo prescribía que, para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras Municipales debería remitir mensualmente copia de los permisos otorgados, tanto a los Servicios que dieron su autorización previa como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que presentaría indicaciones a este artículo con la finalidad de mejorar la redacción y ordenar su contenido a fin de mejorar su comprensión, replicando el texto aprobado por el Senado en el sentido de acompañar cada artículo con un título en alusión a la materia tratada.

Indicó que el tema más novedoso decía relación con incorporar la ordenanza local de propaganda y publicidad que los municipios tenían la obligación de dictar, debiendo agregarse en las disposiciones transitorias un plazo al efecto. Asimismo, precisó que se adicionaban otras observaciones como la realizada por el diputado Winter respecto de los letreros con alta luminosidad y las vías de belleza escénica para el área urbana.

Se acordó por la unanimidad de los presentes tratar y votar este artículo por materias, en atención a su extensión y diversidad de contenido.

Incisos primero y segundo (han pasado a ser artículo 9°)

Señala que obtenida la autorización previa de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, podrá solicitarse el permiso de instalación de elemento publicitario y que los interesados deberán solicitar el permiso a la Dirección de Obras Municipales según los requisitos establecidos en esta ley y en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para reemplazar en el epígrafe del artículo las palabras "Permiso de instalación otorgado por" por "Solicitud de permiso de instalación ante".

El mismo señor diputado precisó que este nuevo artículo quedaba prácticamente igual al original, solo que reducido a los dos primeros incisos.

Sometidos a votación los inciso primero y segundo en conjunto con la indicación fueron **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Inciso tercero (ha pasado a ser artículo 10)

Mandata a la Dirección de Obras Municipales para verificar que el elemento publicitario cumpla con las exigencias necesarias y, adicionalmente, verificar que el elemento publicitario cuyo permiso de instalación se solicita:

- a) No infrinja las prohibiciones establecidas en el artículo 5°.
- b) Se emplace en un predio de propiedad del solicitante, lo que se acreditará mediante declaración jurada. En caso que el inmueble no sea de propiedad del solicitante, la declaración deberá ser extendida por el o los propietarios del inmueble, debiendo contener la autorización expresa para la instalación de elementos publicitarios.
- c) Cumpla con las normas urbanísticas de la zona en que se emplace.
- d) Cumpla con las normas relativas a la seguridad, resistencia y estabilidad.
- e) No altere las condiciones de habitabilidad ni de seguridad de recintos habitables o no habitables en lo que respecta a la entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.
- f) No altere significativamente el entorno en el que pretende emplazarse.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes indicaciones:

- 1) Para incorporar, con anterioridad a la palabra “La”, la siguiente oración: “Artículo 10.- Exigencias para el otorgamiento del permiso de instalación.”.
- 2) Para reemplazar en la letra f) el guarismo “10” por la palabra “siguiente”.

Sometido a votación el inciso tercero en conjunto con las indicaciones referidas fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Iván Norambuena, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Inciso cuarto (ha pasado a ser artículo 14)

Mandata a la Dirección de Obras Municipales para otorga el permiso si la solicitud cumple con las disposiciones establecidas en esta ley, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones y en el instrumento de planificación territorial, previo pago de los derechos municipales correspondientes a las obras provisorias.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes indicaciones:

- 1) Para incorporar, con anterioridad a la palabra “La”, la siguiente oración: “Artículo 14.- Otorgamiento del permiso.”.
- 2) Para sustituir la expresión “territorial,” por la frase “territorial y en la ordenanza local de propaganda y publicidad, previa entrega de la correspondiente garantía y”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que en este nuevo artículo se insertaba la exigencia de cumplir con la ordenanza local de propaganda y publicidad como requisito para que la Dirección de Obras Municipales pueda otorgar un permiso.

El diputado **Winter** consultó si la creación de la ordenanza local de propaganda y publicidad era un instrumento cuya obligación de creación ya existía en la legislación vigente o simplemente se creaba en esta iniciativa.

El diputado **Oswaldo Urrutia** respondió que la Ley de Rentas Municipales ya exigía a las municipalidades dictar dicha ordenanza, sin embargo, muy pocos municipios habían cumplido, de ahí la importancia de consagrar en un artículo transitorio un plazo para dictarla.

El diputado **Winter** opinó que establecer un plazo para dictar la ordenanza en esta iniciativa tendría un impacto muy importante para compeler a las municipales a cumplir con esta obligación la Ley de Rentas Municipales, pues en caso contrario no podrían entregar permisos.

Sometido a votación el inciso en conjunto con las indicaciones, resultó **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Incisos quinto y sexto (han pasado a ser artículo 12)

Señala que antes de que se le otorgue el permiso, el avisador publicitario deberá entregar en la Dirección de Obras Municipales de la comuna donde se ubiquen el o los elementos publicitarios mayores, una caución que garantice el retiro de dichos elementos, por los montos que indica. Agrega que la garantía se hará efectiva en caso que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la municipalidad con cargo a esta garantía.

El diputado **Oswaldo Urrutia** consultó al Ejecutivo el motivo por el cuál las cauciones habían sido fijadas escalonadas, especialmente si se tomaba en consideración que las empresas solicitaban permiso a través del tiempo y no todos simultáneamente. Sugirió establecer un valor unitario por letrero, en atención a que las cauciones escalonadas producían injusticias y malos incentivos.

El señor **Gazitúa** contestó que el problema de establecer un valor unitario por cada instalación de letrero, decía relación con el hecho de que cuando eran muchos elementos publicitarios en una comuna la garantía estaría sobredimensionada siendo lo más probable que en la realidad no hubiera que quitarlos todos. Sugirió establecer un valor unitario con un tope en el monto de la caución.

El diputado **Oswaldo Urrutia** estimó más adecuado establecer un valor de garantía por cada letrero, de tal surte que si queda un letrero sin sacar se cobraría solo la garantía de ese letrero.

El mismo señor diputado presentó una indicación para sustituir los incisos quinto y sextos del artículo 9° por el siguiente artículo 12:

“Artículo 12.- Entrega de garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario. En forma previa al otorgamiento del permiso, el avisador publicitario deberá entregar en la Dirección de Obras Municipales de la comuna donde se ubique el correspondiente elemento publicitario mayor, una póliza de seguro, caución u otro tipo de

garantía de carácter irrevocable, a nombre de la municipalidad respectiva, pagadera a la vista o que pueda ejecutarse en un plazo no superior a diez días desde el requerimiento de pago, que garantice el retiro de dicho elemento.

Para determinar el monto a garantizar, la municipalidad deberá considerar el tipo de estructura y superficie del elemento publicitario; su ubicación y emplazamiento; el número total de elementos publicitarios que dicho avisador tuviere autorizados en la comuna; y las características o dificultades asociadas a la eventual gestión de retiro por parte de la municipalidad, tales como la necesidad de contratar maquinaria especializada o que se trate de labores que requieran ser ejecutadas por personal distinto a los funcionarios municipales, entre otras particularidades.

Esta garantía se hará efectiva en caso que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la municipalidad respectiva, con cargo a esta garantía, en conformidad a lo señalado en el artículo 20, debiendo de inmediato el avisador renovarla en los términos establecidos en este artículo.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** consideró injusta el sistema escalonado de multas propuesto por el Senado pues no consideraba la ubicación, emplazamiento, tamaño, entre otros aspectos, del elemento publicitario. Agregó que la indicación de su autoría establecía un monto según el número de elementos, por ejemplo, de 1 a 5 elementos el monto de la garantía era el mismo.

Por otra parte, precisó que la municipalidad debía ceñirse a la casuística para fijar el monto de la garantía, según el tipo de estructura, superficie, ubicación, emplazamiento, etc.

La diputada **Castillo** hizo presente que en la indicación no se establecía un monto mínimo para la caución, opinando que ello no debería quedar a criterio de la municipalidad que incluso podría llegar al extremo de caucionar por un peso.

El diputado **Oswaldo Urrutia** acotó que el objetivo de la garantía consistía precisamente en evitar que los municipios deban hacerse cargo del gasto que implica el retiro de los letreros. En esa línea, precisó que las municipalidades tenían dos formas para autorizar la instalación de letreros en espacios públicos: a) Una concesión a través de una licitación pública con un monto de garantía proporcional al de la inversión o a los costos que significaba retirar y b) Permisos precarios entregados directamente, no obstante, con la indicación se entregaban criterios para fijar el monto de la garantía según las características del letrero.

El señor **Gazitúa** consideró que el solo hecho de exigir una garantía era un avance respecto de la normativa actual. De igual manera, le pareció adecuado que existieran criterios para analizar caso a caso porque la casuística era muy amplia en esta materia. Asimismo, si bien manifestó entender la aprensión de la diputada Castillo, calificó de muy poco probable que las municipalidades fijaran cauciones de un peso, porque precisamente estas garantías estaban diseñadas para el resguardo de dichos órganos.

El diputado **Teillier** sugirió no fijar una suma de dinero, pero si hacer una referencia a un monto determinado como mínimo.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que en el inciso segundo se mencionaban parámetros para que la municipalidad fijaran el monto, resultando obligatorio imponer una garantía no solo en licitaciones, sino también, en los permisos precarios tomando en cuenta una serie de características y particularidades.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por mayoría de votos**. Se pronunciaron por la afirmativa la diputada Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Iván Norambuena, Jorge Sabag y Osvaldo Urrutia, en tanto se abstuvieron la diputada Natalia Castillo y el diputado Guillermo Teillier (7-0-2). Por el mismo quorum se tuvieron por rechazados los incisos quinto y sexto.

Inciso séptimo (ha pasado a ser artículo 13)

Señala que la garantía no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores en los casos en que la municipalidad haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos del retiro de la publicidad con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para sustituirlo por el siguiente artículo:

“Artículo 13.- Validez de la garantía presentada con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público. La garantía referida en el artículo precedente no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores respecto de los cuales la municipalidad respectiva haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos asociados al retiro de la publicidad de dichos elementos, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 36 del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades.”.

El diputado **Osvaldo Urrutia** acotó que la indicación intentaba evitar la duplicidad de garantías, considerando aquellas cauciones entregadas con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público que se encontraban en las bases de licitación.

Sometida a votación la indicación resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvo por rechazado el inciso.

Inciso octavo (ha pasado a ser artículo 15)

Permite al solicitante reclamar ante la Secretaría Regional correspondiente del Ministerio de Vivienda y Urbanismo si el permiso fuere denegado o si la Dirección de Obras no se pronunciare por escrito dentro del plazo de treinta días desde la petición.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una enmienda para reemplazarlo por el siguiente:

“Artículo 15.- Reclamación ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. Si el permiso fuere denegado o si la Dirección de Obras Municipales no se pronunciare por escrito sobre éste, dentro del plazo de treinta días contado desde la presentación de la solicitud, el petionario podrá reclamar ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo correspondiente, en los términos establecidos en los incisos tercero, cuarto y quinto del artículo 118 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.”.

El autor explicó que la indicación solo tenía por objeto darle un título al artículo,

Sometida a votación la indicación sustitutiva, resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvo por rechazado el inciso octavo.

Inciso noveno (ha pasado a ser artículo 16)

Preceptúa que, para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras deberá remitir mensualmente copia de los permisos otorgados, tanto a los Servicios que otorgaron su autorización previa como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó las siguientes indicaciones:

1) Para incorporar, con anterioridad al vocablo “Para”, la oración “Artículo 16.- Remisión de copia de los permisos.”.

