



## Lineamientos para la colocación de publicidad exterior en la Universidad de Costa Rica

### I. Definiciones y objetivo

#### I.1 Definiciones\*

**Anuncio:** Todo letrero, escritura, impreso, imagen generada por medios electrónicos, pintura, emblema, dibujo u otro medio publicitario, colocado sobre el terreno, estructura natural o artificial, cuyo propósito sea hacer cuyo propósito sea hacer una propaganda comercial o llamar la atención hacia un producto, artículo, marca de fábrica o hacia una actividad comercial o negocio, servicio, recreación profesión u ocupación domiciliaria que se ofrece, vende o lleva a cabo en un sitio distinto de aquel donde aparece tal anuncio.

**Rótulo:** Todo letrero, escritura, impreso, emblema, pintura, dibujo u otro medio cuyo propósito sea llamar la atención sobre algún producto o actividad que se ofrezca o se elabore en el mismo sitio donde éste se encuentre ubicado.

**Stand:** Estructura independiente realizada en vinil con varios soportes metálicos o plásticos instalados sobre una base.

**Valla:** toda estructura especialmente construida y diseñada para hacer publicidad exterior y que anuncia productos o servicios que no necesariamente se compran, venden o producen en el mismo sitio donde se encuentra instalada.

**Personal responsable:** Funcionario o estudiante de la Universidad de Costa Rica, encargado de coordinar la actividad en la que se utilizará publicidad exterior.



**Visibilidad:** Efecto de percepción y distancia necesarios para que el conductor de un vehículo pueda circular por una vía sin peligro de accidentes.

**Vista Panorámica:** Lugar en el cual, por su particular ubicación, prepondera la naturaleza en un ángulo de visión específico.

-----

*\*Outdoor Advertising Association of América, INC. Y Reglamento Ley de Administración Vial, Ministerio de Obras Públicas y Transportes.*

## I.2 Objetivo

Proteger la infraestructura y preservar el paisaje universitario de la contaminación visual y ambiental con motivo de la colocación de publicidad exterior en la Universidad de Costa Rica.

## I.3 Lineamientos

1. Las vías y calles son bienes pertenecientes a la Universidad de Costa Rica sobre los cuales no se podrá alegar derecho alguno, por lo que su ocupación es prohibida sin autorización de la Universidad de Costa Rica, quien podrá otorgar permisos temporales de ocupación dentro de los terrenos universitarios para la colocación de publicidad exterior.
2. Para todos los efectos la Oficina de Divulgación, será la instancia rectora que autorizará, fiscalizará y regulará, la instalación, sustitución, traslado y exhibición de todo tipo de anuncios, rótulos, vallas y cualquier clase de publicidad exterior en



terrenos de la Universidad de Costa Rica, con el fin de salvaguardar la seguridad, la visibilidad, la perspectiva panorámica, el ornato y el medio ambiente.

**3.** En el caso de la colocación de publicidad exterior en las Sedes Regionales, Recintos, Institutos y Centro de Investigación y Fincas Experimentales, corresponderá al Director respectivo la potestad de autorizar y fiscalizar los permisos respectivos, de acuerdo con los presentes lineamientos.

**4.** El permiso para la colocación de publicidad exterior en las instalaciones o terrenos de la Universidad de Costa Rica, se registrará por el siguiente procedimiento:

**a.** La solicitud deberá hacerse en forma escrita dirigida al Director (a) de la Oficina de Divulgación, o a los Directores citados en el punto 3 de los presentes lineamientos, con al menos quince días anteriores a la fecha de la actividad que requiere la colocación de la publicidad exterior. No se autorizará, bajo ningún término, solicitudes extemporáneas y queda terminantemente prohibido colocar publicidad sin contar con la debida autorización y fiscalización.

**b.** La solicitud deberá contener la siguiente información:

- i. Actividad (es) en la (s) que se utilizará la publicidad exterior.
- ii. El tipo de publicidad exterior que se utilizará.
- iii. El (los) producto(s) o servicio (s) que se promocionará (n) con la publicidad exterior.
- iv. Lugar donde se propone ubicar la publicidad exterior.
- v. Tiempo que permanecerá expuesta la publicidad exterior.
- vi. Razones que motivaron la colocación de la publicidad exterior.



vii. Firma, teléfono y lugar de trabajo del funcionario y/o estudiante responsable de la actividad.

c. La Oficina de Divulgación contará con cinco días hábiles para responder, a partir de la fecha de recepción de la solicitud escrita.

d. El tiempo de exposición de la publicidad exterior no podrá exceder de quince días naturales antes y después de realizada la actividad.

#### **I.4 Normas**

a) Las estructuras publicitarias no podrá exceder el límite fijado en el punto 1.4.d de los presentes lineamientos. En cuanto a la condición de exposición de la publicidad comercial deberá ser de forma discreta (que se denote como una publicidad cuyo fin es ofrecer información para los usuarios de las sedes universitarias).

b) El tamaño máximo de cada estructura debe ser de 1.2 x 2.00 metros.

c) El nivel de calidad de los materiales para la confección de las vallas, rótulos u otros elementos publicitarios, deberán de contar con una condición que se adapte al entorno ecológico, arquitectónico y paisajístico de las diferentes sedes universitarias.

d) Con respecto a la colocación, ésta deberá guardar igualmente los aspectos de conservación ambiental en estricto apego a las condiciones agrarias, de ornato y



ambiente. Lo anterior con la finalidad de no causar un perjuicio a los distintos escenarios naturales y arquitectónicos.

e) El lugar en donde se ubicó la publicad externa deberá quedar en las condiciones que poseía antes de la colocación de la valla, rótulo o anuncio. Cualquier deterioro, daño o perjuicio al patrimonio institucional será responsabilidad de la persona encargada de la actividad para la cual se extiende el permiso.

## **I.5 Prohibiciones**

Queda absolutamente prohibido colocar anuncios publicitarios en las siguientes condiciones:

a) Rótulos y anuncios en secciones que por la topografía del terreno y de acuerdo con los criterios técnicos puedan afectar la seguridad vial, la visibilidad, la perspectiva panorámica, el ornato y el medio ambiente.

b) En fundamento del anterior inciso se prohíbe la colocación de estructuras publicitarias cerca de intersecciones, cruces viales o peatonales, rotondas u otros elementos viales que por las condiciones para conductores y peatones se transformen en un eventual peligro.

c) Se tendrá como retiro mínimo de los elementos viales antes citados las medidas de quince metros, dicha medida únicamente puede ser variada por la Oficina de Divulgación con la debida justificación técnica y legal del caso.

d) Los que utilicen formas similares a señales viales o semáforos que sean tendientes a constituirse en una confusión para los conductores y peatones.



**e)** Los que en su contenido, mensaje o impresión contravengan los valores institucionales y las buenas costumbres, así mismo la publicidad de cigarrillos y bebidas alcohólicas.

**f)** Quedan prohibidas las exhibiciones de manteados u otra modalidad de publicidad comercial adosada a paredes o sujeta de estructuras, únicamente se permitirán anuncios informativos para el estudiantado y funcionarios universitarios.

**g)** Se prohíbe la colocación de tableros o paletas publicitarias tipo “MUPI” dentro de las calles o aceras de la Universidad de Costa Rica.

**h)** No se permitirá la colocación de publicidad exterior sujeta a ningún tipo de árbol que se encuentre dentro de los terrenos de la Universidad de Costa Rica, asimismo, la colocación de pines de hierro en las zonas verdes.