



PROCESO: Consulta Sobre la modificación de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior

Fechas: Del 27 de marzo al 25 de abril de 2017.

URL: <https://decide.madrid.es/proceso/ordenanza-publicidad-exterior>

Objeto: El Ayuntamiento de Madrid somete a consulta pública la modificación de la Ordenanza de Reguladora de la Publicidad Exterior.

Formato: 4 preguntas a debate.

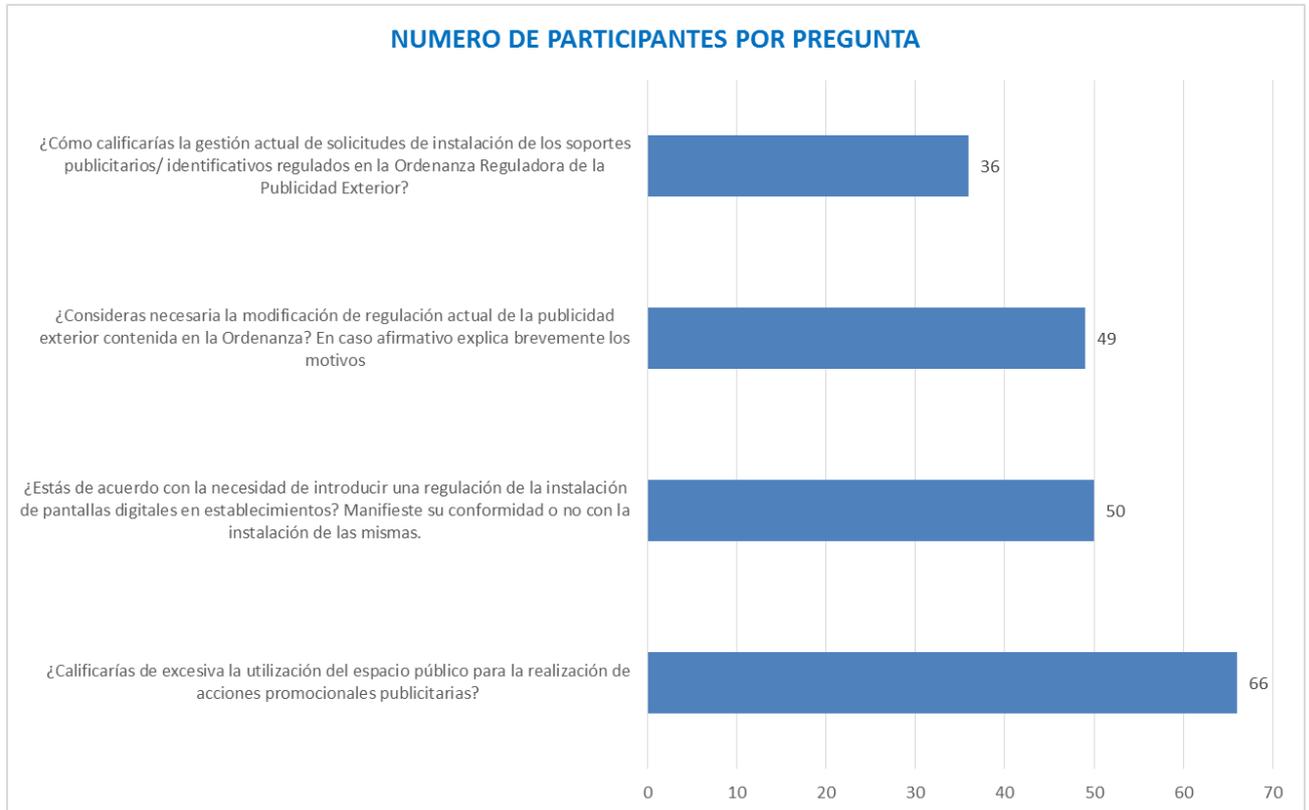
NOTA INFORMATIVA: Los datos de este informe se refieren a las opiniones ofrecidas por la ciudadanía desde la publicación del proceso hasta las 23:59 horas del 25 de abril de 2017.

GRÁFICOS DE PARTICIPACIÓN EN LA WEB DECIDE.MADRID.ES

Número total de comentarios: 95

Número total de participantes: 201





SÍNTESIS SOBRE LOS COMENTARIOS REALIZADOS A LAS PREGUNTAS EN LA WEB DECIDE.MADRID.ES

PREGUNTA 1

¿Cómo calificarías la gestión actual de solicitudes de instalación de los soportes publicitarios/ identificativos regulados en la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior?

