



**INFORME DE LA COMISIÓN MIXTA,**  
recaído en el proyecto de ley sobre  
publicidad visible desde caminos, vías o  
espacios públicos.

**BOLETINES N<sup>OS</sup> 9.686-09 y 10.209-09,**  
**refundidos.**

---

HONORABLE SENADO,

HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS:

La Comisión Mixta constituida en conformidad a lo dispuesto por el artículo 71 de la Constitución Política de la República, tiene el honor de proponer la forma y modo de resolver las divergencias surgidas entre el Senado y la Cámara de Diputados durante la tramitación del proyecto de ley de la referencia, iniciado en dos mociones, de los Honorables Senadores señores Araya y De Urresti y de los ex Senadores señores Horvath y Prokuriça, la primera, y de los Honorables Senadores señores Coloma, De Urresti y Quintana y de los ex Senadores señores Horvath y Walker, don Ignacio, la segunda.

- - -

El Senado, cámara de origen, en sesión de 15 de diciembre de 2021, nombró como integrantes de la Comisión Mixta a los Honorables Senadores que conforman su Comisión de Obras Públicas.

La Cámara de Diputados, cámara revisora, por su parte, en sesión celebrada el día 20 de diciembre de 2021, designó como miembros de esta Comisión Mixta a los Honorables Diputados señora Jenny Álvarez Vera y señores Félix González Gatica, Jorge Sabag Villalobos, Alejandro Santana Tirachini y Osvaldo Urrutia Soto.

Cabe hacer presente que durante la segunda sesión celebrada por esta Comisión, la Honorable Senadora señora Von Baer fue reemplazada por el Honorable Senador señor Coloma.

Previa citación de la señora Presidenta del Senado, la Comisión Mixta se constituyó el día 10 de enero de 2022, con la asistencia de la mayoría de sus miembros, Honorables Senadores señores Alfonso De Urresti Longton y Alejandro Guillier Álvarez y señora Ena Von Baer Jahn, y Honorables Diputados señora Jenny Álvarez Vera y señores Félix González Gatica, Jorge Sabag Villalobos y Osvaldo Urrutia Soto. En dicha oportunidad, por la unanimidad de sus integrantes presentes, eligió como Presidente al Honorable Senador señor Alfonso De Urresti Longton.



A la primera sesión celebrada por la Comisión Mixta asistió, especialmente invitado, el asesor legislativo del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, señor Gonzalo Gazitúa.

Adicionalmente, concurren los siguientes asesores parlamentarios: de la Honorable Senadora señora Aravena, señor José Claudio Mozó; del Honorable Senador señor De Urresti, señora Alejandra Fischer; del Honorable Senador señor Soria, señor Cristián Beltrán; de la Honorable Senadora señora Von Baer, señor Benjamín Rug, y del Comité Unión Demócrata Independiente, señor Williams Valenzuela.

- - -

### **NORMAS DE QUÓRUM ESPECIAL**

A juicio de la Comisión Mixta, el artículo 4° tiene carácter orgánico constitucional, en virtud de lo prescrito en el artículo 118 de la Carta Fundamental. Por su parte, los artículos 6° y 7° poseen igual carácter, de conformidad con lo previsto en el artículo 38, inciso primero, de la Constitución Política de la República. En consecuencia, tales normas, al tenor de lo dispuesto en el artículo 66, inciso segundo, del mismo texto constitucional, requieren para su aprobación, de las cuatro séptimas partes de los diputados y senadores en ejercicio.

- - -

### **DESCRIPCIÓN DE LAS NORMAS EN CONTROVERSIAS Y ACUERDOS DE LA COMISIÓN MIXTA**

El Senado aprobó, en primer trámite constitucional, el proyecto de ley de la referencia.

En segundo trámite constitucional, la Cámara de Diputados introdujo diversas modificaciones al proyecto aprobado, la mayoría de las cuales el Senado, en tercer trámite constitucional, posteriormente aprobó.