2) Para reemplazar el vocablo “otorgaron” por “dieron”.

Sometido a votación el inciso en conjunto con las indicaciones referidas resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 10 (ha pasado a ser artículo 11)

El inciso primero faculta a la Dirección de Obras Municipales para rechazar el permiso de instalación de elemento publicitario si determina que éste podría alterar significativamente el entorno en el que pretende emplazarse. Para ello, deberá considerar, en los supuestos que fueren aplicables, el cumplimiento de requisitos mínimos que expresa en literales desde la letra a) hasta la d)

El inciso segundo menciona que lo anterior es sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos específicos que establezca la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones y la municipalidad en el instrumento de planificación territorial o en una ordenanza local de propaganda y publicidad.

El diputado Urrutia formuló las siguientes indicaciones:

1) Para intercalar en la letra b), a continuación del punto que sigue a la voz “mismas” la oración “Tampoco podrán emplazarse en aquellas zonas, subzonas o vías públicas que restrinja para tal efecto la ordenanza local de propaganda y publicidad.”.

2) Para incorporar una letra e), del siguiente tenor:

“e) La ordenanza local de propaganda y publicidad podrá declarar, como Vías de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°. Los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde las mismas deberán resultar armónicos con dicha condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine la referida ordenanza local. La Dirección de Obras Municipales deberá rechazar la autorización si el elemento publicitario no cumple con lo establecido en la referida ordenanza local de propaganda y publicidad.”.

3) Para agregar la siguiente letra f):

“f) Respecto de los elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos o desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, la superficie máxima de avisaje de cada elemento será de 96, 48, 24 y 12 metros cuadrados, respectivamente. En las vías definidas como vías de servicio o locales, solo estará permitido el emplazamiento de elementos publicitarios menores.”.

4) para sustituir el inciso segundo por el siguiente:

“Lo establecido en este artículo, es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la ordenanza local de propaganda y publicidad, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que, en sintonía con lo aprobado, se incorporan en la indicación signada con el número 1) restricciones que, para tal efecto, estableciera la ordenanza local de propaganda y publicidad, es decir, señaló se incorporaba nuevamente a la ordenanza de origen municipal para los casos en que ella restrinja el emplazamiento en zonas, subzonas o vías públicas.

Asimismo, indicó que en la enmienda individualizada con el numeral 2) se agregaba una letra e) para incorporar las vías de belleza escénica de conformidad al artículo 3°.

Aclaró que no era discrecional para el Director de Obras rechazar o aprobar una solicitud, sino, que debía regirse por el marco jurídico aplicable y denegar la autorización si el elemento publicitario no cumplía con lo establecido en la ordenanza local de propaganda y publicidad.

El diputado **Winter** en relación a la letra b) que dispone que los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o autorreflexión o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no podrían emplazarse en las zonas residenciales exclusivas, observó que los principales impactos de los letreros publicitarios no decían relación con el lugar de su emplazamiento, sino, con el lugar en dónde producían su impacto, generalmente visual. Así, sostuvo que el cartel publicitario no se encontraba emplazado en la carretera misma pero su impacto era en ella y que el letrero luminoso no estaba ubicado dentro de la casa, pero ahí se producía el exceso de luz.

Consultó si las ordenanzas locales de propaganda y publicidad contenían un marco o límites o cada municipio los definiría.

El diputado **Oswaldo Urrutia**, en cuanto a la indicación singularizada con el numeral 3) añadió que asociaba el tamaño de los letreros con la capacidad de la vía, conformándose con la ley General de Urbanismo y Construcciones, tal como ocurre con el equipamiento comercial.

Aseguró que con la indicación no solo se favorecía la seguridad vial, sino también al medio ambiente.

Sometido a votación este artículo en conjunto con las indicaciones señaladas precedentemente fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Gustavo Sanhueza, Diego Paulsen, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 11

Se acordó por la unanimidad de los presentes tratar y votar este artículo por materias.

Incisos primero y segundo (han pasado a ser artículo 17)

Preceptúa que el permiso de instalación de elementos publicitarios caducará cuando hubieren transcurrido más de treinta días desde su otorgamiento sin que se hubiere instalado.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una enmienda para sustituirlos por el siguiente:

“Artículo 17.- Naturaleza de los permisos, plazo y caducidad por falta de instalación. Los permisos de instalación de elementos publicitarios serán intransferibles, tendrán carácter precario y podrán otorgarse por un plazo máximo de tres años, con las excepciones contempladas en la letra c) del artículo 11.

Sin perjuicio de lo anterior, el permiso caducará cuando hubieren transcurrido más de ciento ochenta días desde la fecha de su otorgamiento por la Dirección de Obras Municipales, sin que se hubiere instalado.

Lo señalado en los incisos anteriores, es sin perjuicio de la posibilidad que la municipalidad, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios, establezca otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.”.

El diputado **Osvaldo Urrutia** catalogó como muy breve el plazo de treinta días fijado por el Senado para la caducidad del permiso de instalación de elementos publicitarios, especialmente tratándose de un elemento mayor que requiera de un diseño de ingeniería estructural con cimientos y excavaciones, a lo que se le añadiría una limitación técnica porque el hormigón tiene su máxima resistencia después de veintiocho días. Es por ello, sostuvo, que esta enmienda ampliaba el plazo a ciento ochenta días, sin perjuicio, de que las autorizaciones vía concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios puedan considerar otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.

El señor **Gazitúa** manifestó concordar con la indicación propuesta, con la ampliación del plazo de caducidad y con el hecho de que las municipalidades por medio de la concesión puedan fijar su propio plazo de caducidad o vigencia del permiso.

Sometida a votación la indicación sustitutiva resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvieron por rechazados los incisos primeros y segundo.

Incisos tercero y cuarto (han pasado a ser artículo 18)

Indica que la Dirección de Obras Municipales deberá verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley y exigir que se acompañe un pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que acredite fundadamente que no ha existido variaciones en las circunstancias que permitieron dar su conformidad para la instalación cuya prórroga se solicita y que los elementos mantienen su condición de no constituir un peligro para la seguridad vial.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una enmienda para sustituirlos por el siguiente artículo:

“Artículo 18.- Renovación de los permisos. El plazo de vigencia del permiso podrá ser renovado, previa solicitud ingresada a la Dirección de Obras Municipales, a lo menos con treinta días de anticipación al vencimiento de éste.

En tal supuesto, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley y exigir que se acompañe un pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, en el que se acredite fundadamente que no ha existido variaciones en las circunstancias que permitieron a dicho órgano dar su conformidad para la instalación cuya prórroga se solicita y que, como consecuencia de lo anterior, tales elementos mantienen su condición de no constituir un peligro para la seguridad vial.”.

Sometida a votación sin debate la indicación sustitutiva resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvieron por rechazados los incisos tercero y cuarto.

Inciso quinto (ha pasado a ser artículo 19)

Permite a la Dirección de Obras, a solicitud de parte interesada y por motivos fundados, revocar un permiso y proceder con los trámites para el retiro del elemento.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una enmienda para sustituirlo por el siguiente:

“Artículo 19.- Revocación de los permisos. A solicitud de parte interesada y por motivos fundados relacionados con la falta de cumplimiento de la normativa aplicable, la Dirección de Obras Municipales podrá revocar un permiso ya conferido y proceder con los trámites para obtener el retiro del elemento.”.

Sometida a votación sin debate, la indicación sustitutiva resultó **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvo por rechazado el inciso quinto.

Artículo 12

Se acordó por la unanimidad de los presentes tratar y votar el inciso final separado,

Incisos primero, segundo, tercero y cuarto (han pasado a ser artículo 20)

Regula la obligación de retiro de los elementos publicitarios y facultad para disponer del auxilio de la fuerza pública.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una enmienda para sustituirlos por el siguiente:

“Artículo 20.- Obligación de retiro de los elementos publicitarios y facultad para disponer del auxilio de la fuerza pública. Vencido el plazo de vigencia del

permiso de instalación o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, deberá procederse al retiro del elemento publicitario, dentro del plazo máximo de treinta días desde el vencimiento del plazo de vigencia o desde la revocación del permiso. Los costos relacionados con dicho retiro serán de cargo del avisador.

Para el caso que el avisador no efectúe el retiro en el plazo otorgado para ello, el Director de Obras Municipales, en uso de sus facultades legales, deberá efectuar la correspondiente denuncia ante el juzgado de policía local competente, para que éste, de acuerdo con el procedimiento de la ley N° 18.287, ordene el retiro de los elementos publicitarios por parte de la municipalidad respectiva, con cargo a la garantía constituida.

La municipalidad podrá requerir del Intendente o Gobernador el auxilio de la fuerza pública, el que podrá ser otorgado con facultades de allanamiento y descerrajamiento, a fin de retirar los elementos publicitarios que no cumplan con lo dispuesto en la legislación vigente.

Lo indicado en el inciso anterior es sin perjuicio de la facultad del alcalde para ordenar la demolición o el retiro de los elementos publicitarios, con el auxilio de la fuerza pública si fuere necesario, o imponer las multas o sanciones que correspondan, en conformidad a las disposiciones de la Ley General de Urbanismo y Construcciones y su Ordenanza General, y de las facultades entregadas a la Dirección de Vialidad en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que la indicación disponía la revocación del permiso vencido el plazo de vigencia o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, porque ese era el órgano que lo otorgaba, se debería, entonces, proceder al retiro del elemento publicitario. Aclaró que nada tenía que ver, en esta instancia, el Director Regional de Vialidad o el Secretario Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones como consagra el texto del Senado. Por otra parte, añadió que se fijaba un plazo máximo de 30 días para retirar el elemento publicitario a fin de evitar que se eternice dicho acto.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvieron por rechazados los incisos primeros al cuarto.

Inciso quinto (ha pasado a ser artículo 21)

La municipalidad no será responsable de los elementos publicitarios que no sean retirados por los avisadores dentro del plazo fijado para tal efecto por el juzgado de policía local respectivo o por la Dirección de Vialidad o el alcalde, cuando corresponda.

El diputado Oswaldo Urrutia presentó una enmienda para sustituirlo por el siguiente:

“Artículo 21.- Responsabilidad por eventuales daños a terceros y obligación de la municipalidad de arbitrar los medios para efectuar oportunamente el retiro. Los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueren retirados dentro del plazo correspondiente, aun cuando el juzgado de policía local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro, con cargo a la garantía constituida.

Sin perjuicio de lo anterior, el hecho que la municipalidad no sea responsable civilmente por tales daños, no obsta a que deba arbitrar los medios necesarios para efectuar oportunamente dicho retiro.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** explicó que esta indicación pretendía aclarar que los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueren retirados dentro del plazo correspondiente, aun cuando el juzgado de policía local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro. Lo anterior, sostuvo, se debía a que no era justo ni correspondía que la municipalidad se hiciera cargo de los perjuicios que, por ejemplo, se generan por una caída del letrero.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0). Por el mismo quorum se tuvo por rechazado el inciso quinto.

Artículo 13 (ha pasado a ser artículo 22)

Señala que en caso de expropiación del terreno en que se encuentre instalado el elemento publicitario, el avisador deberá retirarlo, a su cargo y sin derecho a indemnización quedando caducados la autorización para su instalación y el permiso de instalación.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 14 (ha pasado a ser artículo 23)

Regula quienes puede ser titulares de los permisos de instalación de elemento publicitario.