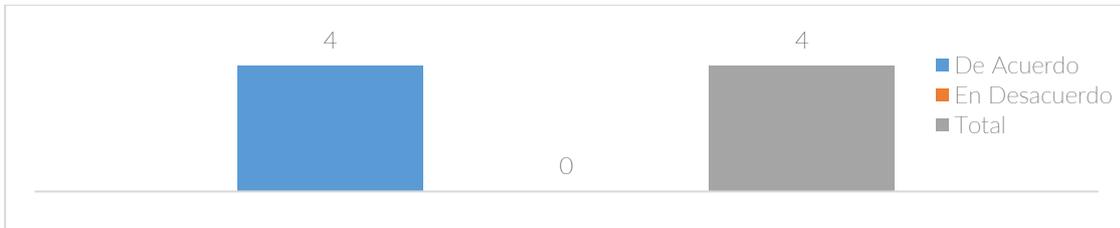
21 COMENTARIOS SOBRE LA PREGUNTA 1

Comentarios más apoyados:

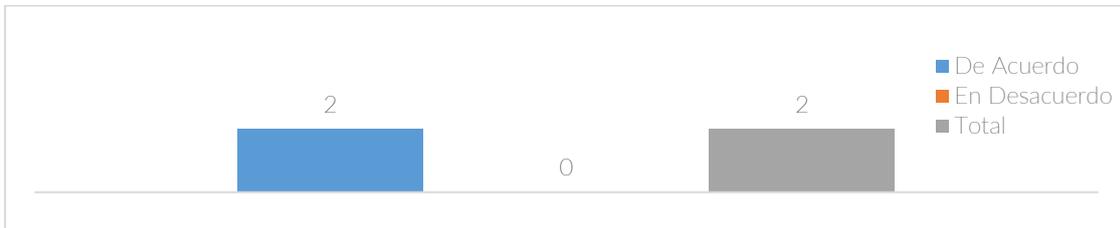
La ordenanza de 2009 apuntaba en la buena dirección, pero en la práctica de estos 8 años ha revelado muchas carencias en la forma de aplicarla, sobre todo para elementos de identificación (las muestras o rótulos). En ese año, desde ASERLUZ intentamos facilitar la comprensión de la ordenanza con un manual gráfico (ver aquí: <http://bit.ly/2oHXAY8>) que se convirtió en un documento de referencia técnica. La gestión mejoraría con una ordenanza que distinguiera claramente entre IDENTIFICACIÓN de negocios (rótulos, luminosos de comercios, displays



electrónicos en locales...) y **PUBLICIDAD** en vía pública (es decir, lo que de verdad es publicidad exterior, como lonas para andamios, pantallas de LED en mupis o tótems, etc...).



Insuficiente. Existen numerosas posibilidades no contempladas en la actual Ordenanza Reguladora de Publicidad Exterior o que no están tratadas en profundidad (pantallas, lonas, patrimonio histórico, etc.). Además no resulta clara en muchos aspectos de su interpretación, conduciendo fácilmente a error por parte de los usuarios que intentan aplicarla. En consecuencia, considero totalmente necesario modificarla para adaptarla a las necesidades actuales de la ciudad y de los usuarios, con una redacción que permita una fácil interpretación para lograr una aplicación efectiva y homogénea por parte de usuarios, técnicos y administración.



PREGUNTA 2: ¿Consideras necesaria la modificación de regulación actual de la publicidad exterior contenida en la Ordenanza? En caso afirmativo explica brevemente los motivos

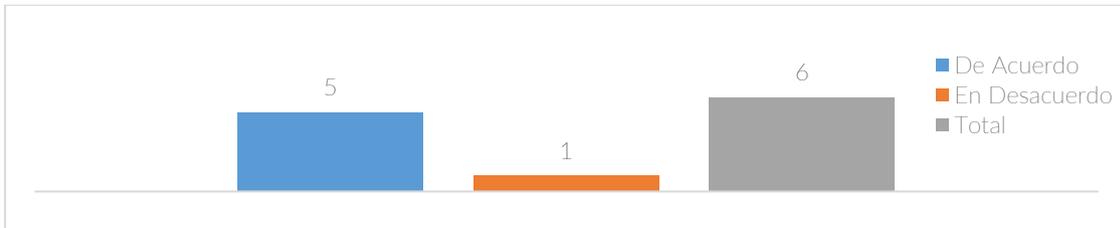
27 COMENTARIOS SOBRE LA PREGUNTA 2

Comentarios más apoyados:

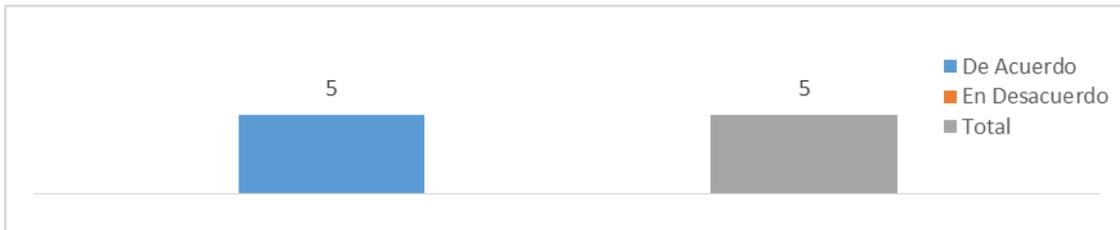
Totalmente necesaria. En ASERLUZ creemos que hay DOS motivos principales: (1) Las inútiles dimensiones (por diminutas) para determinados elementos no contaminantes visualmente (rótulos de comercio en la zona 2, de sólo 30 cm de alto) y las regulaciones en las condiciones de luminosidad en cuanto a distancias, porque hoy día existen dispositivos de control de iluminación integrados en los rótulos que las hacen innecesarias (2) El freno que está suponiendo para la implantación de la tecnología LED la actual ordenanza (la gente prefiere no tocar sus rótulos luminosos para ahorrarse una posible denegación de licencia), lo que hace que se esté desaprovechando una tecnología que puede suponer un ahorro espectacular en una ciudad con 207.000 locales censados por el ayuntamiento, en los que entre el 40% y el 75% de los mismos



usan todavía fuentes de iluminación ineficientes (fluorescencia, halógenos...). Una ocasión perdida de ahorrar un 80% de electricidad y emisiones de CO2 a la atmósfera.



Hay un exceso de incitación al consumo, lo cual me parece muy negativo para las personas y para el medio ambiente.

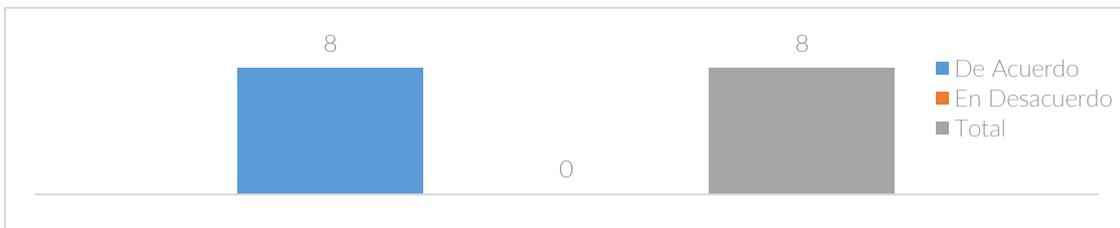


PREGUNTA 3: ¿Estás de acuerdo con la necesidad de introducir una regulación de la instalación de pantallas digitales en establecimientos? Manifieste su conformidad o no con la instalación de las mismas.

21 COMENTARIOS SOBRE LA PREGUNTA 3

Comentarios más apoyados:

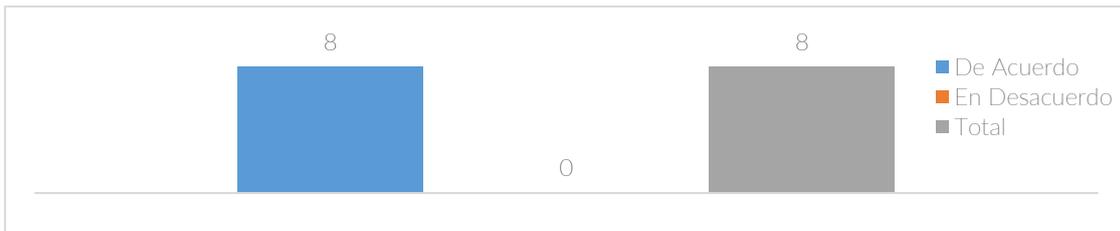
Es necesario establecer una regulación para prohibir esta publicidad pues provoca un aumento de la luminosidad, consumo energético y molestias a los vecinos al ser invasiva.



Es absolutamente imprescindible que se eviten las molestias a los vecinos derivadas de la instalación de pantallas digitales en escaparates y fachadas. Este tipo de paneles informativos lanzan luz horizontal incumpliendo el reglamento técnico de eficiencia energética en iluminación y la ordenanza reguladora de la publicidad exterior del Ayuntamiento de Madrid. Además tampoco disminuyen muchas pantallas su intensidad luminosa en horario nocturno ni



se respetan los horarios establecidos en la ordenanza de 2009. Por último significar la tremenda proliferación de este tipo de pantalla.