A continuación, se efectúa una relación de las diferencias suscitadas entre ambas Corporaciones durante la tramitación de la iniciativa, así como de los acuerdos adoptados a su respecto.

#### **Artículo 5°, letra e)**

**El Senado, en primer trámite constitucional,** aprobó, la siguiente redacción para el artículo 5°:

“Artículo 5°.- 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 los Ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Justicia, promulgado el año 2007 y publicado el año 2009, 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 presenten movimientos de cualquier clase y los de texto variable. Asimismo, aquellos que constituyen una serie, o que en conjunto representen el desarrollo de una leyenda o historieta, o que en el aviso contengan y emitan la información de contacto relativa a la publicidad que se expone, o que por su alto contenido distractor constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías.

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 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.”.

**La Cámara de Diputados, en segundo trámite constitucional,** sustituyó la letra e) por la que se indica:

“e) Que contengan texto variable o 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.”.

**El Senado, en tercer trámite constitucional,** rechazó dicho cambio por estimar que la expresión “que por su alto contenido distractor constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías” daba cuenta de una norma altamente discrecional. En efecto, tal redacción supondría confiar al Director de Obras Municipales la determinación de cuándo un elemento publicitario podría considerarse en tal situación.

Al respecto, **el Honorable Senador señor Coloma** juzgó que el texto aprobado por la Cámara de Diputados para la letra e) del artículo 5° era adecuado. Con todo, manifestó dudas respecto a la última parte de dicho literal, conforme a la cual se prohíbe en caminos públicos, rurales o urbanos, incorporar en el aviso información de contacto referida a la publicidad expuesta. Sobre el particular, consultó a qué apuntaba tal oración.

Atendiendo la inquietud del legislador que le antecedió en el uso de la palabra, **el Honorable Senador señor De Urresti** aseguró que el objetivo de la última oración de la letra en análisis persigue que en el letrero no se proporcionen datos, como números telefónicos o dirección, que motiven que los conductores se detengan o se distraigan en la manejo para apuntarlos.

Por su lado, **el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo,** señaló que si bien la oración cuestionada por el Honorable Senador señor Coloma no fue la que motivó el rechazo del literal e) del artículo 5° por el Senado, en tercer trámite constitucional, podría revisarse, en esta oportunidad, la conveniencia de mantenerla.

Consignado lo anterior, recordó que fue el empleo de la frase “que, por su alto contenido distractor, constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías” lo que produjo el rechazo de la sustitución efectuada por la Cámara Revisora.

A fin de despejar las inquietudes que su inclusión ocasiona, propuso sustituir la frase “Se prohíben también los elementos publicitarios que, por su alto contenido distractor, constituyan un peligro para los conductores y usuarios de las vías y” por “Se prohíben también los elementos publicitarios cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como”.

En línea con lo expresado anteriormente, detalló que, de acogerse tal reemplazo, la redacción de la letra e) del artículo 5° quedaría como sigue:

“e) Que contengan texto variable o 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 cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como 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.”.

Connotó que la enmienda realizada permitiría eliminar la discrecionalidad de la norma y encomendar a los reglamentos la determinación de los elementos distractores que son peligrosos para los usuarios de las vías.

**El Honorable Senador señor Coloma** valoró el cambio planteado por el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo. No obstante, instó a suprimir la última oración del literal en estudio. Argumentando su propuesta, estimó que la inclusión de ciertos datos, como los del avisador publicitario, no ocasionaría inconvenientes, toda vez que no sería un elemento distractor.

Acotó que, de acogerse su sugerencia, el tenor literal de la letra e) del artículo 5° sería el siguiente:

“e) Que contengan texto variable o 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 cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta.”.



**El Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, respaldó la propuesta realizada por el Honorable Senador señor Coloma.

