

Mendiolaza 19 de Setiembre de 2018.-

ORDENANZA
PUBLICIDAD EXTERIOR

VISTO

La necesidad de regular normativas referentes a la publicidad exterior o visible desde el espacio público.

CONSIDERANDO

Que la Ciudad de Mendiolaza se está desarrollando con una explosión comercial de formas marcadas y diferentes en distintas zonas dentro del ejido municipal.

Que es deber del Estado Municipal regular las condiciones de la actividad publicitaria exterior, como la protección de áreas con valores naturales y/o culturales; asegurando el equilibrio de la distribución de la cartelera comercial.

Que es necesario esta regulación para que no proliferen elementos publicitarios y publicidades que entorpezcan la normal circulación y visibilidad de peatones y vehículos en la vida cotidiana de los vecinos de Mendiolaza y quienes transitan por nuestra Ciudad.

Que a esos fines se consultó a profesionales especialistas en la materia y también el proyecto estuvo en debate en reuniones de Comisión del Concejo Deliberante donde participaron vecinos y miembros de Comisiones Vecinales de la Ciudad.

Que es atribución de este Cuerpo de acuerdo al art. 30) inc. 30) de la Ley Orgánica Municipal N° 8102.

POR ELLO

EL CONCEJO DELIBERANTE DE MENDIOLAZA
SANCIONA CON FUERZA DE ORDENANZA N° 810 / 2018

TÍTULO I
DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

Artículo 1.- La presente Ordenanza tiene por objetivo:

1. Regular las condiciones de la actividad publicitaria exterior, con el fin de proteger, promover y mejorar los valores del paisaje urbano y de la imagen de la Ciudad de Mendiolaza.
2. Asegurar el equilibrio en la distribución de la cartelera comercial en el territorio del Radio Municipal.

3. Proteger áreas con valores naturales y/o culturales como asimismo, los sitios de interés natural, paisajístico, histórico o turístico, a los fines del uso legítimo de los mismos.

Artículo 2°.- Quedan sometidas a las disposiciones de esta ordenanza toda actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad objeto de la presente. Quedan exceptuadas de los términos de la misma, la actividad publicitaria que esté específicamente regulada.

Artículo 3°.- La AUTORIDAD DE APLICACIÓN de la presente Ordenanza es la Oficina de Industria y Comercio, o la que en el futuro la reemplace.

Artículo 4°.- A los fines del cumplimiento de esta Ordenanza corresponde a la AUTORIDAD DE APLICACIÓN sin perjuicio de lo previsto expresamente por la mismo, lo siguiente:

- a) Velar por el cumplimiento de los objetivos y disposiciones normativas de esta Ordenanza ejerciendo el poder de policía en la materia.
- b) Evaluar la aplicación de este instrumento jurídico, sugiriendo las reglamentaciones y/o modificaciones que considerare necesarias o convenientes.
- c) Coordinar las tareas con las distintas dependencias de la Municipalidad con el fin de facilitar un adecuado cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta Ordenanza.

Artículo 5°.- Sujetos responsables. Los sujetos de la actividad publicitaria, a los fines de este ordenamiento son:

- a) **Anunciantes:** Personas físicas o jurídicas que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realizan por sí o con intervención de una agencia de publicidad, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.
- b) **Agencias de Publicidad:** Personas físicas o jurídicas que toman a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir propaganda o anuncios comerciales, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con ese objeto.
- c) **Titular del medio de difusión:** Persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes que incluyan o no publicidad, por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes del anuncio de su propiedad e instalados en lugares que expresamente ha seleccionado al efecto.
- d) **Industrial publicitario:** Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, instala o de cualquier otra forma realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria.
- e) **Instalador o matriculado publicitario:** Persona física o jurídica, inscripto en el Registro de Instalador o Matriculado Publicitario.

