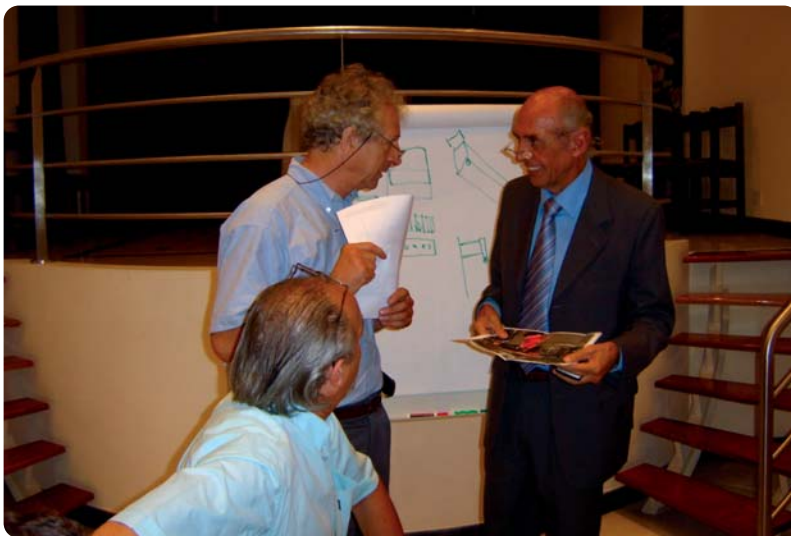




De interés de todos nuestros asociados y del gremio en general

Visita a nuestra Cámara

El pasado 10 de marzo el Arquitecto Juan Carlos Poli, Director del Espacio Público, se reunió con fabricantes de letreros Socios de CAIL para acercarnos las actuales interpretaciones de la nueva Ley de Publicidad Exterior que está llevando a cabo la Dirección de Ordenamiento del Espacio Público, que el arquitecto conduce desde fines de enero del presente año.



Arquitecto Juan Carlos Poli (derecha), Director de Ordenamiento del Espacio Público.

La intención fue que los fabricantes conocieran estas nuevas definiciones, las cuales aunque se mantienen dentro de la letra de la Ley, permiten realizar trabajos mucho más interesantes que lo que venía planteando los antiguos funcionarios.

Destacamos principalmente la sugerencia de que CAIL reúna todas las consultas que se presenten entre los socios, a fin de llevarlas a su oficina y coordinar las respuestas pertinentes a cada caso. Para lo cual les recordamos a los socios que nos envíen a través de un e.mail las fotografías de las fachadas

de los edificios que requieran un tratamiento especial, con las sugerencias de los trabajos a realizar en cada caso.

Durante la reunión, en primer término, Poli confirmó que los permisos de todos los letreros caducaron el 10 de marzo, y que sólo el Director, es quien dispondrá la caducidad de algunos casos especiales. Esta decisión quedó plasmada en la Comunicación Nota N° 3/10 de la DGOEP BOCSA 3363 y que transcribimos en un cuadro aparte.



También comentó que se está por implementarse una nueva ley que dará una legislación especial a hoteles y teatros, que permitiría marquesinas más importantes en teatros y letreros salientes de mayores dimensiones en los hoteles.

Respecto los taparrollos de cortinas de enrollar y los aire acondicionados ubicados en los frentes de las fachadas de los comercios, que de hecho son algunas de las mayores dificultades con las que se han encontrado los fabricantes de letreros al momento de implementar la nueva ley, también aportó una solución.

Por una parte sugirió tapar estos elementos con una caja metálica que debería continuar con las características estéticas de la fachada del edificio, y sobre ella colocar letras sueltas que pueden ser iluminadas, contando sobre esta caja con el logo de la empresa que sponsorea el letrero y también el nombre del comercio.

En cuanto a los letreros frontales que deben dejar libres 50 cm del lado del lindero, recordó que se

puede colocar un revestimiento de hasta 8 cm. de saliente, el cual no será considerado parte del letrero, y que este revestimiento puede ser del material del letrero y continuar con el mismo color.

Respecto de las marquesinas también dio algunas características a tomar en cuenta. Por un lado sugirió que todas tengan techo y cielorraso, y también que el techo debe tener ya sea caída libre para favorecer la evacuación de agua en los días de lluvia, o de lo contrario un sistema de drenaje para evitar que se acumule agua sobre su techo.