Adicionalmente, advirtió que, al tenor de la enmienda expuesta con anterioridad, si la incorporación del teléfono u otro dato de contacto de quien tiene la concesión del letrero constituye un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establecen los reglamentos a que aluden los números 1 y 2 del artículo 38, podría prohibirse la instalación del elemento publicitario.

**- Puesta en votación la proposición anterior, la Comisión Mixta, por la unanimidad de sus miembros presentes, Honorables Senadores señora Aravena y señores Coloma, De Urresti, Guillier y Soria, y Honorables Diputados señores González, don Félix, Sabag y Urrutia, don Osvaldo, la aprobó.**

#### **Artículo 6º, inciso primero**

**El Senado, en primer trámite constitucional**, aprobó la siguiente redacción para dicha parte del precepto referido:

“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.”.

**La Cámara de Diputados, en segundo trámite constitucional**, agregó, a continuación de la frase “deberá obtener la autorización de la”, la segunda vez que aparece, la siguiente: “Dirección de Tránsito municipal, y en el caso de que ésta no existiera de la”.

**El Senado, en tercer trámite constitucional**, rechazó dicha modificación. Sin embargo, la razón para ello no descansó en la inclusión de la Dirección de Tránsito como primer órgano llamado a otorgar la autorización relacionada con materias de seguridad vial en el caso de elementos publicitarios mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, sino en la necesidad de reemplazar la voz “autorización” por “informe técnico favorable”, de manera que este inciso esté en sintonía con lo previsto en el artículo 9º, inciso primero.

En la oportunidad señalada, el Senado juzgó que el empleo de la voz “autorización” para referirse al pronunciamiento favorable de los organismos con competencia en materia de seguridad vial podría conducir a la errada interpretación que para la instalación de elementos publicitarios debe obtenerse más de un permiso. Por ello, se prefirió dejar claramente establecido en el texto que la autorización para ello sólo la confiere el Director de Obras Municipales y que la Dirección de Vialidad; la Dirección de Tránsito o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes, según corresponda, se limitan a emitir, previamente, informes técnicos de seguridad vial.

Iniciando el análisis del artículo 6°, inciso primero, **el Honorable Senador señor Coloma** solicitó dejar claramente consignado en la historia de la ley cuál es el órgano responsable de otorgar la autorización para la instalación de un elemento publicitario.

Absolviendo la interrogante de Su Señoría, **el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, explicó que uno de los cambios más importantes que introdujo la Cámara de Diputados fue encomendar la responsabilidad de conferir el permiso para la instalación de los letreros a la autoridad local, a través de las Direcciones de Obras Municipales. Así, agregó, será el Director de Obras Municipales el único encargado de dar, tanto para el área urbana como rural, tales autorizaciones. Con todo, subrayó, dicha autoridad deberá tener a la vista el informe emitido por el organismo con competencia en seguridad vial.

El pronunciamiento de la Dirección de Vialidad, de la Dirección del Tránsito o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, aclaró, se circunscribirá a asuntos vinculados con la seguridad vial. Dicho dictamen, puntualizó, deberá obtenerse previo al ingreso de la solicitud de permiso de instalación ante la Dirección de Obras Municipales.

En sintonía con lo relatado precedentemente, sostuvo que tratándose de elementos publicitarios que pueden ser vistos desde caminos públicos, sean estos rurales o urbanos, el informe de seguridad vial deberá emitirlo la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas. En el caso de aquellos mayores que pueden ser vistos desde vías públicas urbanas que no hubieren sido declaradas como caminos públicos, éste deberá emanar de la Dirección de Tránsito municipal y si ésta no existiera, de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones.

A fin de evitar confusiones, propuso mantener el texto aprobado en segundo trámite constitucional para esta parte del artículo 6°, sustituyendo su epígrafe por el que sigue: “De los informes técnicos favorables relacionados con la seguridad vial”, y reemplazando la voz “autorización”, las tres veces que aparece, por “informe técnico favorable”.