Artículo 6°.- Los sujetos de la actividad publicitaria son solidariamente responsables por toda violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria, referente a la instalación, habilitación, autorización del anuncio y del mantenimiento en perfecto estado de seguridad, limpieza, y pintura.

TÍTULO II TIPOS DE PUBLICIDAD

CAPÍTULO I DEFINICIONES

Artículo 7°.- Definiciones referidas a los tipos de publicidad

Tipos de publicidad. Se clasifican en:

7.1. Según el **CONTENIDO**, la **UBICACIÓN** y la **PERMANENCIA**.

7.1.a.- Anuncio: Toda imagen, leyenda, inscripción, signo, símbolo, dibujo y/o emisión luminosa, que pueda ser percibido en o desde el espacio público y realizado o no con fines comerciales.

7.1.b.- Aviso: Anuncio publicitario colocado en un sitio y/o local donde no se desarrolla el comercio, industria y/o profesión y/o no se expenden los productos o no se prestan los servicios publicitados.

7.1.c.- Letrero: Anuncio colocado en el mismo sitio y/o local donde se desarrolla la actividad, comercio, industria y/o profesión y que publicita exclusivamente la misma.

7.1.d.- Ocasional: Letrero que corresponde a una actividad circunstancial: remate, venta o locación de inmuebles, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías, y eventos temporales.

7.1.e.- Combinado: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria y/o profesión y que publicita simultáneamente dicha actividad y a productos y servicios que expenden o prestan en dicho local.

Queda exceptuada de tal definición la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados para el ejercicio del comercio, referida a productos o servicios que en los mismos se ofrecen o venden.

7.2 Según el **TIPO** de emplazamiento del soporte:

7.2.a.- Frontal: Planos o superficies adosados a la fachada, paralelo a la línea municipal, o de ochava, o de retiro obligatorio.

7.2.b.- Saliente: Planos o superficies que se ubican perpendicularmente a la fachada, a la línea municipal o de retiro obligatorio.

7.2.c.- Toldos: Cubierta no transitable, fija, móvil y/o rebatible

7.2.d.- Murales sobre Medianera: Son los planos dispuestos sobre muros medianeros.

7.2.e.- Estructura independiente: Son los planos cuya sujeción se realiza mediante uno o dos soportes aislados y que se ubican separados de las edificaciones.

7.2.f.-Columnas: Soporte vertical de gran altura constituida por un tubo de acero que sostiene avisos publicitarios, de característica aislada (sin arrimar a los muros), y en interior de predios.

7.2.g.-Vallas: planos que se ubican sobre los cerramientos de obra (barreras de obra) cuando existe un permiso de construcción aprobado. Elemento destinado a la fijación de afiches.

7.2.h.-Marquesinas: Cubierta fija y no transitable, que puede conformar o no, un cajón de doble techo y que puede llevar anuncios en sus caras. Se desprenden del plano de fachada del edificio en más de 0,5m (distancia tomada entre el plano de la estructura y el plano de fachada de la edificación). **No puede tener soportes de apoyo sobre la acera.**

7.2.i.-Tótem: Son estructuras independientes de proporción preferentemente vertical, generalmente ubicados a partir del nivel del piso terminado, que constituyen en sí mismos el elemento de propaganda.

7.2.j.-Adhesivos: Son los elementos de propaganda que se adhieren a las superficies vidriadas.

7.2.k.-Sonoros: aquellos anuncios donde la transmisión del mensaje se realiza a través de señales acústicas.

7.2.l.-Pasacalles: elemento confeccionado con franjas de tela o lonas que se exponen en diversos lugares como: vías, postes, columnas, muros.

7.2.m.-Pizarras: elemento sobre el cual se puede dibujar o escribir con una tiza o con un rotulador que pueda borrarse de forma sencilla y son portátiles.

7.2.n.-Letreros ocasionales: aquellos anuncios que tienen un periodo de tiempo acotado. Pueden ser rígidos o de lona con marco fijo.