El diputado Oswaldo Urrutia formuló una indicación para sustituir la referencia al “artículo 21” por otra al “artículo 33”.

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación, fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 15 (ha pasado a ser artículo 24)

El inciso primero establece y regula el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

El inciso segundo dispone que cuando los avisadores incurran en cinco infracciones a esta ley o a los reglamentos en los casos que indica serán eliminados del Registro, sin perjuicio de la aplicación de otras sanciones o multas que sean procedentes.

El inciso tercero mandata que los avisadores eliminados del Registro podrán solicitar su reinscripción transcurridos dos años.

El diputado Oswaldo Urrutia presentó las siguientes enmiendas:

1) Para suprimir el inciso segundo.

2) Para reemplazar en el inciso tercero la frase “Los avisadores que hayan sido eliminados del Registro” por “Aquellos avisadores que sean sancionados con la eliminación del Registro, conforme a las disposiciones del Título IV,”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** señaló que la primera indicación proponía eliminar el inciso segundo con el fin de dejar las infracciones reguladas en el título IV que creó un catálogo completo de sanciones y faltas.

Lo anterior, por considerar que el texto propuesto por el Senado otorgaba un rango muy amplio a la aplicación de las multas, sin precisar las conductas que se sancionan, dificultando la labor de los jueces de policía local.

El señor **Gazitúa** se mostró de acuerdo con las indicaciones y aclaró que la indicación signada con el número 2) consistía en una precisión de redacción.

Sometido a votación el artículo en conjunto con las indicaciones, fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de la diputada Karin Luck, y los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 16 (ha pasado a ser artículo 25)

Regula las condiciones mínimas que debe cumplir todo elemento publicitario, sin perjuicio de los requisitos específicos que reglamentariamente se establezcan para determinadas instalaciones.

El diputado Oswaldo Urrutia presentó una indicación para reemplazar la letra c) por la siguiente:

“c) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares no podrán proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico. Únicamente podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta.”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** comentó que la idea consistía en evitar que las pantallas con contenido dinámico, que son la tendencia, representaran una distracción para los conductores y en definitiva atentaran contra la seguridad de las personas. Puntualizó que en caso de no cumplirse significaría una multa según el catálogo de sanciones.

El señor **Gazitúa** expresó que la disposición era complementaria al artículo de control de impacto urbano pues hacía referencia a los elementos luminosos y a aquellos que debían instalarse fuera de la faja vial, por ejemplo. Destacó que no se podía afectar ni imitar las señales de tránsito, lo que catalogó como muy importante para evitar confusión en los conductores. Agregó que la letra c) propuesta era de suma importancia pues se regulaban los letreros led en el sentido de que deben emitir una imagen fija.

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación, fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de la diputada Karin Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 17 (ha pasado a ser artículo 26)

Entrega a un reglamento la determinación de la distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos, como también entre elementos publicitarios y puntos peligrosos y dispone reglas para el distanciamiento mínimo entre elementos publicitarios mayores y sucesivos.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló una enmienda para sustituirlo por el siguiente:

“Artículo 26.- Distancia mínima respecto de un punto peligroso y distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos. La distancia mínima entre un elemento publicitario y alguno de los puntos peligrosos definidos en el artículo 3° será determinada por los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, dependiendo de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de cada vía o camino.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 1000 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior es sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 1) del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad del camino o como resguardo de la belleza escénica del mismo.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrá ser inferior a 300 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior, sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 2) del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de la vía; o los que pudiere establecer la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad, para controlar el impacto en el entorno urbano que provocan estos elementos.”.

El señor **Gazitúa** comentó que en el Senado se discutió mucho la distancia entre los elementos, estableciéndose un distanciamiento mínimo, sin perjuicio, de que la ordenanza local pudiera fijar una distancia mayor.

Apuntó que una cosa era la distancia entre elementos publicitario y otra la distancia entre éstos y una curva, por ejemplo, pues no podían existir letreros en una curva sin que distrajeren al conductor y, posiblemente, hacerlo seguir de largo.

El diputado **Osvaldo Urrutia** recordó que los elementos publicitarios podían ser menores y mayores y que estos últimos obedecían a instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que requirieran de una estructura propia, tales como postes, placas paletas, torres o tótems, o que formaran parte de una edificación generando un volumen adicional en cubiertas o terrazas o un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua.

Indicó que, en relación a la instalación de elementos publicitarios mayores, la norma del Senado establecía que:

1) En el área rural se permitía instalar a 300 metros, es decir, cada tres cuadras; y tratándose de letreros con tecnologías electrónicas a 500 metros, lo que calificó de insuficiente.

2) En área urbana se permitía a 100 metros, es decir, podría existir un elemento publicitario mayor en cada cuadra, lo que nuevamente catalogó como un exceso y atentatorio contra el medio ambiente. Agregó que lo descrito era lo que ocurría en la Alameda de Santiago.

3) En los caminos públicos situados dentro de los límites urbanos se permitían 300 metros tratándose de letreros con tecnología electrónica, lo que era contradictorio, afirmó, con el primer punto que disponía 100 metros.

Enfatizó que las distancias eran demasiado invasivas tanto en el área rural y como urbana.

El señor **Gazitúa** coincidió que fijar 100 metros en el área urbana podría ser muy exiguo, no obstante, manifestó carecer de toda información para afirmar lo mismo respecto del distanciamiento en el área rural y caminos públicos situados dentro del área urbana

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que la indicación sustitutiva cambiaba el título del artículo y precisaba que los puntos peligrosos definidos en el artículo 3° serían determinados en los respectivos reglamentos en atención a que se trataba de materias de carácter muy técnico.

Asimismo, comentó que se precisaba que la distancia mínima entre:

1) Elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos, no podrían ser inferior a 1.000 metros, versus los 300 metros del proyecto despachado por el Senado.

2) Elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrían ser inferior a 300 metros.

Lo anterior, sin perjuicio de regular un mayor distanciamiento u otras exigencias o limitaciones en el reglamento, la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad.

La diputada **Castillo** consultó qué elementos se habían tenido en consideración al momento de fijar el metraje de distanciamiento entre los letreros.

El diputado **Oswaldo Urrutia** respondió que unos años atrás, la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obra Pública había tenido la idea de multiplicar por tres los 300 metros y que en esa discusión se tuvieron a la vista elementos de carácter técnico.

Aclaró que la Dirección de Vialidad debería hacer un informe cada vez que se pidiera la instalación de un letrero. Asimismo, señaló que en el área urbana se

había aumentado de 100 a 300 metros, lo que no obstaba a que, adicionalmente, en la ordenanza local se fijaran otros elementos a tener en consideración, porque lo que planteaba la indicación era un mínimo.

El señor **Gazitúa** puntualizó que a 120 kilómetros por hora se avanzaba 1.000 metros cada 30 segundos, luego, si se instalaban letreros a 300 metros se vería un letrero cada 9 segundos.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karen Luck y de los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0). Por el mismo quorum se tuvo por rechazado el artículo 17.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para incorporar el siguiente artículo 27, nuevo:

“Artículo 27- Contenido transitorio relacionado con la seguridad vial o campañas de bien público. Los elementos publicitarios, instalados y con permiso vigente, que transitoriamente no presenten contenido publicitario, podrán exhibir mensajes alusivos a la seguridad vial o a cualquier otra campaña de bien público.”.

Sometida a votación la indicación, sin debate, fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karen Luck y de los diputados Sergio Bobadilla, Fidel Espinoza, René Manuel García, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (8-0-0).

Artículo 18 (ha pasado a ser artículo 28)

Dispone una multa para la contravención a esta ley o sus reglamentos, conforme al procedimiento establecido en la ley N° 18.287.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló una indicación para sustituirlo por el siguiente:

“Artículo 28.- Procedimiento sancionatorio. Las contravenciones a esta ley o a sus reglamentos serán sancionadas conforme al procedimiento establecido en la ley N° 18.287, siendo competente para conocer y resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario.

Lo anterior es sin perjuicio de lo establecido en los artículos 19, 20 y primero transitorio de la presente ley y en los artículos 20 y siguientes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, respecto a las infracciones a dicha ley, a la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones o a los instrumentos de planificación territorial, y sin perjuicio de lo establecido en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.”.

El autor de la indicación explicó que su propuesta incorporaba pequeños cambios en el artículo aprobado por el Senado como suprimir la referencia a la multa de 10 a 200 unidades de fomento, pues ello se desarrollaba y graduaba en el artículo 30 propuesto más adelante.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados

René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0). Por igual quorum se tuvo por rechazado el artículo 18.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para incorporar el siguiente artículo 29:

“Artículo 29.- Infracciones. Las contravenciones a esta ley y/o a sus reglamentos, se calificarán en gravísimas, graves, menos graves o leves, conforme al siguiente detalle:

1) Infracciones gravísimas:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 respecto de los elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor sin contar con el correspondiente permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales respectiva.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, sin contar con la autorización previa del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en la faja vial de un camino público o de una vía urbana, o bien, sobrepasar con su estructura o con la proyección vertical del elemento, la línea de cercos o la línea oficial del respectivo camino o vía.

f) Instalar o mantener un elemento publicitario a contramano, en un punto peligroso o a menos de la distancia mínima respecto de tales puntos, establecida por reglamento.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica o a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o por la Superintendencia del ramo.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario que, por su dimensión y/o ubicación, obstaculice la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) Instalar o mantener un elemento publicitario que no cumpla con las normas de seguridad contra incendio, de resistencia al viento, de resistencia de los elementos soportantes y sus fundaciones, de comportamiento de materiales, de instalaciones o sistemas u otras normas técnicas.

j) Instalar o mantener un elemento publicitario que altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los

mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.

k) Incurrir en tres infracciones graves dentro de un período de dos años o cinco leves, menos graves o graves en un año.

2) Infracciones graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que causen distracción o deslumbramiento a los conductores y usuarios de las vías.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario que complemente, imite, interfiera o afecte la debida percepción de las señales del tránsito o entorpezca el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en el espacio público, sin haber obtenido previamente la concesión o el permiso precario para el uso de dicho espacio, por parte de la municipalidad respectiva.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar, en una zona residencial exclusiva determinada por el instrumento de planificación territorial, incluidas las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas, o bien, en una zona, subzona o vía pública restringida para tal efecto por la ordenanza local de propaganda y publicidad.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario que supere la altura máxima de edificación establecida por el instrumento de planificación territorial o que no cumpla el régimen de rasantes u otra norma urbanística de la zona en que éste se emplace que le fuere aplicable.

f) No efectuar oportunamente el retiro de los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor que pueda ser visto desde una vía pública urbana declarada como camino público o desde una vía definida como vía expresa, troncal o colectora, cuya superficie de avisaje supere la superficie máxima admitida para tales vías.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor destinado a ser visto desde una vía de servicio o local.

i) No efectuar el retiro de un elemento publicitario dentro del plazo máximo de 30 días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde la revocación del mismo.

j) Haber garantizado el retiro de un elemento publicitario mediante una caución o garantía que, al momento de requerirse su ejecución por parte de la municipalidad respectiva, no se encuentre vigente o que no cubra los costos de dicho retiro.

k) Incurrir en cinco infracciones leves o menos graves dentro de un período de dos años.