Siguiendo con el desarrollo de su exposición, hizo presente que, por error, diversas normas del proyecto de ley utilizan la voz

“autorización” para referirse al pronunciamiento de los órganos competentes en materia de seguridad vial. A fin de lograr un texto coherente y de evitar confusiones, planteó reemplazar, en todas ellas, la palabra “autorización” por “informe técnico favorable”.

En relación con la última observación realizada por Su Señoría, cabe consignar que las otras disposiciones que merecen enmiendas son las que siguen:

- 1) Artículo 4°, inciso segundo;
- 2) Artículo 6°, incisos segundo y cuarto;
- 3) Artículo 7°;
- 4) Artículo 16.

**- Sometida a votación la proposición efectuada por el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo, ésta contó con el apoyo unánime de los integrantes presentes de la Comisión Mixta, Honorables Senadores señora Aravena y señores Coloma, De Urresti, Guillier y Soria, y Honorables Diputados señores González, don Félix, Sabag y Urrutia, don Osvaldo.**

Como consecuencia de lo anterior, fue enmendado el artículo 6°, inciso primero, en los términos aludidos con anterioridad, así como también sus inciso segundo y cuarto, y los artículos 4°, inciso segundo; 7° y 16.

#### **Artículo 12, que pasó a ser artículo 20, inciso tercero**

**El Senado, en primer trámite constitucional,** dio la redacción que sigue al inciso tercero del artículo 12:

“Las autoridades mencionadas podrán 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.”.

**En la Cámara de Diputados, en segundo trámite constitucional,** el artículo 12, pasó a ser artículo 20, sustituyendo su inciso tercero, por el que se señala:

“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.”.

**El Senado, en tercer trámite constitucional,** rechazó el cambio aludido, a objeto de actualizar la referencia al Intendente y Gobernador a las nuevas denominaciones que recibieron las autoridades de los gobiernos regionales.



Al respecto, **el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, formuló una propuesta para zanjar las divergencias entre ambas Cámaras del Congreso Nacional. En ella se plantea mantener el inciso tercero aprobado por la Cámara Revisora, reemplazando la frase “del Intendente o Gobernador” por “del Delegado Presidencial Regional o Provincial”.

**El Honorable Senador señor De Urresti** valoró el cambio sugerido anteriormente. Sin embargo, llamó a tener en cuenta que actualmente se encuentra en tramitación un proyecto de reforma constitucional, que cuenta con el respaldo del Presidente de la República recientemente electo, señor Gabriel Boric, para suprimir las delegaciones presidenciales y los cargos de delegados presidenciales, tanto regionales como provinciales (Boletín N° 14.491-07), de autoría de los Honorables Diputados señor Velásquez, don Esteban, señora Pérez, doña Catalina, y Sepúlveda y señores Hirsch, Mulet y Saldívar.

En atención a lo expuesto, anunció que, probablemente, la atribución prevista en el inciso objeto de análisis por parte de esta Comisión Mixta deberá ser traspasada a la figura que los reemplace.

**- La Comisión Mixta, por la unanimidad de sus miembros presentes, Honorables Senadores señora Aravena y señores Coloma, De Urresti, Guillier y Soria, y Honorables Diputados señores González, don Félix, Sabag y Urrutia, don Osvaldo, acogió la propuesta consignada anteriormente como forma y modo de resolver las diferencias entre ambas Cámaras.**

### **Artículo 13, que pasó a ser artículo 22**

**El Senado, en primer trámite constitucional,** aprobó la siguiente redacción para la citada disposición:

“Artículo 13.- 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.”.

**En la Cámara de Diputados, en segundo trámite constitucional,** dicho precepto pasó a ser artículo 22, sin enmiendas.

**El Senado, en tercer trámite constitucional,** rechazó el cambio referido; ello, porque la norma examinada debiera limitarse a señalar que 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 caducado el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales. A mayor abundamiento, se consideró necesario eliminar la referencia a la caducidad de las autorizaciones vinculadas con la seguridad vial, porque los informes técnicos (mal llamados autorizaciones en esta norma, por las razones expuestas con ocasión del análisis del inciso primero del artículo 6º) no caducan.