7.2.o.-Pantallas Display: Anuncios reproducidos a través imágenes en Pantallas Digitales, Tv, Led o similar.

7.3. Según sus **CARACTERÍSTICAS:**

7.3.a.-Afiches: Anuncio impreso en papel, vinilo o cualquier otro sustrato que se utilice a tales efectos y tenga por finalidad ser fijado en cartelera;

7.3.b.-Iluminado: Anuncio que recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas, instaladas exprofeso delante, atrás, arriba, abajo, a uno o ambos costados del mismo.

7.3.c.-Luminoso: Anuncio que emite luz propia porque el mensaje publicitario, texto y/o imagen está formado por elementos luminosos o porque consiste en una lámina translúcida o transparente, iluminada por detrás de la cara visible, que es el soporte del mensaje, texto o imagen publicitaria.

7.3.d.-Animado: Anuncio que produce sensación de movimiento(no pantallas display) por articulación de sus partes y/o por efecto de luces, medios mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.

7.3.e.-Móvil: Anuncio fijado en transporte público de pasajeros: colectivos, micros, automóviles de alquiler con taxímetro o transportes privados de empresas de servicios.

7.3.f.-Electrónico: Anuncio que funciona mediante la aplicación de circuitos electrónicos, para emitir, captar y reproducir mensajes e imágenes.

7.3.g.-Mixto: Anuncio que reúne más de una de las características enunciadas.

7.3.h.-Simple: Anuncio que no reúne ni adiciona ninguna de las características señaladas en los incisos precedentes.

Artículo 8º.- Definiciones referidas a la zonificación

8.a.-Zona corredores: Se definen como zonas corredores a aquellas superficies de configuración lineal que afectan las parcelas y o manzanas con frente a determinadas vías de comunicación de la estructura regional y local, cuyos usos predominantes son comercios, equipamientos y/o servicios, de acuerdo a la zona que atraviesan o al rol de la vía que acompañan.

8.b.-Zona industrial: Se definen como zonas industriales a aquellas superficies destinadas fundamentalmente al asentamiento de usos de los suelos industriales o asimilables.

8.c.-Zona urbana residencial: Se definen como zonas de uso residencial a aquellas superficies cuyo uso predominante es la "habitación", delimitadas con el fin de garantizar y preservar condiciones óptimas de habitabilidad, con vivienda unifamiliar y multifamiliar y complemento de usos comerciales y servicios de escala menor.

CAPÍTULO II CONDICIONES DE INSTALACIÓN

Artículo 9º.- Condiciones de instalación: Según grafico adjunto como ANEXO I que forma parte integrante de la presente

9.1.- Frontales

Los anuncios deben instalarse paralelos al plano de fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. La separación máxima permitida es de 0,20 m. (cero/20 metros).
2. El ancho máximo permitido es de 0,30 m. (cero/30 metros).
3. La altura del dispositivo máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros). El dispositivo debe respetar la distancia de 0,25 m. (cero/25 metros) de los linderos.
4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros).
5. Pueden ser simples, iluminados o luminosos. En caso de ser iluminado, los brazos de iluminación no podrán afectar a los inmuebles linderos;
6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente.
7. En caso de ser colocados en forma vertical, tendrá un máximo de hasta 3,00 ms de alto, hasta 1,10 m de ancho y hasta 0,20 m de saliente. Sin embargo no podrá superar la altura del edificio.

9.2.- Salientes

Los anuncios salientes son aquellos ubicados perpendicularmente al plano de la fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. La saliente máxima permitida es de 1.50 m. (uno/50 metros).
2. La altura máxima permitida del dispositivo es de 1.00m. (un metro).
3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 m. (dos/50 metros.) medidos desde el nivel de la acera.
4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos.
5. Pueden ser simples o luminosos .En caso de ser luminosos deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (uno/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial o establecimientos de atención de la salud.
6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso.