3) Infracciones menos graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, salvo que se trate de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25.

b) Mostrar o proyectar, en un elemento publicitario o en elementos publicitarios sucesivos, anuncios que constituyan una serie o que representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

c) Mostrar o proyectar en caminos públicos, sean urbanos o rurales, la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con la autorización expresa del propietario del predio en que éste se emplaza, lo que incluye la autorización de la asamblea de copropietarios, en el caso de elementos que se emplacen en un bien común de un condominio acogido al régimen de copropiedad inmobiliaria.

e) No dar cumplimiento a la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento, respecto de un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar y que se encuentre emplazado en una zona en la que esté permitido este tipo de elementos publicitarios. Esta infracción se considerará grave en caso que la intensidad luminosa nocturna afecte el descanso de quienes habitan en unidades habitacionales desde las cuales pueda verse dicho elemento publicitario.

f) Incumplir la distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos que fuere aplicable.

g) Incumplir algún requisito específico distinto a los exigidos por esta ley, establecido en alguno de los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el instrumento de planificación territorial o en la ordenanza local de propaganda y publicidad.

h) Incurrir en cinco infracciones leves dentro de un período de dos años.

4) Infracciones leves:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en un antejardín.

b) Instalar un elemento publicitario cuando ya hubiere transcurrido el plazo de caducidad contemplado en el artículo 17.

c) No mantener un elemento publicitario en óptimo estado de conservación y limpieza.

d) No identificar, en el elemento publicitario, el avisador al cual pertenece.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que en el artículo 29 propuesto se establecían cuatro grupos de sanciones: gravísimas, graves, menos graves y leves, cada una con un catálogo de conductas sancionadas.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados

René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para incorporar el siguiente artículo:

Artículo 30.- Sanciones. La sanción que corresponda aplicar a cada infracción se determinará, según su gravedad, dentro de los siguientes rangos:

1) Las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias mensuales y/o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro.

2) Las infracciones graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro.

3) Las infracciones menos graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 5 a 20 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

4) Las infracciones leves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 1 a 5 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.”.

El diputado **Osvaldo Urrutia** explicó que en el artículo 30 se establecía la sanción que correspondía aplicar a cada infracción, es decir, se fija un margen en el cual el juez de policía local deberá actuar resguardando una mesurada discrecionalidad en su decisión. Así por ejemplo, señaló, las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias y/o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro; las infracciones graves sancionadas con multa de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro; las infracciones menos graves sancionadas con multa de 5 a 20 unidades tributarias y/o la amonestación por escrito en el Registro de Avisadores y las leves con multa de 1 a 5 unidades tributarias y/o la amonestación por escrito en el mismo Registro.

Destacó que la sanción de eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros constituía un importante elemento disuasivo que, además, resultaba coherente con la Ley General de Urbanismo y Construcciones en términos de sanciones.

El diputado **Teillier** consultó los motivos para rebajar en la indicación el monto de la multa máxima, que en el proyecto original ascendía a 400 unidades tributarias mensuales y en indicación a 100 unidades tributarias.

El diputado **Osvaldo Urrutia** comentó que le había parecido excesiva la multa original, especialmente si se considera que se aplicaría por cada letrado. Aseveró que la multa que aplicaba por regla general de los juzgados de policía local era similar.

El señor **Gazitúa** se mostró de acuerdo con que la ley fijara un catálogo de sanciones que orientara al juez en su aplicación, sin perjuicio de que existiría un margen para evaluar cada caso, ya sea aplicando la multa máxima o mínima que se establece para cada categoría de infracción. Igualmente, se mostró conforme con que la multa máxima ascendiera a 100 unidades tributarias mensuales, lo que, dijo era coincidente con otras sanciones como las consagradas en la Ley General de Urbanismo y Construcciones.

Sometida a votación la indicación sustitutiva fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y de los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Artículo 19 (ha pasado a ser artículo 31)

Dispone que serán solidariamente responsables de las infracciones a esta ley tanto el avisador como quien haya contratado sus servicios, cuando se trate de elementos publicitarios instalados por avisadores no inscritos en el Registro.

Sometido a votación el artículo, resultó **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Artículo 20 (ha pasado a ser artículo 32)

Preceptúa que las sanciones y multas que se cursen deberán ser comunicadas al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, en un plazo de quince días contado desde que el acto se encuentre ejecutoriado.

Sometido a votación fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Artículo 21 (ha pasado a ser artículo 33)

Regula que los elementos publicitarios cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento deberán cumplir únicamente con las exigencias de seguridad vial e impacto en el entorno establecidas en esta ley y en sus reglamentos, así como las disposiciones que la ordenanza local de propaganda y publicidad establezca.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes enmiendas:

1) Para sustituir en el inciso segundo la referencia al “artículo 9” por otra al “artículo 12”.

2) Para reemplazar en el inciso tercero la referencia al “artículo 9” por otra al “artículo 12”.

3) Para eliminar en el inciso tercero la frase “o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, cuando corresponda”.

El diputado **Oswaldo Urrutia** expresó que a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones le correspondía intervenir en el área urbana, constituyendo un error su inserción en este inciso, porque el informe que aplicaba en los letreros publicitarios mayores en caminos públicos regionales era el de la Dirección de Vialidad.

Sometidos a votación conjunta el artículo con las indicaciones, fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Oswaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Artículo 22 (ha pasado a ser artículo 34)

Dispone que la propaganda y publicidad electoral se regirá por la ley N° 18.700, orgánica constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Oswaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo 23 (ha pasado a ser artículo 35)

Facultad a los Ministerios de Obras Públicas, de Vivienda y Urbanismo y de Transportes y Telecomunicaciones para impartir instrucciones para la aplicación de las disposiciones de esta ley.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Oswaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo 24 (ha pasado a ser artículo 36)

Regula que el cómputo de plazos.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Oswaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo 25 (ha pasado a ser artículo 37)

Dispone que el valor de la unidad tributaria mensual a que se refiere esta ley serán las correspondientes al mes de enero de cada año.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Oswaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo 26 (ha pasado a ser artículo 38)

Mandata que para la aplicación de esta ley se dictarán lo reglamentos que señala.

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para añadir como epígrafe del artículo el siguiente: "Normas reglamentarias."

El mismo señor diputado explicó que se insertaba un título a la disposición, tal como se acordó hacerlo en todos los artículos.

Sometido a votación el artículo en conjunto con la indicación fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Osvaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo 27 (ha pasado a ser artículo 39)

Introduce dos modificaciones en el decreto con fuerza de ley N° 850, del Ministerio de Obras Públicas, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 15.840, de 1964, y del decreto con fuerza de ley N° 206. La primera para intercalar un inciso final en el artículo 25, permitiendo que tanto un camino nacional como uno regional puedan ser declarados camino o ruta de belleza escénica y, la segunda, reemplaza el artículo 38, que prohíbe la instalación de elementos publicitarios en la faja vial de los caminos públicos.

Sometido a votación el artículo fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Osvaldo Urrutia (8-0-0).

Artículo primero transitorio

Regula el plazo para que los avisadores publicitarios que se encuentren desarrollando dicho giro, una vez que entren en vigencia los reglamentos, puedan obtener o regularizar su inscripción en el Registro y para entregar la garantía exigidas

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes enmiendas:

- 1) Para reemplazar en el inciso primero la referencia al "artículo 26" y al "artículo 9°" por otra al "artículo 38" y al "artículo 12", respectivamente.
- 2) Para sustituir en el inciso tercero la referencia al "artículo 16" por otra al "artículo 25".
- 3) Para reemplazar en el inciso cuarto la referencia al "artículo 26" por otra al "artículo 38".

Sometido a votación el artículo en conjunto con las indicaciones fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Jorge Sabag, Guillermo Teillier, Osvaldo Urrutia y Gonzalo Winter (9-0-0).

Artículo segundo transitorio

Regula que los reglamentos señalados en el artículo 26 deberán ser dictados dentro de los ciento veinte días siguientes a la entrada en vigencia de esta ley.

El diputado Osvaldo Urrutia formuló las siguientes enmiendas:

1) Para incorporar como título el siguiente: “Plazo para dictar los reglamentos.”.

2) Para sustituir la referencia al “artículo 26” por otra al “artículo 38”.

Sometido a votación el artículo en conjunto con las indicaciones fue **aprobado por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Osvaldo Urrutia (9-0-0).

Artículo tercero transitorio

El diputado Osvaldo Urrutia presentó una indicación para incorporar el siguiente artículo transitorio:

“Artículo tercero.- Plazo para dictar la ordenanza local de propaganda y publicidad. Las municipalidades que, a la fecha de publicación de esta ley, no hubieren dictado aún la ordenanza local de propaganda y publicidad referida en el numeral 5) del artículo 41 del decreto N° 2.385, de 1996, del Ministerio del Interior, que fija el texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales, deberán aprobarla en el plazo máximo de dos años, contado desde la publicación de esta ley.

Las municipalidades que hubieren dictado la ordenanza referida, deberán adaptarla a las disposiciones de esta ley en el plazo señalado en el inciso anterior.”.

El diputado **Osvaldo Urrutia** consideró de suma importancia que las municipalidades dicten la ordenanza local de propaganda y publicidad, asimismo, puntualizó que la norma disponía que los municipios que ya la hubieren dictado deban adaptar su contenido a los términos fijados en esta ley.

Sometida a votación la indicación fue **aprobada por unanimidad**, con los votos de las diputadas Natalia Castillo y Karin Luck, y los diputados René Manuel García, Carlos Abel Jarpa, Cristhian Moreira, Iván Norambuena, Jorge Sabag, Guillermo Teillier y Osvaldo Urrutia (9-0-0).

VI. TEXTO DEL PROYECTO COMO QUEDARÍA EN VIRTUD DE LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA COMISIÓN.

Por las razones señaladas y por las que expondrá oportunamente el Diputado Informante, esta Comisión recomienda aprobar el proyecto de conformidad al siguiente texto:

PROYECTO DE LEY

“Artículo 1°.- Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer requisitos, limitaciones, prohibiciones y sanciones con el propósito de regular la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía urbana o de quienes concurren a un espacio público, sea que tales elementos se emplacen en bienes públicos o privados, a fin de velar por la seguridad vial y minimizar el impacto que dichos elementos generan en su entorno.

Para tales efectos, las instalaciones de elementos publicitarios deberán contar con las autorizaciones y permisos que les sean exigibles, cumpliendo con los requisitos y prohibiciones que para cada caso se establecen en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

Artículo 2°.- Ámbito de aplicación. La presente ley se aplica respecto de los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde:

- a) Caminos públicos situados fuera de los límites urbanos.
- b) Vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo.
- c) Vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.
- d) Otros espacios públicos urbanos, tales como plazas y parques.
- e) El interior de unidades habitacionales, bien sea de forma directa o indirecta.