En este punto, **el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, propuso mantener el texto aprobado por la Cámara de Diputados, sustituyendo la voz “caducados” por “caducado” y suprimiendo la frase “, tanto la autorización que la Dirección de Vialidad o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones hubiere otorgado para su instalación, así como”.

Precisó que, de acogerse tal enmienda, la redacción del artículo 22 quedaría como sigue:

“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 caducado el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales.”.

**- Puesta en votación tal proposición como forma y modo de resolver las divergencias entre el Senado y la Cámara de Diputados, ésta contó con el apoyo unánime de todos los integrantes presentes de la Comisión Mixta, Honorables Senadores señora Aravena y señores Coloma, De Urresti, Guillier y Soria, y Honorables Diputados señores González, don Félix, Sabag y Urrutia, don Osvaldo.**

#### **Artículo 17, que pasó a ser artículo 26**

**El Senado, en primer trámite constitucional,** aprobó un artículo 17 del tenor que sigue:

“Artículo 17.- Puntos peligrosos y distanciamientos mínimos. La distancia mínima entre elementos publicitarios sucesivos, como también entre elementos publicitarios y puntos peligrosos, será determinada por reglamentos especialmente dictados al efecto, dependiendo de las condiciones de velocidad de operación, visibilidad, seguridad vial, belleza escénica y contaminación visual de cada vía o camino.

El distanciamiento mínimo entre elementos publicitarios mayores y sucesivos se sujetará las siguientes reglas, pudiendo aumentarse por razones fundadas:

1) En áreas rurales deberán estar ubicados a no menos de 300 metros; tratándose de elementos publicitarios que utilizan

tecnologías electrónicas o similares el distanciamiento mínimo será de 500 metros.

2) En áreas urbanas deberán estar ubicados a no menos de 100 metros.

3) En caminos públicos situados dentro de los límites urbanos deberán estar ubicados a no menos de 300 metros; tratándose de elementos publicitarios que utilizan tecnologías electrónicas o similares el distanciamiento mínimo será de 500 metros.”.

**En la Cámara de Diputados, en segundo trámite constitucional**, dicha norma pasó a ser artículo 26, reemplazándola por la que se indica:

“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, lo que dependerá 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 su belleza escénica.

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 Senado, en tercer trámite constitucional**, rechazó la enmienda realizada. La razón para ello descansó en que se



estimó que 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 podría ser de 1000 metros, toda vez que ello obligaría a remover muchos letreros, dado que la separación vigente es de 300 metros.

Comenzando el análisis de esta divergencia, **el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, observó que la regla aprobada por la Cámara, en segundo trámite constitucional, sólo dice relación con avisos mayores, los que se encuentran definidos en el artículo 3°, letra i), de la iniciativa legal. Agregó que la decisión de aumentar la distancia a 1.000 metros obedeció a que una separación menor se traduciría en un mayor número de elementos publicitarios y, consecuentemente, en mayor distracción para los usuarios de las vías. Sin embargo, alertó, la Cámara Revisora olvidó que el guarismo sugerido debía ser múltiplo de 300 para evitar la remoción innecesaria de letreros.

En atención a la explicación dada precedentemente, sugirió respaldar la redacción aprobada en segundo trámite constitucional, sustituyendo el guarismo "1.000" por "900". Puso de relieve que un alejamiento menor implicará que muchos elementos no tengan publicidad, como se aprecia actualmente, además de generar gran contaminación visual.

Por su parte, **el Honorable Senador señor Coloma** discrepó de la idea de aumentar la separación entre elementos publicitarios mayores y sucesivos más allá de 300 metros en la situación indicada.