9.3.- Toldos

Se permite exclusivamente la publicidad referente al nombre del establecimiento en la falda de los toldos fijos, móviles y/o rebatibles que pueden instalarse y deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. En toldos enrollados o plegables el plano publicitario estará conformado únicamente por la superficie de la cubierta.
2. Los toldos deberán ubicarse por encima de los 2,20 metros del nivel de vereda.
3. La saliente máxima sobre la vereda será de 2.00m. No podrá ocupar una franja de 1.00m paralela al cordón de vereda destinada a mobiliario urbano. No podrá poseer ningún elemento de sostén fuera de los colocados sobre la línea municipal.
4. Las telas suspendidas en los toldos se recogerán hacia el muro de la fachada y en caso de tener faldones estos también respetaran la altura mínima de 2,20 ms.
5. La cubierta de los toldos deberán ser de tela o lona vinílica o similar, no pudiendo utilizarse ningún elemento rígido tales como chapas o maderas.
6. Sólo se autorizarán toldos rebatientes en voladizo, sin largueros ni soportes verticales.

9.4.- Murales Sobre Medianeras

Los anuncios publicitarios en medianeras deben ajustarse a las siguientes condiciones:

1. Los anuncios en medianeras deben ser en lona y colocarse con un soporte publicitario debidamente acabado y pintado.
2. Tendrá un área máxima de 2,50 m² y deberá separarse de los límites del muro divisorio una distancia mínima de 0,30 m medidos a partir de la acera y plano de fachada. Los mismos se ubicarán paralelos al muro divisorio, no pudiendo en ningún caso separarse más de 0,20 m del mismo. En ningún caso podrán pintarse directamente sobre la mampostería.
3. En todos los casos tendrá un alto máximo de 0,80 m. El mismo podrá ubicarse en caso de existir un frontal en fachada, a continuación del mismo, cumpliendo la altura del límite inferior a 2,20 m sobre acera. En caso de muro divisorio la altura del límite inferior deberá ser no menor a 0,30 m.

4. Cuando el muro soporte sea texturado (ladrillo visto, etc.), el elemento de propaganda deberá adecuarse a dicha terminación, respetando su imagen a través del diseño o transparencia del elemento a utilizar. Cuando se trate de muros lisos, deberán tener un acabado/color uniforme, y armonizar con el del edificio.
5. El elemento de publicidad y propaganda no podrá sobresalir del perfil del edificio.
6. El instalador deberá mantener las condiciones del muro que sustenta el elemento publicitario sin posibles patologías producto de la existencia del elemento publicitario y los permisarios deberán mantener dicho muro pintado de un tono neutro y uniforme de acuerdo al diseño del edificio soporte. El incumplimiento de estas condiciones será causal de la revocación del permiso.

9.5.- Estructura Independiente:

Los elementos publicitarios Independientes (soporte tradicional excluye pantallas display) deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Deberán respetar una superficie menor o igual a 12 m².
2. Sólo podrán colocarse dentro de la propiedad y paralelos a la vía pública, pudiendo inclinarse como máximo 20°; y a una distancia no menor a la altura total medido desde la línea Municipal y medianeras.
3. El plano límite superior del elemento de publicidad será menor o igual a 7,00 metros medidos desde el nivel natural del predio. La altura del elemento de publicidad no podrá superar los 3,00 metros. El ancho del elemento de publicidad será menor o igual a 4,00 metros.
4. La estructura deberá tener un tratamiento uniforme y que contribuya en el diseño del elemento de publicidad, debiendo asegurar el sostén del elemento de publicidad.

