

SEÑALIZACIÓN Y PUBLICIDAD.

Cierto tipo de publicidad estática que utiliza como soporte elementos de mobiliario urbano puede considerarse, en cierto sentido, como señalización informativa en la que, en muchas ocasiones, es difícil determinar hasta donde llega lo que es información necesaria para los usuarios de los vehículos y de desde donde empieza a ser publicidad pura.

En todo caso es necesario que los ayuntamientos tengan reglamentada la instalación de soportes publicitarios. A este respecto es necesario distinguir tres tipos de soportes: Los puramente publicitarios, los soportes asociados a las señales de tráfico y las señales de tráfico utilizadas como publicidad.

Los soportes publicitarios, es el más conflictivo porque, al mismo tiempo, es el más frecuente. La publicidad en general, y sobre todo la que se sitúa en el mismo establecimiento que se anuncia, es algo esencial e inseparable de la vida urbana. No obstante lo anteriores es norma habitual que éste sometida a ciertas limitaciones, en especial basadas en el carácter histórico o monumental de determinadas zonas.

La reglamentación de este tipo de publicidad no es incumbencia de estas recomendaciones, aunque si conviene matizar algún punto en relación con la señalización.

Un criterio que debe exigirse a rajatabla es que ningún cartel publicitario que pueda ser visto desde un vehículo en marcha tenga unas características de formato y diseño que en su conjunto o algunas de sus partes se asemeje a una señal de tráfico, tanto de carácter preceptivo como de carácter orientativo. La utilización en este tipo de carteles de señalización similares a las informativas urbanas debe estar expresamente prohibida. En cualquier caso, el emplazamiento de los soportes publicitarios, relojes, etc., sean cuales fueren las normas que rijan en la zona, debe estar siempre totalmente subordinado a las necesidades de la señalización de tráfico.

El siguiente tipo de soportes publicitarios asociados a las señales de tráfico, es un tema específico de estas recomendaciones, ya que el pretender ofrecerla de manera que el conductor perciba al mismo tiempo la señal informativa y la publicidad es totalmente negativo para su atención.

En todo caso, los convenios internacionales sobre soportes urbanos establecen de una manera muy clara la incompatibilidad entre las señales de tráfico y la publicidad.

Por último, los soportes orientados a la publicidad, merece un tratamiento diferenciado de los anteriores. La situación de una urbanización, una fábrica, un hotel, etc., Es, en muchos casos, una información de utilidad pública. Por ello, no debe establecerse el principio de que hay que prohibir este tipo de soportes de una manera general.

Se recomienda que en lugar de instalar uno o varios soportes que indiquen determinados establecimientos comerciales, es mejor señalar hacia "zona comercial" o "centro comercial", utilizando, el nombre genérico de la misma. En una ciudad pequeña la situación de su reducido número de hoteles puede ser una indicación necesaria tanto para el conductor como para los intereses económicos de la ciudad.

De todas formas, es difícil dar una norma general invariable y en cada caso habrá de valorarse cuando un nombre completo es publicidad y cuando es un punto de referencia. Solo el buen sentido y la experiencia de los técnicos encargados del servicio del mobiliario urbano pueden resolver este problema.

En todo caso, cualquier señalización informativa que se solicite no debe ser instalada sin tener antes en cuenta el mobiliario urbano existente. En muchos casos esto puede ser una ocasión para corregir defectos o para efectuar remodelaciones.