El principal objetivo del proyecto de ley en estudio, recordó, radica en mejorar la seguridad vial y asegurar que la propaganda caminera no sea un enemigo para alcanzar tal fin.

En línea con lo anterior, connotó que, en primer trámite constitucional, ninguno de los expertos recibidos en audiencia durante el estudio del proyecto manifestó que la distancia actual- de 300 metros- genere problemas de seguridad. Por lo tanto, subrayó, no existe razón que justifique su aumento.

Continuando con su argumentación, enfatizó que la redacción aprobada por la Cámara de Diputados obligaría a remover dos de cada tres avisos publicitarios mayores que actualmente se encuentren instalados, lo que traerá inconvenientes relativos a cuál conservar y cuáles retirar. Además, alertó, podría dejar espacio a la discriminación de quienes actualmente tienen elementos publicitarios, así como también respecto de quienes arriendan sus inmuebles para su instalación.

A la luz de lo expuesto, concluyó, no se advierten motivos para innovar en la materia, y, en consecuencia, instó a mantener la distancia de 300 metros.

A su turno, **la Honorable Senadora señora Aravena**, a fin de buscar un punto de encuentro entre los planteamientos de los legisladores que le antecedieron en el uso de la palabra, sugirió mantener la redacción aprobada por la Cámara de Diputados, sustituyendo el guarismo "1.000" por "600".

Justificando tal decisión, notó que en la actualidad muchos de los elementos publicitarios mayores no se utilizan. Además, remarcó, lo ideal es que no exista ningún elemento distractor en las vías.

**El Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo**, coincidió en que el objetivo principal perseguido por la proposición de ley en estudio es la seguridad vial. Afirmó que los cambios introducidos en el segundo trámite dicen relación, en su mayoría, con el área urbana, pero también con incorporar dentro de su finalidad la protección del medio ambiente y la belleza escénica. En ese contexto, resaltó, se consideró que los mega letreros afectan también esta última, al impedir apreciar el mar, los lagos, las montañas y los campos, entre otros.

Adicionalmente, insistió en que muchos de los elementos instalados no se utilizan, pese a lo cual siguen impactando.

Por lo anterior, juzgó que mantener el distanciamiento actual no tendría razón. No obstante, valoró la propuesta realizada por la Honorable Senadora señora Aravena, en orden a contemplar una separación de 600 metros. Ello, advirtió, no obligaría a remover tantos anuncios.

**El Honorable Senador señor Guillier** observó que la sugerencia originalmente planteada por el Honorable Diputado señor Urrutia, don Osvaldo, obligaría a retirar dos tercios de los letreros instalados, afectando significativamente a esta actividad económica, que reporta beneficios a distintos actores.

Por otro lado, sostuvo que uno de los objetivos del proyecto de ley es la belleza escénica. Precisó que su protección se encuentra cubierta para las zonas de valor patrimonial y turístico. Por lo tanto, el mayor impacto lo tendrán las áreas que no lo son.

Por las razones esgrimidas, alabó la sugerencia realizada por la Honorable Senadora señora Aravena.

**El Honorable Senador señor Coloma** resaltó que el texto despachado por la Cámara Alta, en primer trámite constitucional, incluyó una norma que posibilita que ciertas rutas o caminos sean declarados como de belleza escénica, con lo cual los elementos publicitarios que se instalen en ellos deberán resultar armónicos con tal condición. Adicionalmente, destacó, 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.

Consignado lo anterior, reiteró la idea de mantener un distanciamiento de 300 metros 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, en atención a que no existen razones de seguridad que motiven un cambio. Asimismo, insistió en que el incremento en la distancia afectará a este sector de la economía.