9.6.- Columnas Publicitarias

Las COLUMNAS PUBLICITARIAS sólo pueden ser emplazadas en interior de predios deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Pueden tener dos fases publicitarias.
2. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 50 m² (cincuenta metros cuadrados) según la zona.
3. La altura máxima permitida para la columna es de 10 m. (diez metros) medidos desde el nivel del terreno.
4. El anuncio publicitario no puede comenzar, sin excepción, antes de los 3 m. (tres metros) medidos desde el nivel del terreno.
5. Se debe dar adecuada seguridad y terminación a su empotramiento, embaldosado, alisado, parquizado.
6. Las columnas deben ser de sección circular y deben estar protegidas por tratamiento anticorrosivo y de terminación adecuada.
7. Se admite el emplazamiento de una (01) columna de sección circular por predio.
8. Quedan prohibidas las columnas publicitarias en la trama urbana.

9.7.- Vallas

Las vallas publicitarias emplazadas sobre frentes de obras nuevas, obras de refacción y/o remodelación de fachadas deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Este tipo de anuncio es exclusivamente de carácter temporal y requiere para la tramitación del permiso la presentación del proyecto de obra específico adaptado al edificio y a su entorno.
2. Deben cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como límite la altura 3,00 metros. Estos soportes se encuentran condicionados al permiso o aviso de obra correspondiente.
3. Deben ser de características simples y/o iluminados.
4. A los efectos impositivos tributan como aviso frontal.
5. Deben ajustarse a lo indicado en la Ley Nacional de Higiene y Seguridad, sus anexos y reglamentación y al Código de Edificación.
6. En ningún caso pueden impedir la visión de los letreros reglamentarios exigidos por el Código de la Edificación.
7. No pueden instalarse en terrenos baldíos.
8. Los soportes publicitarios deben instalarse adosados al cierre reglamentario
9. Deberán ser retirados obligatoriamente al obtener el final de obra correspondiente.

9.8.- Marquesinas.

Las marquesinas deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Se deberá ubicar por encima de los 3 metros medidos desde el nivel de la acera. Cuando exista balcón en el piso superior se podrá ubicar a partir de los 2,50 metros. La saliente máxima para los dispositivos instalados a partir de los 3 metros será de 1,30 metro. Para aquellos instalados a partir de los 2,50 metros su saliente no podrá superar la línea del balcón.
2. Pueden ser simples, iluminadas, luminosas, mixto y electrónicas.
3. La superficie publicitaria no debe superar el 50 por ciento de la superficie total de cada cara.

9.9.- Tótem

Los tótems emplazados en el interior de predios deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Deberá emplazarse dentro del retiro frontal, dentro del espacio delimitado por la línea municipal y la línea de edificación cuando el mismo se encuentre afectado por retiros.
2. El tótem tendrá una altura máxima de 3,50m. La base podrá ser cuadrada siendo su lado menor o igual a 0,45m, triangular de lado menor o igual a 0,65m, circular de diámetro menor o igual a 0,50m o un rectangular donde el lado menor no supere los 0,50m y el lado mayor no supere 1,00 m. Este último caso tendrá el lado menor paralelo a la calle que enfrenta. En cualquier caso, la forma podrá estar inscrita dentro del volumen máximo de cada uno.

3. Dentro del volumen definido anteriormente, se podrá instalar un elemento sostenido por uno o dos apoyos. En ningún caso podrá sobresalir de la línea de la parcela.
4. Este tipo de elementos de publicidad y propaganda se admite solamente en predios afectados por retiros.

9.10.- Adhesivos

Los adhesivos publicitarios deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Son los elementos de propaganda que se adhieren a las superficies vidriadas.
2. Estos podrán ser transparencias o pegotines. Ambos deberán colocarse sólo sobre las superficies vidriadas no pudiendo superar el 50% de la misma, en cualquiera de los casos, o 100% si es con adhesivo microperforado que permita la visión desde el interior hacia el exterior. La superficie de publicidad se considerará como el área en que se inscribe la totalidad del mensaje y gráficos.
3. Transparencias. Dejarán pasar la iluminación y no obstaculizarán la visión hacia el interior del local.
4. Pegotines. Estos elementos de publicidad y propaganda deberán colocarse concentrados en un sector del plano soporte conformando una unidad.