Señaló también que serán considerados con el nombre de "uso" aquellos letreros que sólo aportan información como por ejemplo la cruz de las farmacias, los letreros de los cajeros automáticos (Link, Moderbank, Banelco, etc.) cotización del dólar (sin el nombre de la casa de cambio o del banco). Estos letreros de las dimensiones acostumbradas no serán considerados como publicidad, permitiendo que en la misma fachada se pueda colocar otro letrero saliente con publicidad del local. ■

Readecuación de dispositivos publicitarios

Comunicación Nota N° 3/10 de la DGOEP BOCBA 3363, que dice:

"Se comunica a todos los sujetos responsables según el Art. 3 de la Ley 2936, es decir, a los anunciantes, agencias de publicidad, titulares de medios de difusión, industriales publicitarios e instaladores o matriculados publicitarios, la obligación de readecuar los frontales, salientes, toldos, marquesinas y demás dispositivos publicitarios regulados por la norma en cuestión a los nuevos requisitos establecidos. Dicha readecuación deberá realizarse dentro del plazo de 180 días desde la promulgación de la Ley. Dado que la misma ha sido publicada en el B.O. 3248 del 1° de Septiembre de 2009, los 180 días se cumplen el 1° de marzo de 2010. A partir de esa fecha, el Director General de Ordenamiento del Espacio Público, tendrá la facultad de disponer la caducidad automática de los permisos que hubieren sido otorgados de acuerdo a la normativa anterior."



Avanzar la reglamentación de la Ley que regula nuestra actividad

La Comisión de Paisaje Urbano en funcionamiento

Ha comenzado a sesionar la Comisión de Paisaje Urbano en el marco de la Nueva Ley de Publicidad de la Ciudad de Buenos Aires, si bien hasta el momento no han sido muchas las reuniones que se realizaron, estamos seguros de que este es el modo correcto de avanzar en la reglamentación de la Ley que regula nuestra actividad.

CAIL había centrado gran parte de sus esfuerzos en conseguir que esta Comisión comience a funcionar, incluso yendo a la Defensoría de Pueblo, que se expidió diciendo que comunicaría al Ministerio nuestro requerimiento, dándolo por válido.

Además este es el ámbito en el cual tratar las posibles modificaciones que pueden realizarse sobre la Ley de Publicidad, a fin de que sean llevadas a la Legislatura. Algunos de estos cambios propuestos son los letreros salientes para Hoteles (letreros salientes de mayores medidas) y marquesinas en teatros y cines con características especiales.

Asimismo, tal como dice la Ley la intervención y dictamen de la C. de P. U. serán obligatorios cuando:

- a. Surjan dudas respecto a la aplicación e interpretación de la presente ley y reglamento que se dicte, o en el trámite de las actuaciones relacionadas en la materia.
- b. Existan discrepancias de criterio entre distintas reparticiones, en un caso dado, con relación a las materias regladas por el presente ordenamiento.



- c. Sea necesario expedirse respecto de anuncios a instalarse en distritos en los que no se haya determinado el área disponible para publicidad. "

La Comisión también tiene facultades para aprobar proyectos y/o propuestas particulares previstas en la Ley como en el caso de las medianeras o las estructuras sobre terrazas que utilicen nuevas tecnologías, o los proyectos especiales que se presenten en la Zona de Puerto Madero o la llamada Isla Publicitaria, o sea la Av. 9 de Julio entre Av. Rivadavia y Av. Córdoba. ■

Seminario de postgrado en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo

CAIL organiza un Curso de Cartelería para diseñadores y arquitectos en la Universidad de Buenos Aires

CAIL estará organizando un curso de postgrado para diseñadores gráficos, diseñadores industriales y arquitectos que son los profesionales que habitualmente encargan la construcción de los letreros que serán instalados en las fachadas de los comercios.

Sabido es que estas carreras adolecen de los elementos técnicos y teóricos que vinculan el diseño y la arquitectura con la publicidad, no obstante lo cual estos profesionales muchas veces se ven en la necesidad de instalar letreros en los edificios y en los comercios. Por esta razón desde CAIL estamos organizando este curso para favorecer el conocimiento sobre todos los elementos y las tecnologías con que se cuentan al momento de desarrollar un letrero.

A través de este seminario de 6 clases, comenzaremos por el mismo diseño, siguiendo por las estructuras y posteriormente los tipos de tecnologías que hoy disponemos para concretar la realización de un letrero.

Una manera de valorar nuestra actividad, es fomentando el conocimiento entre aquellos profesionales que habitualmente trabajan en la antesala del desarrollo del letrero, sobre la importancia de los carteles, los materiales que pueden utilizarse, los elementos a tomar en cuenta y también sobre cómo encargar un letrero.



Para ello estamos organizando en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo este seminario de postgrado que comenzará a dictarse en el mes de junio, con clases teórico prácticas y que contará con el siguiente programa y disertantes:

Introducción y diseño: Horacio Bernadou y Paolo Bergomi

Los letreros y sus estructuras: Bernardo Rubio

Neón: Sergio Santos y Víctor Stefanoni

Impresión: Liliana Panighetto

Led: Daniel Carnaghi

Finalmente "El letrero completo": todos los disertantes y Néstor Nejamkis.

Mayor información, CAIL: 011-4958-3053

E-mail: secretaria@cail.org.ar