Artículo 3°.- Definiciones. Para los efectos de esta ley, se entenderá por:

- a) Avisador Publicitario Vial o Caminero: Toda persona natural o jurídica que desarrolle actividades de publicidad vial o caminera, visible desde los caminos públicos o vías urbanas del país y que se encuentre inscrito en el Registro de Avisadores Viales y Camineros.
- b) Avisos a contramano: Publicidad vial o caminera presentada en letreros ubicados en el lado izquierdo de la pista de circulación vehicular.
- c) Camino, Ruta o Vía de Belleza Escénica: Vía de comunicación terrestre, o tramos de la misma, emplazados en una zona o sector, sea urbano o rural, de alto valor paisajístico o turístico, que requiere un tratamiento diferenciado, destinado a preservar y proteger tales cualidades.
- d) Camino público: Vía de comunicación terrestre, destinada al libre tránsito, situada fuera de los límites urbanos de una población y cuyas fajas son bienes nacionales de uso público.
- e) Curva horizontal: Cambio en la dirección del trazado del camino.
- f) Curva vertical: Cambio en la pendiente de la rasante del camino.
- g) Elementos publicitarios: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, con el objeto de captar la atención de quienes transitan por un camino público, vía urbana o de quienes concurren a un espacio público.
- h) Elementos publicitarios menores: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que no requieren de una estructura propia, que forman parte de una edificación y que no generan un volumen adicional en cubiertas o terrazas ni un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. Corresponden principalmente a los elementos adosados o sobrepuestos a las fachadas de una edificación y aquellos que formen parte del

mobiliario urbano existente, tales como los instalados en paraderos de transporte público, en quioscos o en postes del alumbrado público.

i) Elementos publicitarios mayores: Instalaciones destinadas a la divulgación de anuncios de carácter comercial o de servicios, que requieren de una estructura propia, tales como postes, placas paletas, torres o tótems, o que forman parte de una edificación generando un volumen adicional en cubiertas o terrazas o un cuerpo sobresaliente, en forma perpendicular u oblicua, respecto de la fachada de ésta. También son elementos publicitarios mayores los que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de las mismas.

j) Estética panorámica: Condición de armonía visual que presentan, en conjunto, los distintos componentes del paisaje ubicado en la cercanía de un camino público o vía urbana.

k) Faja vial: Espacio de dominio público de caminos públicos o de vías urbanas, incluyendo calzadas, soleras, veredas, aceras, bandejón central, bermas y todo aquello que se encuentre delimitado por los cercos de los caminos públicos, en áreas rurales, o por las líneas oficiales, en áreas urbanas.

l) Ordenanza local de propaganda y publicidad: Normas generales y obligatorias, aprobadas por la municipalidad correspondiente, aplicables para la instalación de los elementos publicitarios referidos en esta ley. Dicha ordenanza debe sujetarse al marco fijado por las leyes y reglamentos pertinentes, lo que incluye la posibilidad de especificar, precisar o complementar aquellas materias respecto de las cuales esta ley admite el establecimiento de normas locales, relacionadas con el control del impacto urbano de dichos elementos, tales como las referidas en las letras b) y e) del artículo 11, en el inciso final del artículo 26 y en el artículo 33, entre otras.

m) Publicidad del establecimiento: Aquella que realizan empresas o personas en el lugar en que se encuentra el establecimiento comercial o industrial que explotan y que da cuenta de sus productos o servicios.

n) Publicidad vial o caminera: Elementos publicitarios y, en general, cualquier otra forma de anuncio que contenga imágenes o textos, visibles desde caminos públicos o vías urbanas.

ñ) Puntos peligrosos: Aquellas singularidades o sectores del camino público o vías urbanas que, por sus condiciones geométricas y operativas, de visibilidad, tránsito de peatones, ciclistas o vehículos, requieren una mayor atención del conductor, tales como:

1. Los pasos desnivelados.
2. Las intersecciones, empalmes y rotondas.
3. Los cruces de caminos públicos y vías urbanas con vías férreas u otras similares.
4. Los puentes, pasarelas peatonales y túneles.
5. Las curvas horizontales y verticales.
6. Las zonas de escuela, servicios asistenciales de salud u otras zonas con presencia significativa de usuarios vulnerables.
7. Sectores con altas tasas de accidentabilidad.

o) Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros: Sistema de información permanente y actualizado, con datos de las personas naturales o jurídicas interesadas en desempeñarse como avisadores publicitarios viales, tanto en el ámbito de los caminos públicos, como en el de las vías urbanas del país. Este sistema debe contener, al

menos, todos los antecedentes que los identifiquen, junto con el historial de solicitudes, infracciones, multas y demás datos relevantes para la aplicación de la presente ley.

p) Vía urbana: Espacio destinado al tránsito, ubicado dentro de los límites urbanos.

q) Vía urbana declarada camino público: Vía de comunicación terrestre ubicada dentro de los límites urbanos, que se conecta en sus extremos con caminos públicos y que haya sido declarada camino público mediante decreto supremo.

Artículo 4º.- Régimen aplicable. Para la instalación de un elemento publicitario, sea en un bien nacional de uso público, bien fiscal, bien municipal o bien privado, se requiere del permiso de instalación que regulan los artículos 9º, 10, 11, 12, 13 y 14, otorgado por la Dirección de Obras Municipales, previo pago de los derechos municipales correspondientes que procedan por este concepto.

Los elementos publicitarios que sean visibles desde caminos públicos, rurales o urbanos, o desde vías públicas urbanas deben contar además con las autorizaciones previas a las que se refiere el artículo 6º.

Lo anterior es sin perjuicio de que para el otorgamiento de permisos de instalación de elementos publicitarios en el espacio público, también se requiere obtener previamente de la municipalidad respectiva la concesión o el permiso precario para el uso de dichos espacios, en conformidad a lo establecido en el artículo 36 del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades. La municipalidad está facultada para cobrar derechos por estas concesiones o permisos precarios, distintos de los derechos municipales que deben pagarse por los permisos de instalación de elementos publicitarios, en concordancia con lo establecido en el artículo 41 del decreto supremo N° 2.385, de 1996, del Ministerio del Interior, que fija texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales.

Con todo, sólo podrá otorgarse permiso de instalación cuando no exista prohibición expresa para el emplazamiento de elementos publicitarios.

Artículo 5º.- Prohibiciones. Se prohíbe la instalación de elementos publicitarios con las condiciones, características o ubicaciones siguientes:

a) En la faja vial de un camino público.

b) En la faja vial de una vía urbana. Con todo, podrá autorizarse la instalación de elementos publicitarios menores en las aceras de las vías urbanas siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación y en la medida que se adecúe a la restricción dispuesta en el artículo 97 del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2007, de los Ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Justicia, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.290, de Tránsito. Asimismo, podrá autorizarse dichos elementos en bandejones y medianas, tratándose de elementos publicitarios instalados en paraderos o refugios peatonales de transporte público.

c) En puntos peligrosos, o a menos de la distancia mínima respecto de los mismos, definida en los reglamentos respectivos. De igual manera, aquellos que no cumplan con el distanciamiento mínimo entre letreros sucesivos establecido por dichos reglamentos. La determinación de los puntos peligrosos y de los distanciamientos mínimos corresponderá a la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, en el caso de los caminos públicos, y a la Subsecretaría de Transportes, en el caso de las vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos.

d) A contramano, sin perjuicio de lo dispuesto en la letra b) del presente artículo.

e) Los que contengan texto variable y los que presenten movimientos de cualquier clase, con excepción de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25. Se prohíben también los elementos publicitarios que, por su alto contenido distractor, constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías y aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta. Asimismo, en caminos públicos, sean urbanos o rurales, se prohíbe incluir en el aviso la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.

f) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares y en las pantallas móviles o instaladas en un elemento móvil, que presenten imágenes distintas a las establecidas en el artículo 25.

g) Los ubicados sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica y a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o Superintendencia del ramo.

h) Los que por su dimensión y/o ubicación obstaculicen la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) En los antejardines, esto es, en el área entre la línea oficial y la línea de edificación, regulada en el instrumento de planificación territorial. Con todo, podrá autorizarse la instalación de elementos publicitarios menores en estos espacios, siempre que el instrumento de planificación territorial no prohíba su instalación.

j) En áreas de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

TÍTULO I PERMISOS DE INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Artículo 6º.- De las autorizaciones previas relacionadas con la seguridad vial. Previo al ingreso ante la Dirección de Obras Municipales de una solicitud de permiso a que se refiere el artículo 9º, el interesado deberá obtener la autorización de la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas para los elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, rurales o urbanos. Asimismo, tratándose de elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, deberá obtener la autorización de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones que corresponda. Lo anterior, con el objeto de verificar que tales elementos no constituyen un peligro para la seguridad vial. En ambos casos, la correspondiente autorización constituye un requisito indispensable para el otorgamiento del referido permiso de instalación.

Para este efecto, las autoridades mencionadas en el inciso anterior, según corresponda, deberán verificar, dentro de cuarenta y cinco días contados desde el ingreso de la solicitud de autorización, que los elementos publicitarios propuestos cumplen con las exigencias y obligaciones relacionadas con la seguridad vial y no infringen las prohibiciones establecidas en esta ley y en las normas reglamentarias que al efecto se dicten.

En el caso de que la Dirección Regional de Vialidad o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones verifiquen algún incumplimiento en las materias cuya revisión les compete, deberá rechazar la solicitud requerida.

Si se presentaren dos solicitudes de autorización respecto de un mismo punto o espacio físico, tendrá prioridad aquella que, cumpliendo con todos los requisitos a que se refiere el inciso segundo, haya sido presentada primero, de acuerdo al número y fecha de ingreso que se les haya asignado en el servicio respectivo.

Artículo 7º.- De la fiscalización en materia de seguridad vial. Para efectos de la aplicación de esta ley, la fiscalización permanente de todo elemento publicitario, cuente o no con la autorización previa señalada en el artículo anterior, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas o a la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda.

Artículo 8º.- Declaración de Caminos o Rutas de Belleza Escénica. La Dirección Regional de Vialidad, con consulta a la Subsecretaría de Turismo o a petición de esta última, podrá declarar como Caminos o Rutas de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3º, conforme al procedimiento que se establezca en el reglamento de esta ley, dictado a través del Ministerio de Obras Públicas.

Igual declaración podrá ser hecha a solicitud de organizaciones de la sociedad civil, en aplicación del reconocimiento que hacen los artículos 69 y siguientes del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2000, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.575, orgánica constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado. El reglamento regulará la forma en que dichas asociaciones podrán presentar las solicitudes.

Los elementos publicitarios que se instalen en Caminos o Rutas de Belleza Escénica deberán resultar armónicos con esta condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine el reglamento respectivo.

La Dirección Regional de Vialidad podrá, por resolución fundada y previo informe de la Dirección Regional del Servicio Nacional de Turismo, rechazar la autorización si considera que el elemento publicitario puede perjudicar la estética panorámica de un camino público situado fuera de los límites urbanos, cuando hayan sido declarados Caminos o Rutas de Belleza Escénica de conformidad al presente artículo.

Artículo 9º.- Solicitud de permiso de instalación ante la Dirección de Obras Municipales. Obtenida la autorización previa por parte de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, podrá solicitarse el permiso de instalación de un elemento publicitario.

