

Documento para el trámite de consulta pública previa a la elaboración del proyecto de la nueva Ordenanza reguladora de la publicidad e identificación exterior

Con el fin de mejorar la participación de los ciudadanos en el procedimiento de elaboración de las normas, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (LPAC), ley 39/2015 de 1 de octubre del procedimiento administrativo común, esta consulta previa tiene por objeto recabar la opinión de los sujetos y organizaciones más representativas potencialmente afectadas por la futura norma acerca de:

- Los problemas que se pretenden solucionar con la iniciativa
- La necesidad y oportunidad de su aprobación
- Los objetivos de la norma
- Las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias

Los ciudadanos, organizaciones y asociaciones que lo consideren oportuno, podrán hacer llegar sus opiniones sobre la futura Ordenanza reguladora de la publicidad e identificación exterior, a través del portal web del Ayuntamiento de Madrid.

1- Problemas que se pretenden solucionar con la iniciativa

La regulación local vigente en materia de publicidad e identificación exterior, además de ser incompleta, ha quedado claramente superada por la evolución y el desarrollo de este sector, así como por los cambios normativos y requiere, sin lugar a duda, una puesta al día, si bien manteniendo aquellos aspectos de esta que han supuesto una mejora evidente del entorno urbano en nuestro municipio.

En el año 2009 se aprobó la ordenanza reguladora de la Publicidad Exterior (en adelante, OPE), con el fin primordial de compatibilizar la actividad publicitaria con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid.

Aunque la OPE ha sido pionera en muchos aspectos, su puesta en práctica a lo largo de estos últimos años ha puesto de manifiesto la necesidad de introducir modificaciones, dada la complejidad de algunas de las actuaciones reguladas y de los notables avances tecnológicos que se han producido en este ámbito, que han provocado que en algunos aspectos la Ordenanza haya quedado obsoleta. En definitiva, es ineludible redactar una Ordenanza en la que se contemplan, desde la perspectiva actual del sector, todas las modalidades publicitarias e identificativas existentes.

En el año 2018 se elaboró un proyecto de modificación que llegó a aprobarse por la Junta de Gobierno el 20 de septiembre de 2018, pero que no se aprobó definitivamente por el Pleno.

En particular los problemas que se pretendían resolver en su momento con la modificación, y que con la aprobación de una nueva Ordenanza se les dará solución, son los siguientes:

- 1.- Existencia de artículos cuya redacción admite diversas interpretaciones.





- 2.- Sentencias recaídas a lo largo de estos últimos años.
- 3.- Falta de adecuación a la nueva legislación sobre procedimiento administrativo contenida en la LPAC.
- 4.- Falta de conexión y coherencia entre la regulación de la OPE y otras ordenanzas municipales como la Ordenanza Fiscal reguladora de la Utilización Privativa o el Aprovechamiento Especial del Dominio público Local para el Desarrollo de Acciones Publicitarias Especiales.
- 5.- Proliferación de pantallas de tecnología digital en establecimientos y vacío legal en esta materia.

En definitiva, con la aprobación de la Ordenanza se pretende incrementar la seguridad jurídica, eliminar exigencias innecesarias, cubrir eventuales vacíos normativos, precisar procedimientos y conceptos y asegurar una aplicación uniforme de la norma por los sujetos obligados.

2- Necesidad y oportunidad de su aprobación

Tal y como señalan la LPAC y las propias Directrices sobre la consulta pública previa en el procedimiento de elaboración de las normas municipales aprobadas por la Junta de Gobierno el 20 de octubre de 2016, la consulta pública tiene carácter previo a la redacción del texto normativo y su contenido debe reflejar los aspectos previstos en el punto 4.1 de las citadas Directrices.

Por ello, se ha considerado conveniente someter a consulta pública la necesidad de aprobar una nueva Ordenanza reguladora de la publicidad e identificación exterior, con el fin de conocer la opinión de los ciudadanos al respecto, con carácter previo a proceder a su redacción.

A la hora de decidir la conveniencia de la elaboración de una nueva Ordenanza, el Ayuntamiento de Madrid ha tenido en cuenta la experiencia adquirida estos últimos años, así como las cuestiones planteadas tanto desde el ámbito privado, como internamente desde el propio Ayuntamiento.

Como ya hemos señalado anteriormente los avances tecnológicos en el mundo de la publicidad exterior y la puesta en práctica durante estos años han provocado que la regulación se haya quedado obsoleta, sin que sea posible demorar más tiempo la aprobación de una nueva regulación ya que nos encontramos en un momento en que actuaciones tales como la instalación de pantallas de tecnología digital, han proliferado tanto que requieren una respuesta inmediata de la Administración.

Así mismo conforme al Plan de Gobernanza y Simplificación Normativa del Ayuntamiento de Madrid, aprobado recientemente, resulta preciso elaborar una norma más clara, con un lenguaje más sencillo y accesible para sus destinatarios, simplificando su contenido, eliminando cargas administrativas, procedimientos y trámites innecesarios.