9.11.- Anuncio Publicitario Sonoro

9.11.1.- Vehículos terrestres con finalidad exclusiva de publicidad sonora (con motor) deben cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Se autorizará la realización de publicidad y propaganda en vehículos con motor, acondicionados con esa exclusiva finalidad; circulando y estacionados en la vía pública.
- b) Dichos vehículos no podrán contar con acoplados y estarán autorizados a circular y estacionar en todas las vías de tránsito.
- c) La circulación y estacionamiento de estos vehículos en la vía pública será restringido y se autorizará únicamente en los horarios de 9:00 a 13:00 horas y de 17:30 a 20:00 horas, por periodos de hasta 30 minutos.
- d) Las unidades se deberán estacionar de manera de no obstaculizar señales viales, señalética, ni la visión de paletas publicitarias fijas autorizadas y a una distancia mayor a 80 mts. entre vehículos de publicidad móvil.
- e) La circulación deberá hacerse respetando todas las reglamentaciones de tránsito vigentes, en especial en cuanto a velocidad mínima y condiciones de seguridad.

9.11.2.- Vehículos aéreos con finalidad de publicidad sonora deben cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Deberán funcionar sólo en el horario de 9:00 a 13:00hs y de 17:30 a 20:00hs

9.12.- Pasacalles

No son permitidos Pasacalles de ningún tipo dentro de todo el ejido de la Ciudad de Mendiolaza.-

9.13.- Pizarras

Las pizarras (carteles removibles) ubicadas sólo en la vereda frente a los comercios, deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Podrán ubicarse sólo sobre veredas de ancho mayor o igual a 2.50 mts. (dos metros con cincuenta centímetros)
2. Deberán tener un ancho máximo 0.70m. (cero setenta metros) y una altura máxima de 1.40m. (un metro con cuarenta centímetros).
3. Podrán ubicarse sólo sobre la vereda (no ochavas), inmediato al cordón de la vereda no pudiendo invadir el espacio de ésta destinado al tránsito peatonal como así tampoco invadir más de 1.00 (un metro) desde el cordón de la vereda.
4. No podrán ubicarse en otros espacios públicos, canteros, plazas, parques.

9.14.- Letreros Ocasionales

Los letreros ocasionales deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Deberá ser frontal con una superficie máxima de 2 m² (dos metros cuadrados).
2. Se admite un elemento por unidad funcional del inmueble.

9,15.- Pantallas Display

No son permitidas pantallas display de ningún tipo para publicidad exterior dentro de todo el ejido de la Ciudad de Mendiolaza.-

CAPÍTULO III ZONIFICACIÓN

10.- ZONIFICACIÓN. La actividad publicitaria se rige conforme a los CORREDORES y ZONAS establecidos para la presente norma, según el grafico adjunto que forma parte integrante de la presente ordenanza.

10.1.- C1: calle SAN JOSÉ DE CALASANZ y calle LAS MERCEDES

Características: CORREDOR URBANO CONSOLIDADO con uso residencial y con renovación de uso comercial de pequeña escala por tramos. Heterogeneidad en todo su recorrido en usos y en tipo de ESPACIO PÚBLICO (veredas, calle, retiros). Corredor con un alto valor paisajístico.

- a) **Admite** la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales; salientes; en toldos, marquesinas, vallas, adhesivos, sonoros, pizarras.
- c) Pueden ser simples, iluminados.

10.2.- C2: AV. MARTIN TISSERA

Características: CORREDOR URBANO CONSOLIDADO con uso mixto residencial y comercial de pequeña y mediana escala. Con alto porcentaje de consolidación del uso comercial.

Homogeneidad por tramos en todo su tramo en usos y en tipo de ESPACIO PÚBLICO (veredas, calle, retiros)

- a) **Admite** la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales; salientes; en toldos, murales sobre medianera, marquesinas, vallas, tótem, adhesivos, sonoros, pizarras.
- c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos, móvil, electrónicos, animados o mixto.