Los interesados deberán solicitar el permiso correspondiente a la Dirección de Obras Municipales respectiva, en la forma y acorde a los requisitos establecidos en la presente ley y en las normas contenidas en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 10.- Exigencias para el otorgamiento del permiso de instalación. La Dirección de Obras Municipales deberá verificar que el elemento publicitario propuesto cumpla con las exigencias en lo que corresponda al ámbito de su competencia y en lo que sea aplicable en cada caso. Adicionalmente, la Dirección de Obras Municipales respectiva deberá verificar que el elemento publicitario cuyo permiso de instalación se solicita:

a) No infrinja las prohibiciones establecidas en el artículo 5°.

b) Se emplace en un predio de propiedad del solicitante, lo que se acreditará mediante declaración jurada. En caso que el inmueble no sea de propiedad del solicitante, la declaración jurada deberá ser extendida por el o los propietarios del inmueble, debiendo contener la autorización expresa para la instalación de elementos publicitarios. Con todo, ambas declaraciones juradas deberán contener la individualización del inmueble respectivo. En el caso de copropiedad inmobiliaria, deberá adjuntarse copia del acta de la asamblea de copropietarios o de la consulta por escrito y su aceptación por parte de los copropietarios, en ambos casos reducida a escritura pública, en la que se acordó la instalación del elemento publicitario en un bien común. En caso que el permiso se solicite para la instalación de un elemento publicitario en un bien nacional de uso público, será necesario adjuntar copia de la resolución o decreto alcaldicio de concesión para su ocupación o del permiso precario que otorgue la municipalidad respectiva, conforme a lo señalado en el artículo 4°.

c) Cumpla con las normas urbanísticas de la zona en que se emplace, considerando que el instrumento de planificación territorial puede prohibir o limitar el emplazamiento de este tipo de elementos en determinadas zonas.

d) Cumpla con las normas relativas a la seguridad, resistencia y estabilidad, considerando factores tales como seguridad contra incendio, resistencia al viento, resistencia de la estructura de los elementos soportantes y sus fundaciones, comportamiento de materiales, normas de instalaciones y sistemas.

e) No altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.

f) No altere significativamente el entorno en el que pretende emplazarse, conforme a lo establecido en el artículo siguiente.

Artículo 11.- Control del impacto que los elementos publicitarios provocan en el entorno urbano. La Dirección de Obras Municipales podrá rechazar el permiso de instalación de elemento publicitario si determina que podría alterar significativamente el entorno en el que pretende emplazarse. Para estos efectos, la Dirección de Obras Municipales deberá considerar, en los supuestos que fueren aplicables, el cumplimiento de los siguientes requisitos mínimos:

a) Los elementos publicitarios no podrán superar la altura máxima de edificación establecida por el respectivo instrumento de planificación territorial, sea que contemplen una estructura soportante desde el nivel del suelo o se instalen sobre edificaciones existentes. Además, deberán cumplir con el mismo régimen de rasantes aplicable a las edificaciones.

b) Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o autorreflexión o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no podrán emplazarse en las zonas residenciales exclusivas determinadas por el instrumento de planificación territorial ni en las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas. Tampoco podrán emplazarse en aquellas zonas, subzonas o vías públicas que restrinja para tal efecto la ordenanza local de propaganda y publicidad. En aquellas zonas en las que sí estén permitidos este tipo de elementos publicitarios, deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.

c) Los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas, sólo podrán autorizarse por un período que no exceda al de ejecución de dichas obras, el cual no podrá ser superior a tres meses. Dicha autorización sólo podrá ser renovada una vez y por el mismo plazo señalado. Ejecutadas las obras o vencido el plazo correspondiente y atendido el carácter provisorio de este elemento publicitario, éste deberá ser completamente retirado. Sólo podrá otorgarse un nuevo permiso de este tipo, en el mismo inmueble, cuando hayan transcurrido tres años desde el vencimiento del permiso anterior.

La limitación de plazo establecida en el párrafo precedente no regirá respecto de las obras de restauración o conservación de monumentos nacionales, de inmuebles de conservación histórica o, en general, de inmuebles que formen parte de un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, en cuyo caso los referidos elementos publicitarios podrán permanecer por todo el período de ejecución de las obras, aunque éste sea superior a tres meses, previa autorización del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

d) Para el emplazamiento de elementos publicitarios en áreas de protección de recursos de valor patrimonial cultural, se deberá contar con la autorización de la autoridad respectiva. En el caso de zonas e inmuebles declarados monumentos nacionales, en cualquiera de sus categorías, tal autorización deberá otorgarse por el Consejo de Monumentos Nacionales. En el caso de las zonas e inmuebles de conservación histórica definidos en los instrumentos de planificación territorial, tal autorización deberá otorgarse por la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. En ambos casos, la autoridad respectiva deberá velar porque el elemento publicitario no altere ni ponga en riesgo las características que justificaron la protección de dichas zonas e inmuebles, tales como el carácter ambiental y propio de ciertas poblaciones o lugares, su aspecto típico y pintoresco, el estilo arquitectónico general de dicha zona, los valores culturales de una localidad o inmueble y la relación armónica que se establece entre una obra arquitectónica que constituye un hito de significación urbana y su entorno.

e) La ordenanza local de propaganda y publicidad podrá declarar, como Vías de Belleza Escénica, aquellas que cumplan con los requisitos de la definición establecida en el artículo 3°. Los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde las mismas deberán resultar armónicos con dicha condición, por lo que deberán ser diseñados conforme a las especificaciones que determine la referida ordenanza local. La Dirección de Obras Municipales deberá rechazar la autorización si el elemento publicitario no cumple con lo establecido en la referida ordenanza local de propaganda y publicidad.

f) Respecto de los elementos publicitarios mayores que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos o desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, la superficie máxima de avisaje de cada elemento será de 96, 48, 24 y 12 metros cuadrados, respectivamente. En las vías definidas como vías de servicio o locales, solo estará permitido el emplazamiento de elementos publicitarios menores.

Lo establecido en este artículo es sin perjuicio del cumplimiento de otros requisitos específicos que en esta materia establezca la ordenanza local de propaganda y publicidad, el instrumento de planificación territorial o la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 12.- Entrega de garantía para caucionar el retiro del elemento publicitario. En forma previa al otorgamiento del permiso, el avisador publicitario deberá

entregar en la Dirección de Obras Municipales de la comuna donde se ubique el correspondiente elemento publicitario mayor, una póliza de seguro, caución u otro tipo de garantía de carácter irrevocable, a nombre de la municipalidad respectiva, pagadera a la vista o que pueda ejecutarse en un plazo no superior a diez días desde el requerimiento de pago, que garantice el retiro de dicho elemento.

Para determinar el monto a garantizar, la municipalidad deberá considerar el tipo de estructura y superficie del elemento publicitario; su ubicación y emplazamiento; el número total de elementos publicitarios que dicho avisador tuviere autorizados en la comuna; y las características o dificultades asociadas a la eventual gestión de retiro por parte de la municipalidad, tales como, la necesidad de contratar maquinaria especializada o que se trate de labores que requieran ser ejecutadas por personal distinto a los funcionarios municipales, entre otras particularidades.

Esta garantía se hará efectiva en caso que, ordenado el retiro de un elemento publicitario, el avisador haga caso omiso a dicha orden, por lo que el retiro deberá ser ejecutado por la municipalidad respectiva, con cargo a esta garantía, en conformidad a lo señalado en el artículo 20, debiendo de inmediato el avisador renovarla en los términos establecidos en el presente artículo.

Artículo 13.- Validez de la garantía presentada con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público. La garantía referida en el artículo precedente no será exigible para la instalación de elementos publicitarios mayores respecto de los cuales la municipalidad respectiva haya requerido al avisador publicitario un instrumento de caución similar por un monto que cubra los costos asociados al retiro de la publicidad de dichos elementos, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 36 del decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades.

Artículo 14.- Otorgamiento del permiso. La Dirección de Obras Municipales otorgará el permiso si la solicitud cumple con las disposiciones establecidas en la presente ley, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el respectivo instrumento de planificación territorial y en la ordenanza local de propaganda y publicidad, previa entrega de la correspondiente garantía y previo pago de los derechos municipales correspondientes a las obras provisorias, conforme al número 3 de la tabla contenida en el inciso primero del artículo 130 del decreto con fuerza de ley N° 458, de 1975, del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, que aprobó la nueva Ley General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 15.- Reclamación ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo. Si el permiso fuere denegado o si la Dirección de Obras Municipales no se pronunciare por escrito sobre éste, dentro del plazo de treinta días contado desde la presentación de la solicitud, el petionario podrá reclamar ante la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo correspondiente, en los términos establecidos en los incisos tercero, cuarto y quinto del artículo 118 de la Ley General de Urbanismo y Construcciones.

Artículo 16.- Remisión de copia de los permisos. Para el adecuado seguimiento y fiscalización del elemento publicitario, la Dirección de Obras Municipales deberá remitir mensualmente copia de los permisos otorgados tanto a los Servicios que dieron su autorización previa como al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

Artículo 17.- Naturaleza de los permisos, plazo y caducidad por falta de instalación. Los permisos de instalación de elementos publicitarios serán intransferibles,

tendrán carácter precario y podrán otorgarse por un plazo máximo de tres años, con las excepciones contempladas en la letra c) del artículo 11.

Sin perjuicio de lo anterior, el permiso caducará cuando hubieren transcurrido más de ciento ochenta días desde la fecha de su otorgamiento por la Dirección de Obras Municipales, sin que se hubiere instalado.

Lo señalado en los incisos anteriores, es sin perjuicio de la posibilidad que la municipalidad, con ocasión del otorgamiento de una concesión de bienes municipales o nacionales de uso público para la instalación de elementos publicitarios, establezca otros plazos de vigencia de los permisos o de caducidad por falta de instalación.

Artículo 18.- Renovación de los permisos. El plazo de vigencia del permiso podrá ser renovado, previa solicitud ingresada a la Dirección de Obras Municipales, a lo menos con treinta días de anticipación al vencimiento de éste.

En tal supuesto, la Dirección de Obras Municipales deberá verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la presente ley y exigir que se acompañe un pronunciamiento de la Dirección Regional de Vialidad o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, en el que se acredite fundadamente que no ha existido variaciones en las circunstancias que permitieron a dicho órgano dar su conformidad para la instalación cuya prórroga se solicita y que, como consecuencia de lo anterior, tales elementos mantienen su condición de no constituir un peligro para la seguridad vial.

Artículo 19.- Revocación de los permisos. A solicitud de parte interesada y por motivos fundados relacionados con la falta de cumplimiento de la normativa aplicable, la Dirección de Obras Municipales podrá revocar un permiso ya conferido y proceder con los trámites para obtener el retiro del elemento.

Artículo 20.- Obligación de retiro de los elementos publicitarios y facultad para disponer del auxilio de la fuerza pública. Vencido el plazo de vigencia del permiso de instalación o decretada su revocación por la Dirección de Obras Municipales, deberá procederse al retiro del elemento publicitario, dentro del plazo máximo de treinta días desde el vencimiento del plazo de vigencia o desde la revocación del permiso. Los costos relacionados con dicho retiro serán de cargo del avisador.

Para el caso que el avisador no efectúe el retiro en el plazo otorgado, el Director de Obras Municipales, en uso de sus facultades legales, deberá efectuar la correspondiente denuncia ante el juzgado de policía local competente, para que éste, de acuerdo con el procedimiento de la ley N° 18.287, ordene el retiro de los elementos publicitarios por parte de la municipalidad respectiva, con cargo a la garantía constituida.

La municipalidad podrá requerir del Intendente o Gobernador el auxilio de la fuerza pública, el que podrá ser otorgado con facultades de allanamiento y descerrajamiento, a fin de retirar los elementos publicitarios que no cumplan con lo dispuesto en la legislación vigente.

Lo indicado en el inciso anterior, es sin perjuicio de la facultad del alcalde para ordenar la demolición o el retiro de los elementos publicitarios, con el auxilio de la fuerza pública si fuere necesario, o imponer las multas o sanciones que correspondan, en conformidad a las disposiciones de la Ley General de Urbanismo y Construcciones y su Ordenanza General, y de las facultades entregadas a la Dirección de Vialidad en el Párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.