**- Cerrado el debate, el Presidente de la Comisión Mixta puso en votación la propuesta de la Honorable Senadora señora Aravena como forma y modo de resolver la discrepancia entre el Senado y la Cámara de Diputados en esta materia. Al respecto, se registraron seis votos a favor, de los Honorables Senadores señora Aravena y señores De Urresti, Guillier y Soria, y de los Honorables Diputados señores González, don Félix, y Urrutia, don Osvaldo, y dos en contra, del Honorable Senador señor Coloma y del Honorable Diputado señor Sabag.**

- - -

En mérito de lo expuesto y de los acuerdos adoptados, la Comisión Mixta tiene el honor de proponer, como forma y modo de salvar las diferencias entre ambas Cámaras del Congreso Nacional, lo siguiente:

#### **Artículo 4°**

##### **Inciso segundo**

Reemplazar la expresión “las autorizaciones previas a las” por “los informes técnicos favorables a los”  
**(Unanimidad, 8x0).**

#### **Artículo 5°**

##### **letra e)**

Sustituirla por la que sigue:

“e) Que contengan texto variable o 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 cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como aquellos que, en conjunto a otros elementos



publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta.”.  
**(Unanimidad, 8x0).**

## **Artículo 6°**

### **Inciso primero**

Reemplazarlo por el que se indica:

“Artículo 6°.- De los informes técnicos favorables relacionados con la seguridad vial. Previo al ingreso ante la Dirección de Obras Municipales de una solicitud de permiso a que se refiere el artículo 9°, el interesado deberá obtener el informe técnico favorable 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 el informe técnico favorable de la Dirección de Tránsito municipal, y en el caso de que ésta no existiera 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, el correspondiente informe técnico favorable constituye un requisito indispensable para el otorgamiento del referido permiso de instalación.”.

**(Unanimidad, 8x0).**

### **Incisos segundo y cuarto**

Sustituir la voz “autorización” por “informe técnico favorable”.

**(Unanimidad, 8x0).**

## **Artículo 7°**

Reemplazar la locución “la autorización previa señalada” por “el informe técnico favorable señalado”.

**(Unanimidad, 8x0).**

## **Artículo 9°, inciso noveno, que pasó a ser artículo 16**

Sustituir la expresión “autorización previa” por “informe técnico favorable”.

**(Unanimidad, 8x0).**



### **Artículo 12, que pasó a ser 20**

#### **inciso tercero**

Reemplazarlo por el que sigue:

“La municipalidad podrá requerir del Delegado Presidencial Regional o Provincial 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.”.

**(Unanimidad, 8x0).**

### **Artículo 13, que pasó a ser 22**

Sustituirlo por el siguiente:

“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 caducado el permiso de instalación otorgado por la Dirección de Obras Municipales.”.

**(Unanimidad, 8x0).**

### **Artículo 17, que pasó a ser 26**

Reemplazarlo por el que se indica:

“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, lo que dependerá 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 600 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 su belleza escénica.



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.”.

**(Mayoría 6x2 en contra).**

- - -

A título meramente informativo, cabe hacer presente que, de ser aprobada la proposición de la Comisión Mixta, el texto de la iniciativa legal queda como sigue:

#### **PROYECTO DE LEY:**

**“LEY SOBRE PUBLICIDAD VISIBLE DESDE CAMINOS,  
VÍAS O ESPACIOS PÚBLICOS**

#### **TÍTULO PRELIMINAR**

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 de 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 3º.- Definiciones. Para los efectos de la presente 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 ella, 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 paleta, 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 **los informes técnicos favorables a los** 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, del Ministerio del Interior, de 2006, 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, del Ministerio del Interior, de 1996, 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 5°.- 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 los Ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Justicia, promulgado el año 2007 y publicado el año 2009, 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) Que contengan texto variable o 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 cuyo contenido constituya un peligro para los conductores y usuarios de las vías, conforme a los criterios de seguridad vial que establezcan los reglamentos referidos en los numerales 1 y 2 del artículo 38 de esta ley, así como aquellos que, en conjunto a otros elementos publicitarios sucesivos, constituyan una serie o representen el desarrollo de una leyenda o historieta.**

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 6°.- De los informes técnicos favorables relacionados con la seguridad vial. Previo al ingreso ante la Dirección de Obras Municipales de una solicitud de permiso a que se refiere el artículo 9°, el interesado deberá obtener el informe técnico favorable 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 el informe técnico favorable de la Dirección de Tránsito municipal, y en el caso de que ésta no existiera 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, el correspondiente informe técnico favorable 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 **informe técnico favorable**, 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, la Dirección de Tránsito o la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, verifiquen algún incumplimiento en las materias cuya revisión les compete, deberá rechazar la solicitud requerida.