10.3.- C3: RUTA INTERMUNICIPAL OSCAR CRUZADO

Características: CORREDOR REGIONAL – intermunicipal consolidación con uso mixto (residencial – comercial) y en proceso de consolidación por tramos con el uso comercial de pequeña y mediana escala según el tramo y su perfil (con colectoras, sin colectoras) - Heterogeneidad en todo su recorrido en usos y en tipo de ESPACIO PÚBLICO (veredas, calle, retiros)

- a) **Admite** la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales; salientes; en toldos, columnas de hasta 25m² de superficie publicitaria, marquesinas, vallas, tótem, adhesivos, sonoros, pizarras.
- c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos, móvil, electrónicos, animados o mixto.

10.4.- C4: RUTA PROVINCIAL E-53

Características: CORREDOR REGIONAL - se encuentra en proceso de consolidación por tramos con el uso residencial de baja densidad y con el uso comercial de mediana y gran escala.

- a) **Admite** la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.
- b) Pueden ser frontales; salientes; en toldos, estructuras independientes, columnas de hasta 50m² de superficie publicitaria, tótem, vallas.
- c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos o mixto.

En un todo de acuerdo a la Ley Nacional de Tránsito y Seguridad Vial N° 24.449, y su Resolución N° 533/98 que reglamenta la publicidad en la red nacional de caminos, el presente inciso reglamenta las condiciones de instalación y características de la publicidad en las áreas lindantes a vías de tránsito rápido, determinada como **C4: RUTA PROVINCIAL E-53** en la presente norma.

De la norma:

- A) Las estructuras publicitarias deben guardar una distancia mínima de 200 m. (doscientos metros) entre sí. Sólo se permiten carteles de publicidad estática.
- B) Se permiten carteles simples, luminosos, iluminados, no electrónicos ni animados.

C) En cuanto al mensaje publicitario se admite la exteriorización de frases cortas publicitarias (máximo 15 palabras, cualquiera sea el tamaño de la letra utilizada), logotipo, marca o imagen que comprenda al producto.

D) Sólo está permitido la utilización, tanto en la estructura publicitaria de sostén como en el cartel publicitario de pinturas, tintas y elementos mate que eviten todo tipo de reflejo.

E) Cada cartel publicitario debe contar con una estructura de sostén adecuada a dicho fin, la que debe garantizar la absorción de los esfuerzos bajo cualquier tipo de condiciones climáticas. La misma debe contar con bases de fundaciones adecuadas a las tensiones soportadas. En estas vías sólo se admite la colocación de los siguientes tipos de soportes publicitarios: estructura portante publicitaria sobre techo, azotea y/o terraza y columnas. Las estructuras mencionadas deberán cumplimentar los requisitos mencionados en el Artículo 20. F) En todos los casos los anuncios publicitarios pueden ser simples o doble faz,

G) La superficie publicitaria máxima permitida por faz es de 60 m² (sesenta metros cuadrados).

H) Será de aplicación las prohibiciones absolutas enumeradas en el artículo 3° de la Resolución 533/98 de la Dirección Nacional de Vialidad (B.O 04/06/98) y las prohibiciones respecto al tipo de elementos enunciados en el punto 4° de la misma norma.

10.5.- ZI: ZONA INDUSTRIAL

Características: Zonas destinadas al uso industrial exclusiva delimitada según ordenanza 649/2014

a) **Admite** la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos.

b) Pueden ser frontales; salientes, estructuras independientes, columnas de hasta 50m² de superficie publicitaria, tótem, vallas.

c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos, móvil, electrónicos o mixto.

