**MINUTA**

**Proyecto** **: “Modifica normas de seguridad para la instalación de toda clase de dispositivos de publicidad en caminos públicos, sus fajas adyacentes y áreas circundantes”**

**Boletín :** **9.686-09** y **10.209-09** (refundidos). **Iniciativa :** Moción

**C. Origen :** Senado

**F. Ingreso :** 3 noviembre de 2014.

**Quorum :**

**Urgencia :** Simple

**Etapa :** Primer Trámite Constitucional  **/** Discusión General

**Objetivos del Proyecto:**

Los *objetivos* de la nueva formulación de los textos refundidos son los siguientes**:**

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

**Prevención sobre Sentencias del TC:**

En dos oportunidades, en 1992 y 1993, el ***Tribunal Constitucional*** ha declarado inconstitucionales algunas disposiciones que prohibían instalar avisos publicitarios y propaganda comercial en las fajas adyacentes de los caminos públicos, o fijaban distancias entre letreros y entre éstos y los caminos y los puntos peligrosos de los mismos, aduciendo que las limitaciones a las garantías constitucionales libertad de emprendimiento y derecho de propiedad deben establecerse por ley y no por un acto administrativo.

Argumenta además el Tribunal que las limitaciones al derecho a desarrollar actividades económicas deben fundarse en que éstas contrarían la moral, el orden público o la seguridad nacional. También discurren los considerandos de la segunda sentencia señalando que regular una actividad, incluso si se hace por ley, no puede impedir su ejercicio.

En los dos casos hubo votos de minoría que invocaron la autorización legal otorgada por la Ley de Caminos, en el caso de la faja pública de las vías, y que, en el caso de las fajas adyacentes, dicha Ley atribuye la facultad regulatoria al Director de Vialidad, en conformidad al reglamento respectivo; recordaron los minoritarios la amplia potestad reglamentaria que la Constitución Política de la República otorga al Presidente de la República.

**Resumen:**

La Publicidad que se encuentra a orillas de caminos y carreteras, posee una antigua regulación, la cual no da cuenta de algunas situaciones derivadas de las nuevas tecnologías.

En tal sentido, se propone una nueva legislación, que conjugue los derechos a la vida e integridad física y psíquica de las personas (19° N°1), el derecho a realizar cualquier actividad económica que no sea contraria a la Moral, al Orden Público o la Seguridad Nacional (19 N° 21), derecho de propiedad en sus diversas especies (19° N° 24).

La idea es que dicha publicidad no afecte o vulnere derechos de las personas, ello por cuanto, su utilización de forma indiscriminada *“implica un serio riesgo para los conductores de vehículos, contaminación del paisaje y distracción de quienes transitan por esas vías. La contaminación a la que se alude es aquella que genera una sobre estimulación visual en el ser humano, trasmitiéndole información indiscriminada y provocándole en muchos casos confusión y estimulación caótica”*

Asimismo, la Moción con Boletín 9686-09, los integrantes de la Comisión de OOPP, efectuaron un Estudio: “dicho estudio surgió como una primera conclusión que el problema tenía que ser abordado en su integridad, esto es, el legislador debía ocuparse de la publicidad en los caminos públicos y en las vías urbanas, abarcando los efectos de esa publicidad tanto en lo referente a la seguridad del tránsito y el transporte, cuanto en lo atinente a la preservación del medio ambiente afectado por la contaminación visual”

El **Ministro de Transportes el Sr. Gómez-Lobo,** señaló que *“el* ***art. 98 de la Ley de Tránsito[[1]](#footnote-1)****, en principio, prohíbe la colocación de letreros de propaganda en los caminos, para luego señalar que el Ministerio de Obras Públicas fijará las condiciones y la distancia desde el camino en que esos letreros podrán colocarse.*

*Por otro lado, el decreto N° 1.319, del Ministerio de Obras Públicas, de 1977, proscribe igualmente la colocación de carteles, avisos, propaganda o cualquier otra forma de anuncio comercial en los caminos públicos del país, entendiéndose por tales las vías fuera de las zonas urbanas, o dentro de ellas cuando un camino conecta aquellas vías, cual es el caso, por ejemplo, de la Costanera Norte o la Avenida Kennedy, en la ciudad de Santiago”*

Luego, continuó señalando algunos ejemplos que han limitado, restringido o prohibido la instalación de letreros de publicidad (España, Sao Paulo, Grecia).

Señaló además, que el Mintrans posee una preocupación por la proliferación de Pantallas LED y móviles. En tal sentido, “Adujo que la publicidad en movimiento aumenta la frecuencia de ojeadas distractivas entre dos y cinco veces, acrecienta la duración de la mirada y reduce la habilidad para mantener una velocidad constante y la posición en la pista, todo ello en relación con los efectos que produce la publicidad estática”

La Asesora Legislativa del Mintrans, señaló dos posibles formas de solución: *“la primera, consiste en establecer un reglamento con estándar técnico que sea autosuficiente para el otorgamiento de la autorización por parte de los municipios. La segunda, es distinguir en el ámbito de aplicación de las normas, porque existe un gran número de avisos que probablemente no requieren contar con autorización, como es el caso de los que se ubican en los paraderos de buses”*

Por su parte, la **Subsecretaria de Turismo Javiera Montes** señaló que: “los efectos en el ámbito del turismo que puede tener la publicidad en las carreteras están asociados principalmente con la afectación de la belleza escénica de ciertos lugares y con la visibilidad de sus atractivos”

Asimismo, *“acotó que la normativa medioambiental previene que los proyectos de inversión deben tener presente el valor turístico y paisajístico del territorio en que pretenden emplazarse”*

La **Ministra de Vivienda y Urbanismo, señora Paulina Saball**, valoró las iniciativas en cuestión, señalando que “comparte la preocupación de la Comisión por la cantidad y calidad de los letreros de publicidad en la vía pública, en virtud del impacto que generan en la seguridad de quienes transitan por ellas, así como en el medioambiente y el paisaje, tanto urbano como rural. De igual modo, manifestó su coincidencia con la finalidad de actualizar y armonizar la regulación de la propaganda emplazada en la red caminera”

El **Director Nacional de Vialidad (s) José Miguel Carvacho**, se hizo cargo del consenso que generan ambas iniciativas y “distinguió entre el ámbito urbano y el rural, a fin de identificar las entidades públicas con competencia en lo referido a publicidad caminera. En el primero operan las municipalidades y el Servicio de Vivienda y Urbanización, salvo cuando se trata de vías urbanas calificadas como camino público, caso en el cual la competencia corresponde al Ministerio de Obras Públicas.

Señaló que la Publicidad en Tecnologías LED debe ser objeto de una regulación especial, por los problemas de distracción que produce.

**Observaciones:**

Estos PL son necesarios por los diversos problemas que genera los letreros de publicidad en caminos, carreteras y fajas adyacentes. Es por ello que se requiere una regulación adecuada que permita su existencia, pero de forma tal que resguarde los derechos y seguridad de las personas, y el derecho al emprendimiento.

Es por ello, que propongo –salvo su mejor parecer- aprobarlos en general, para poder presentar indicaciones.

1. **Artículo 98.-** Se prohíbe la colocación de letreros de propaganda en los caminos. El Ministerio de Obras Públicas fijará las condiciones y la distancia, desde el camino, en que podrán colocarse estos letreros. [↑](#footnote-ref-1)