Artículo 21.- Responsabilidad por eventuales daños a terceros y obligación de la municipalidad de arbitrar los medios para efectuar oportunamente el retiro. Los avisadores serán responsables por los eventuales daños a terceros que pudieren provocar los elementos publicitarios que no fueren retirados dentro del plazo correspondiente, aun cuando el juzgado de policía local hubiere ordenado a la municipalidad efectuar el retiro, con cargo a la garantía constituida.

Sin perjuicio de lo anterior, el hecho que la municipalidad no sea responsable civilmente por tales daños, no obsta a que deba arbitrar los medios necesarios para efectuar oportunamente dicho retiro.

Artículo 22.- Expropiación del terreno en que se encuentre instalado el elemento publicitario. En caso de expropiación del terreno en que se encuentre instalado un elemento publicitario, el avisador estará obligado a retirarlo, a su cargo y sin derecho a indemnización de ninguna especie, quedando de hecho caducados, tanto la autorización que la Dirección de Vialidad o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones hubiere otorgado para su instalación, así como el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales.

TÍTULO II TITULAR DEL PERMISO Y REGISTRO NACIONAL DE AVISADORES VIALES Y CAMINEROS

Artículo 23.- Titular del permiso de instalación. Los permisos de instalación de elemento publicitario sólo pueden ser solicitados y otorgados a personas naturales o jurídicas que se encuentren con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 en los casos en que el titular del establecimiento requiera la obtención del correspondiente permiso de instalación.

Artículo 24.- Del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros. Créase un único Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros para los efectos de lo dispuesto en el artículo precedente, a cargo de la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, y en el cual se inscribirán todas las personas naturales o jurídicas cuyo giro o actividad guarde relación con la instalación de elementos publicitarios destinados a captar la atención de quienes transitan por un camino público o vía pública o de quienes concurren a un espacio público. Este Registro contendrá todos los antecedentes que identifiquen a los avisadores, junto con el historial de solicitudes, infracciones, multas y demás datos relevantes para la aplicación de esta ley.

Aquellos avisadores que sean sancionados con la eliminación del Registro, conforme a las disposiciones del Título IV, sólo podrán solicitar su reinscripción transcurrido un plazo de dos años, debiendo acreditar nuevamente los requisitos indicados en este artículo.

TÍTULO III DE LAS CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS DE LA PUBLICIDAD VIAL

Artículo 25.- Condiciones mínimas que debe cumplir todo elemento publicitario. Sin perjuicio de los requisitos específicos que reglamentariamente se establezcan para determinadas instalaciones, todo elemento publicitario deberá cumplir las siguientes condiciones mínimas:

- a) Ser de tipo provisorio y desmontable.

b) Los elementos publicitarios que cuenten con un sistema de iluminación o que contengan pantallas con tecnologías electrónicas o similares, no deberán causar distracción o deslumbramiento a los conductores en tránsito.

c) Las pantallas con tecnologías electrónicas o similares no podrán proyectar videos, animaciones o imágenes con contenido dinámico. Únicamente podrán proyectar imágenes fijas, las que, en caso de alternarse en forma sucesiva, deberán mantenerse estáticas por un intervalo mínimo de diez segundos y no podrán constituir una serie o representar el desarrollo de una leyenda o historieta.

d) Los elementos publicitarios señalados en las letras b) y c) de este artículo deberán cumplir con la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento.

e) Los elementos publicitarios deberán colocarse fuera de la faja vial, a la distancia del cerco o la línea oficial que el avisador estime conveniente y previa aprobación de la autoridad competente, siempre que la estructura y su proyección vertical no sobrepasen la línea de cercos o la línea oficial, en caso de vías urbanas. Lo anterior, a excepción de lo señalado en la letra b) del artículo 5°.

f) Los elementos publicitarios no podrán complementar, imitar, interferir o afectar la debida percepción de las señales del tránsito ni entorpecer el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

g) Los elementos publicitarios deberán ser mantenidos en un óptimo estado de conservación, limpieza y seguridad.

h) Los elementos publicitarios deberán identificar el avisador al cual pertenece dicho elemento.

Artículo 26.- Distancia mínima respecto de un punto peligroso y distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos. La distancia mínima entre un elemento publicitario y alguno de los puntos peligrosos definidos en el artículo 3° será determinada por los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, dependiendo de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad de cada vía o camino.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde caminos públicos situados fuera de los límites urbanos o desde vías públicas urbanas declaradas como caminos públicos por decreto supremo, no podrá ser inferior a 1000 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior es sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento referido en el numeral 1) del artículo 38, en atención a las condiciones de velocidad de operación, visibilidad y seguridad del camino o como resguardo de la belleza escénica del mismo.

La distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos, que puedan ser vistos desde vías definidas por el instrumento de planificación territorial o por la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones como vías expresas, troncales o colectoras, no podrá ser inferior a 300 metros contados a lo largo de la pista de circulación desde la cual tales elementos puedan ser vistos, sin considerar los elementos destinados a ser vistos desde la pista de circulación contraria. Lo anterior, sin perjuicio de distanciamientos mayores u otras exigencias o limitaciones que pudiere establecer el reglamento establecido en el numeral 2) del artículo 38, en atención, a las condiciones de

velocidad de operación, visibilidad y seguridad de la vía; o los que pudiere establecer la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, el instrumento de planificación territorial o la ordenanza local de propaganda y publicidad, para controlar el impacto en el entorno urbano que provocan estos elementos.

Artículo 27.- Contenido transitorio relacionado con la seguridad vial o campañas de bien público. Los elementos publicitarios, instalados y con permiso vigente, que transitoriamente no presenten contenido publicitario, podrán exhibir mensajes alusivos a la seguridad vial o a cualquier otra campaña de bien público.

TÍTULO IV DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 28.- Procedimiento sancionatorio. Las contravenciones a esta ley o a sus reglamentos serán sancionadas conforme al procedimiento establecido en la ley N° 18.287, siendo competente para conocer y resolver el juzgado de policía local del lugar de emplazamiento del elemento publicitario.

Lo anterior, sin perjuicio de lo establecido en los artículos 19, 20 y primero transitorio de la presente ley y en los artículos 20 y siguientes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, respecto a las infracciones a dicha ley, a la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones o a los instrumentos de planificación territorial, y sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo VI del Título III del decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, respecto a las infracciones a dicho Título.

Artículo 29.- Infracciones. Las contravenciones a esta ley y/o a sus reglamentos, se calificarán en gravísimas, graves, menos graves o leves, conforme al siguiente detalle:

1) Infracciones gravísimas:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con inscripción vigente en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, con excepción de lo dispuesto en el artículo 33 respecto de los elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor sin contar con el correspondiente permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales respectiva.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor natural, tales como parques nacionales, reservas nacionales y monumentos naturales.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario en un área de protección de recursos de valor patrimonial cultural, sin contar con la autorización previa del Consejo de Monumentos Nacionales o de la Secretaría Regional Ministerial de Vivienda y Urbanismo, según corresponda.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en la faja vial de un camino público o de una vía urbana, o bien, sobrepasar con su estructura o con la proyección vertical del elemento, la línea de cercos o la línea oficial del respectivo camino o vía.

f) Instalar o mantener un elemento publicitario a contramano, en un punto peligroso o a menos de la distancia mínima respecto de tales puntos, establecida por reglamento.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario sobre o bajo líneas de transmisión de energía eléctrica o a una distancia lateral inferior a la señalada por la normativa o por la Superintendencia del ramo.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario que, por su dimensión y/o ubicación, obstaculice la visibilidad de conductores y peatones en cruces, empalmes, enlaces a nivel, enlaces a desnivel u otros definidos en los respectivos reglamentos.

i) Instalar o mantener un elemento publicitario que no cumpla con las normas de seguridad contra incendio, de resistencia al viento, de resistencia de los elementos soportantes y sus fundaciones, de comportamiento de materiales, de instalaciones o sistemas u otras normas técnicas.

j) Instalar o mantener un elemento publicitario que altere las condiciones de habitabilidad de recintos habitables o no habitables y de seguridad de los mismos, en lo que respecta a la adecuada entrada de aire y luz, al sistema de renovación de aire y a las vías de evacuación.

k) Incurrir en tres infracciones graves dentro de un período de dos años o cinco leves, menos graves o graves en un año.

2) Infracciones graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que causen distracción o deslumbramiento a los conductores y usuarios de las vías.

b) Instalar o mantener un elemento publicitario que complemente, imite, interfiera o afecte la debida percepción de las señales del tránsito o entorpezca el alumbrado público o las cámaras de control de tránsito.

c) Instalar o mantener un elemento publicitario en el espacio público, sin haber obtenido previamente la concesión o el permiso precario para el uso de dicho espacio, por parte de la municipalidad respectiva.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar, en una zona residencial exclusiva determinada por el instrumento de planificación territorial, incluidas las vías públicas insertas en estas zonas o subzonas o adyacentes a las mismas, o bien, en una zona, subzona o vía pública restringida para tal efecto por la ordenanza local de propaganda y publicidad.

e) Instalar o mantener un elemento publicitario que supere la altura máxima de edificación establecida por el instrumento de planificación territorial o que no cumpla el régimen de rasantes u otra norma urbanística de la zona en que éste se emplace que le fuere aplicable.

f) No efectuar oportunamente el retiro de los elementos publicitarios provisorios que se instalen con el propósito de cubrir fachadas de las edificaciones para la ejecución de obras exteriores de remodelación, mantención o pintura de dichas fachadas.

g) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor que pueda ser visto desde una vía pública urbana declarada como camino público o desde una vía definida

como vía expresa, troncal o colectora, cuya superficie de avisaje supere la superficie máxima admitida para tales vías.

h) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor destinado a ser visto desde una vía de servicio o local.

i) No efectuar el retiro de un elemento publicitario dentro del plazo máximo de 30 días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde la revocación del mismo.

j) Haber garantizado el retiro de un elemento publicitario mediante una caución o garantía que, al momento de requerirse su ejecución por parte de la municipalidad respectiva, no se encuentre vigente o que no cubra los costos de dicho retiro.

k) Incurrir en cinco infracciones leves o menos graves dentro de un período de dos años.

3) Infracciones menos graves:

a) Mostrar o proyectar anuncios que contengan texto variable o que presenten movimientos de cualquier clase, salvo que se trate de la alternancia sucesiva de imágenes fijas admitida por la letra c) del artículo 25.

b) Mostrar o proyectar, en un elemento publicitario o en elementos publicitarios sucesivos, anuncios que constituyan una serie o que representen el desarrollo de una leyenda o historieta.

c) Mostrar o proyectar en caminos públicos, sean urbanos o rurales, la información de contacto relativa a la publicidad que se expone.

d) Instalar o mantener un elemento publicitario sin contar con la autorización expresa del propietario del predio en que éste se emplaza, lo que incluye la autorización de la asamblea de copropietarios, en el caso de elementos que se emplacen en un bien común de un condominio acogido al régimen de copropiedad inmobiliaria.

e) No dar cumplimiento a la intensidad luminosa máxima, diurna y nocturna, que al efecto se determine mediante reglamento, respecto de un elemento publicitario que cuente con sistema de iluminación o autorreflexión o que contenga una pantalla con tecnología electrónica o similar y que se encuentre emplazado en una zona en la que esté permitido este tipo de elementos publicitarios. Esta infracción se considerará grave en caso que la intensidad luminosa nocturna afecte el descanso de quienes habitan en unidades habitacionales desde las cuales pueda verse dicho elemento publicitario.

f) Incumplir la distancia mínima entre elementos publicitarios mayores y sucesivos que fuere aplicable.

g) Incumplir algún requisito específico distinto a los exigidos por esta ley, establecido en alguno de los reglamentos referidos en los numerales 1) y 2) del artículo 38, en la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones, en el instrumento de planificación territorial o en la ordenanza local de propaganda y publicidad.

h) Incurrir en cinco infracciones leves dentro de un período de dos años.