En este sentido, en el informe de revisión de ordenanzas y reglamentos del Ayuntamiento de Madrid que con fecha 16 de julio de 2020 ha sido elevado a la Junta de Gobierno de la Ciudad de Madrid por la Coordinación General de la Alcaldía en cumplimiento del citado Plan de Gobernanza y Simplificación Normativa, se propone expresamente la sustitución de la OPE por una nueva ordenanza ajustada a la realidad actual.

3- Objetivos de la norma



1.- Aclarar el alcance de las obligaciones previstas en la norma y facilitar su cumplimiento, de modo que se mejore y clarifique el articulado, partiendo de la experiencia adquirida desde el año 2009.

Durante los años de vigencia de la Ordenanza se han encontrado dificultades a la hora de aplicar varios de sus artículos, por este motivo para evitar interpretaciones que en la práctica pueden provocar cierta inseguridad jurídica, se está trabajando en un nuevo texto en el que se incorporarán las propuestas formuladas por la FEDE AEPE, empresas de publicidad, así como dentro del propio Ayuntamiento por la Agencia de Actividades.

En definitiva, es necesario clarificar e introducir nuevos conceptos, ámbitos de aplicación, definiciones, eliminar exigencias innecesarias, referencias a normativas sectoriales, y valorar la incorporación en la nueva regulación, de aquellas actuaciones que fueron autorizadas con carácter temporal, y que se han integrado de forma positiva en el paisaje urbano, resolviendo así mismo el vacío legal existente en este momento en relación con actuaciones que han proliferado notablemente durante los últimos años tales como las acciones publicitarias en la vía pública o la instalación de pantallas de tecnología led.

2.- En segundo lugar, durante estos años algunos artículos de la Ordenanza han sido objeto de diversas Sentencias, de este modo la nueva redacción, y como ya se hizo en la modificación, se realizará teniendo en cuenta las decisiones judiciales adoptadas en relación con el articulado de la Ordenanza.

3.- Adaptar la Ordenanza a la Ley 39/2015, y a la Ordenanza Fiscal reguladora de la Utilización Privativa o el Aprovechamiento Especial del Dominio público Local para el Desarrollo de Acciones Publicitarias Especiales.

4.- Regular nuevas tecnologías

A lo expuesto se añade el auge creciente que está adquiriendo la tecnología digital, en sus distintas fórmulas, planteando nuevos problemas, no sólo de orden urbanístico sino, además, medio ambiental, que requieren ser abordados a través de la potestad reglamentaria municipal. Los avances tecnológicos en materia de publicidad exterior exigen a la administración municipal una actitud receptiva de estas tendencias actuales y la adopción de medidas protectoras para unas zonas y vanguardistas e innovadoras en otras, de este modo se regulará por primera vez la instalación de pantallas de tecnología digital en establecimientos.

4- Posibles soluciones regulatorias y no regulatorias

El impacto de la publicidad y de la identificación exterior en Madrid, es sin duda, realmente importante, ya que forma parte del paisaje urbano de la ciudad y produce una gran repercusión entre los viandantes.

La competencia del Ayuntamiento para regular esta materia se fundamenta en las competencias municipales en materia de medio ambiente y en materia urbanística (artículo 25 2 a) y b) de la ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local), así como en la presencia de un interés municipal inequívoco.

Se han barajado las siguientes alternativas:

Alternativa 1: Proseguir con la tramitación del borrador de modificación iniciado en el año 2018.



En un primer momento se valoró continuar con la tramitación del borrador de modificación iniciado, sin embargo y con independencia de que se tendrán en cuenta los antecedentes e informes recibidos con ocasión de su tramitación, dado el número de artículos afectados por la misma, se ha decidido finalmente elaborar un proyecto de nueva Ordenanza contando con el mayor debate posible, realizando la presente consulta previa de acuerdo con las previsiones del artículo 133 de la ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Pública, y sometiendo posteriormente el proyecto a trámite de información pública, a través de la web Ayuntamiento de Madrid.

En definitiva, el tiempo transcurrido y la experiencia adquirida en la aplicación de la norma, hacen precisa la elaboración de una nueva Ordenanza que, necesariamente, habrá de ser sometida nuevamente a informe de las distintas instancias afectadas e interesados con el objetivo de conseguir una normativa más clara que facilite su aplicación, y regular materias, en las que hasta el momento existe un vacío legal, que requieren una respuesta inmediata por parte de la Administración, dado el impacto que su proliferación está provocando en el paisaje urbano.

Alternativa 2: no proceder a la elaboración de una nueva Ordenanza

La Ordenanza actual podría seguir aplicándose, sin embargo, por los motivos expuestos, y porque ya la modificación de la Ordenanza fue demandada ampliamente por la ciudadanía, procede la elaboración de una nueva regulación.

En definitiva, es evidente la necesidad de intervención normativa, sin que la opción de no regular nada, o dejar vigente el actual marco jurídico sea una opción que valorar.

Firmado electrónicamente

LA DELEGADA DEL ÁREA DE GOBIERNO DE
OBRAS Y EQUIPAMIENTOS

Paloma García Romero