Las pantallas digitales conviven cada vez más con los rótulos luminosos estáticos, pero sin llegar a sustituirlos. Su posibilidad de mostrar información dinámica en tiempo real integra la calle en la sociedad de la información y son muy útiles para campañas informativas, de marketing o promoción. En ASSERLUZ pensamos que su uso es necesario (y prácticamente inevitable dado el auge de la tecnología en la comunicación), pero sí se deben plantear normas legales en cuanto a su uso y explotación, el horario de funcionamiento, su luminosidad máxima, si presentarán videos (24 fps) o imágenes estáticas secuenciales, su uso interior o exterior, etc.

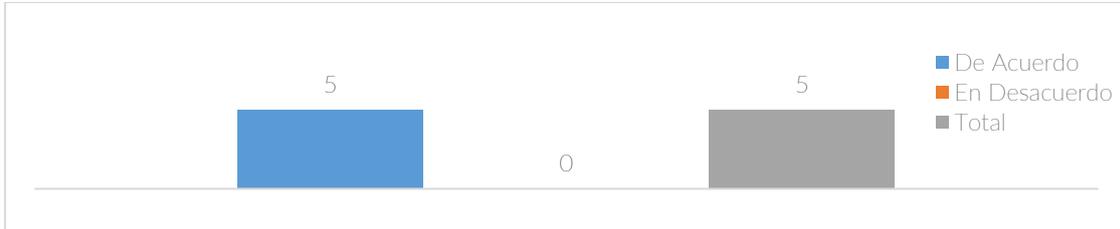


PREGUNTA 4 ¿Calificarías de excesiva la utilización del espacio público para la realización de acciones promocionales publicitarias?

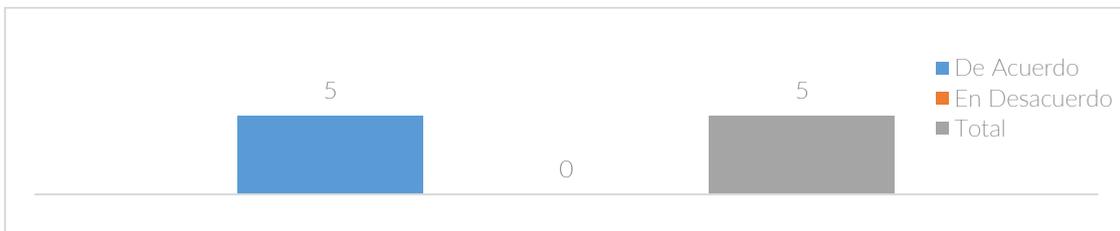
26 COMENTARIOS SOBRE LA PREGUNTA 4

Comentarios más apoyados:

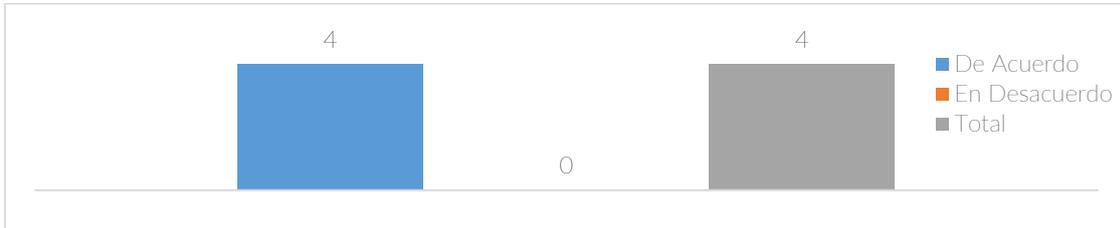
Desde ASERLUZ insistimos en que hay que diferenciar el ámbito de la IDENTIFICACIÓN de negocios (rótulos de tiendas, etc.) y la PUBLICIDAD exterior propiamente dicha. La mayoría de los rótulos de identificación se encuentran adosados a fachadas y no son promocionales, por lo que el mensaje es estático, permanente e integrado en la fachada del local. Por ello, si cumplen con los tamaños, luminosidad, etc. razonables en una ordenanza el impacto sobre el espacio público es mínimo. En el segundo punto, las lonas de cubrición de andamios son necesarias y obligatorias por tema de seguridad y ocultación de obras, además de ser un soporte publicitario temporal que reduce el coste de las operaciones haciéndolas más asequibles a los vecinos. El mobiliario urbano con publicidad (regulado por el ayuntamiento en su mayoría) se encuentra en línea con el de otras ciudades europeas, aunque debe evaluarse de forma continua para evitar que actúe de barrera para personas de movilidad reducida.



Es excesiva en el centro de Madrid, a mi juicio se deberían liberar los edificios del casco histórico de publicidad. Además se debería regular la costumbre que han tomado los negocios de venta de vivienda de inundar paredes, marquesinas y farolas con sus fotocopias de venta de pisos.



Totalmente excesivo, ¿vamos a imitar a Tokio?



Madrid a 27 de Abril de 2017.

OFICINA DE INNOVACION