4) Infracciones leves:

a) Instalar o mantener un elemento publicitario mayor en un antejardín.

b) Instalar un elemento publicitario cuando ya hubiere transcurrido el plazo de caducidad contemplado en el artículo 17.

c) No mantener un elemento publicitario en óptimo estado de conservación y limpieza.

d) No identificar, en el elemento publicitario, el avisador al cual pertenece.

Artículo 30.- Sanciones. La sanción que corresponda aplicar a cada infracción se determinará, según su gravedad, dentro de los siguientes rangos:

1) Las infracciones gravísimas serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 50 a 100 unidades tributarias mensuales y/o la eliminación del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la suspensión por hasta un año en dicho Registro.

2) Las infracciones graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 20 a 50 unidades tributarias mensuales y/o la suspensión por hasta un año del Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros o la amonestación por escrito en dicho Registro.

3) Las infracciones menos graves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 5 a 20 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

4) Las infracciones leves serán sancionadas con multa a beneficio municipal de 1 a 5 unidades tributarias mensuales y/o la amonestación por escrito en el Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros.

Artículo 31.- Responsabilidad solidaria. Serán solidariamente responsables de las infracciones a la presente ley tanto el avisador como quien haya contratado sus servicios, cuando se trate de elementos publicitarios instalados por avisadores no inscritos en el Registro.

Artículo 32.- Comunicación de sanciones. Las sanciones y multas cursadas conforme a la presente ley deberán ser comunicadas al Registro Nacional de Avisadores Viales y Camineros, en un plazo de quince días contado desde que el acto se encuentre ejecutoriado.

TÍTULO V REGÍMENES ESPECIALES Y FACULTAD PARA IMPARTIR INSTRUCCIONES

Artículo 33.- Elementos publicitarios que singularizan la actividad que se desarrolla en un inmueble. Los elementos publicitarios cuyo único objeto sea identificar el giro de un establecimiento deberán cumplir únicamente con las exigencias de seguridad vial e impacto en el entorno establecidas en esta ley y en sus reglamentos, así como las disposiciones que la ordenanza local de propaganda y publicidad establezca respecto a este tipo de elementos publicitarios.

En caso de elementos publicitarios mayores, los titulares de los establecimientos deberán solicitar el correspondiente permiso de instalación de elemento publicitario y rendir la garantía de retiro establecida en artículo 12.

Si estos elementos publicitarios mayores se instalan en la proximidad de los establecimientos para dar aviso de su ubicación o de la ubicación de puntos de atracción turística regionales y son visibles desde caminos públicos regionales, la garantía a que se refiere el artículo 12 podrá ser reducida hasta en un 50%, por resolución fundada de la Dirección de Obras Municipales, previa aprobación de la Dirección de Vialidad.

Artículo 34.- Publicidad electoral. La propaganda y publicidad electoral se regirá por la ley N° 18.700, orgánica constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios.

Artículo 35.- Facultad para impartir instrucciones. Corresponderá a los Ministerios de Obras Públicas, de Vivienda y Urbanismo y de Transportes y Telecomunicaciones impartir instrucciones para la aplicación de las disposiciones de esta ley, en lo que corresponda a sus respectivos ámbitos de competencia y de manera coordinada con el resto de los ministerios involucrados, pudiendo suscribir circulares conjuntas cuando la materia tratada así lo requiera.

TÍTULO FINAL DISPOSICIONES ESPECIALES

Artículo 36.- Cómputo de plazos. Los plazos de días que se establecen en la presente ley son de días hábiles.

Artículo 37.- Valor de la unidad tributaria mensual. Las cantidades numéricas que representan unidades tributarias a que se refiere esta ley serán las correspondientes al mes de enero de cada año.

Artículo 38.- Normas reglamentarias. Para la aplicación de esta ley se dictarán las siguientes normas:

1. Un reglamento expedido a través del Ministerio de Obras Públicas, que regulará lo concerniente a las normas de seguridad vial que deberán cumplir los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde caminos públicos, urbanos o rurales, especialmente en lo que respecta a la determinación de puntos peligrosos y distanciamientos mínimos, sea respecto de dichos puntos o entre elementos publicitarios sucesivos. Asimismo, regulará el procedimiento para obtener la autorización señalada en el artículo 6° y la fiscalización de los mencionados elementos publicitarios en lo que respecta a la seguridad vial. Finalmente, regulará el procedimiento para declarar un camino como Camino o Ruta de Belleza Escénica.

2. Un reglamento expedido a través del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, firmado también por el Ministro de Obras Públicas, que regulará los aspectos concernientes a las normas de seguridad vial que deberán cumplir los elementos publicitarios que puedan ser vistos desde vías públicas urbanas que no correspondan a caminos públicos, especialmente en lo referido a la determinación de puntos peligrosos y distanciamientos mínimos, sea respecto de dichos puntos o entre elementos publicitarios sucesivos. Asimismo, regulará el procedimiento para obtener la autorización señalada en el artículo 6° y la fiscalización de los mencionados elementos publicitarios en lo concerniente a la seguridad vial.

3. Una modificación al decreto supremo N° 47, de 1992, del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, que fija nuevo texto de la Ordenanza General de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, que regulará el procedimiento para el otorgamiento de permisos de instalación de elementos publicitarios por parte de las Direcciones de Obras Municipales. Asimismo, esta modificación podrá establecer requisitos específicos

relacionados con el control del impacto que los elementos publicitarios provoquen en el entorno urbano.

Artículo 39.- Introdúcense las siguientes modificaciones en el decreto con fuerza de ley N° 850, de 1997, del Ministerio de Obras Públicas, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la ley N° 15.840, de 1964, y del decreto con fuerza de ley N° 206, del Ministerio de Hacienda, de 1960:

a) Insértase, en el artículo 25, el siguiente inciso final:

“Tanto un camino nacional como uno regional podrá ser declarado camino o ruta de belleza escénica, entendiéndose por tal, aquella vía de comunicación terrestre, o tramos de la misma, emplazada en una zona de alto valor paisajístico o turístico y que requiere un tratamiento diferenciado, sea de diseño, mantención, operación o señalización, destinado a preservar y proteger esas cualidades.”.

b) Reemplázase el artículo 38, por el siguiente:

“Artículo 38.- Se prohíbe la instalación de elementos publicitarios en la faja vial de los caminos públicos.

La instalación de elementos publicitarios que puedan ser vistos desde los caminos públicos deberá ser autorizada por el Director Regional de Vialidad, en conformidad a la normativa aplicable y obteniendo el correspondiente permiso de instalación de elemento publicitario por parte de la Dirección de Obras Municipales respectiva.

Las Señales de Servicio, de Atractivo Turístico y de Monumentos Nacionales se registrarán por el Manual de Señalización de Tránsito.

Toda infracción a las disposiciones de los incisos precedentes será sancionada por el organismo competente respectivo, señalado en la Ley sobre Publicidad Visible desde Caminos, Vías o Espacios Públicos, en conformidad a la ley y a los reglamentos dictados al efecto, sin perjuicio de que la Dirección Regional de Vialidad proceda al retiro inmediato de los mencionados elementos publicitarios.”.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo primero.- Vigencia. Una vez que entren en vigencia los reglamentos a que se refiere el artículo 38, los avisadores publicitarios que se encuentren desarrollando dicho giro tendrán un plazo de dos años para obtener o regularizar su inscripción en el Registro respectivo y para entregar la garantía señalada en el artículo 12. Transcurrido este plazo sin efectuar las gestiones pertinentes, caducarán los permisos otorgados para instalación de elementos publicitarios que tengan vigentes.

Deberá procederse al retiro de los elementos publicitarios que se encuentren instalados a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley y que no cuenten con autorización de instalación obtenida en conformidad a la normativa vigente a la época de su instalación.

Las pantallas con tecnología electrónica o similares deberán ajustarse a los requisitos contemplados en las letras b) y c) del artículo 25, desde que esta ley entre en vigencia. En la misma oportunidad será exigible la obligación contenida en la letra h) de dicho artículo.

Los elementos publicitarios que cuenten con autorización de instalación tendrán un plazo de un año contado desde la entrada en vigencia de los

reglamentos a que se refiere el artículo 38 para ajustarse a la normativa de seguridad vial de la presente ley. Transcurrido este plazo sin que se efectúe la regularización respectiva, se procederá a arbitrar las medidas para el retiro de dichos elementos, con excepción de aquellos que hayan sido declarados Monumento Histórico conforme a la ley N° 17.288, los que, en todo caso, deberán mantenerse en óptimo estado de conservación, limpieza y seguridad, conforme a lo establecido en las normas generales de esta ley.

Artículo segundo.- Plazo para dictar los reglamentos. Los reglamentos señalados en el artículo 38 serán dictados dentro de los ciento veinte días siguientes a la fecha de la entrada en vigencia de esta ley.

Artículo tercero.- Plazo para dictar la ordenanza local de propaganda y publicidad. Las municipalidades que, a la fecha de publicación de esta ley, no hubieren dictado la ordenanza local de propaganda y publicidad referida en el numeral 5) del artículo 41 del decreto N° 2.385, de 1996, del Ministerio del Interior, que fija el texto refundido y sistematizado del decreto ley N° 3.063, de 1979, sobre Rentas Municipales, deberán aprobarla en el plazo máximo de dos años, contado desde la publicación de esta ley.

Las municipalidades que hubieren dictado la ordenanza referida, deberán adaptarla a las disposiciones de esta ley en el plazo señalado en el inciso anterior.”.

Tratado y acordado según consta en las actas de las sesiones de fechas 23 de diciembre de 2020; 13 y 20 de enero; 10, 17 y 24 de marzo; 14, 21 y 28 de abril; 5 y 19 de mayo de 2021, con la asistencia de los diputados Sergio Bobadilla Muñoz, Miguel Ángel Calisto Águila, Natalia Castillo Muñoz, Fidel Espinoza Sandoval (Presidente), René Manuel García García, Rodrigo González Torres, Carlos Abel Jarpa Webar, Karin Luck Urban, Iván Norambuena Farías, Diego Paulsen Kehr, Jorge Sabag Villalobos, Guillermo Teillier del Valle, Osvaldo Urrutia Soto y Gonzalo Winter Etcheberry.

Asistieron, además, los diputados Cristhian Moreira Barros en reemplazo del diputado Sergio Bobadilla Muñoz y Gustavo Sanhueza Dueñas en reemplazo del diputado Iván Norambuena Farías.

Asimismo, concurrieron las diputadas Daniella Cicardini Milla y Marcela Hernando Pérez y los diputados Pablo Kast Sommerhoff, Luis Rocafull López y Gastón Saavedra Chandía.

Sala de la Comisión, a 19 de mayo de 2021.

Claudia Rodríguez Andrade
Abogada Secretaria de la Comisión