Si se presentaren dos solicitudes de **informe técnico favorable** respecto de un mismo punto o espacio físico, tendrá prioridad aquella que, cumpliendo con todos los requisitos a que se refiere el inciso segundo de este artículo, 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 **el informe técnico favorable señalado** en el artículo anterior, corresponderá a la Dirección Regional de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas, a la Dirección de Tránsito 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. Emitido el informe técnico favorable por parte de la Dirección Regional de Vialidad, de la Dirección de Tránsito o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, según corresponda, podrá solicitarse el permiso de instalación de 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 5º.

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 4º.

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 éste podría alterar significativamente el entorno en el que pretende emplazarse. Para efectos de lo anterior, 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 ellas 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 sólo 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 de los funcionarios municipales, entre otras particularidades.

Esta garantía se hará efectiva en caso de 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.

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 de la ley N° 18.695, orgánica constitucional de Municipalidades, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto con fuerza de ley N° 1, de 2006, del Ministerio del Interior.

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 y 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 provisionales, conforme al número 3 de la tabla contenida en el inciso primero del artículo 130 del decreto con fuerza de ley N° 458, del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, promulgado el año 1975 y publicado el año 1976, 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 **informe técnico favorable** 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 a su vencimiento.

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, de la Dirección de Tránsito o de la Secretaría Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones, en el que se acredite fundadamente que no han 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 contado 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 de 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 establecido en 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 Delegado Presidencial Regional o Provincial 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 de 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 caducado 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, lo que dependerá 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 600 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 su belleza escénica.**

**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.**

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 de esta ley o de sus reglamentos serán sancionadas conforme al procedimiento establecido en la ley N° 18.287, y será 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 y en los artículos 20 y siguientes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, respecto a las infracciones de dicha ley, de la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones o de 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.

Artículo 29.- Infracciones. Las conductas que constituyan contravenciones de esta ley y/o de 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 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 ellos, 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 ellas, 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 treinta días desde el vencimiento del plazo de vigencia del permiso o desde su revocación.

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 de 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 de 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 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 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 registrará 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 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.

3. Una modificación al decreto supremo N° 47, del Ministerio de Vivienda y Urbanismo, de 1992, 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, del Ministerio de Obras Públicas, promulgado el año 1997 y publicado el año 1998, 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 la presente 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 un año, 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.”.



Acordado en sesiones celebradas los días **10 de enero de 2022**, con asistencia de los Honorables Senadores señor Alfonso De Urresti Longton (Presidente), señor Alejandro Guillier y señora Ena Von Baer Jahn, y Honorables Diputados señora Jenny Álvarez Vera y señores Félix González Gatica, Jorge Sabag Villalobos y Osvaldo Urrutia Soto; y el día **25 de enero de 2022**, con asistencia de los Honorables Senadores señor Alfonso De Urresti Longton (Presidente), señoras Carmen Gloria Aravena Acuña y Ena Von Baer Jahn (señor Juan Antonio Coloma Correa) y señores Alejandro Guillier Álvarez y Jorge Soria Quiroga, y Honorables Diputados señores Félix González Gatica, Jorge Sabag Villalobos y Osvaldo Urrutia Soto.

Sala de la Comisión Mixta, a 31 de enero de 2022.

**JUAN PABLO LIBUY GARCIA**  
**Abogado Secretario Accidental de la Comisión Mixta**