10.6.- ZUR: ZONA URBANA RESIDENCIAL

Características: Zonas destinadas al uso residencial exclusiva con viviendas individuales de baja densidad y altura limitada.

a) Admite la instalación de letreros; letreros ocasionales.

b) Pueden ser frontales; salientes,

c) Pueden ser simples, iluminados.

CAPÍTULO IV DE LAS PROHIBICIONES

11.- Publicidad no autorizada - De las prohibiciones.

11.1.- Un anuncio no debe:

- a) Atentar contra la dignidad de las personas y/ o vulnerar los derechos y garantías reconocidos en la Constitución Nacional. En caso de verificarse tal publicidad, la autoridad de aplicación debe ordenar el retiro inmediato de la

misma, sin perjuicio de las sanciones que pudieran corresponder a los responsables de la misma.

- b) Afectar la calidad ambiental por ninguno de los siguientes motivos:
 - 1. El brillo de sus luces o frecuencia en su encendido.
 - 2. Producir ruidos y/o sonidos molestos, de acuerdo con lo establecido en Ord. 270/2000.
- c) Contravenir las disposiciones contenidas en las normas de tránsito vigentes y su reglamentación.
- d) Perjudicar la visibilidad de la nomenclatura de calles y caminos, señales de tránsito u otras advertencias de interés general.

11.2.- Quedan prohibidos los elementos publicitarios en los lugares que se indican a continuación:

- a) Fuentes, estatuas, monumentos y otras expresiones artísticas, templos y edificios públicos. A los efectos de la prohibición establecida en el presente inciso quedan comprendidas las veredas perimetrales.
- b) Plazoletas, parques, paseos, boulevares y terrenos públicos, sin perjuicio de lo normado en la presente. A los efectos de la prohibición establecida en este inciso quedan comprendidas las aceras perimetrales.
- c) Postes de señalización de tránsito y de paradas de vehículos de pasajeros, las columnas de alumbrado y los árboles, y todo otro elemento no habilitado expresamente a tal efecto ubicado en los espacios públicos. Excepto propaganda política del TIPO Letreros Ocasionales, usado para campañas electorales municipales, provinciales y nacionales, con permiso de la Autoridad de Aplicación y por un plazo máximo de 60 días; y con la obligación del retiro al finalizar el plazo.
- d) El solado de las aceras y el pavimento de la calle.
- e) Las señales viales y/o sus estructuras portantes.
- f) Cuando obstruyan la visual en la zona de seguridad de esquina, definida por la prolongación de las líneas de ochava.
- g) Los que afecten la visual de las señales viales y semáforos.
- h) La instalación de carteles y todo tipo de publicidad institucional, comercial y política en parques, plazas y espacios verdes públicos, salvo las que están sujetas al sistema de padrinazgo

11.3.- Quedan prohibidos los siguientes tipos de anuncios:

- a) La realización de publicidad mediante carteles, pegatinas, etiquetas, vinilos u otros procedimientos similares fijada sobre paramentos de edificios, instalaciones, superficies traslúcidas, monumentos, obras públicas, alumbrado y/o cualquier otro servicio público.
- b) Los pasacalles, entendiéndose por tales a cualquier elemento que se coloque colgado o suspendido transversalmente o paralelos a la calzada y por encima de ella, en cualquiera de sus formas, fijado a cualquier elemento ubicado en la acera o en los edificios frentistas, contenga o no mensajes publicitarios.
- c) Los de cualquier naturaleza vinculada con servicios fúnebres y cementerios privados dentro de un radio menor de 150 m. (ciento cincuenta metros) de

hospitales, sanatorios y/o cualquier otro establecimiento público o privado donde se asisten enfermos.

- d) Los que reproduzcan señales o símbolos de uso vial con fines publicitarios.
- e) Los que utilicen como material lámina reflectora, siempre que impliquen un riesgo para el tránsito.
- f) Las columnas publicitarias u otros elementos publicitarios no autorizados, destinados a ser emplazados en la vía pública, salvo los elementos correspondientes al mobiliario urbano y los regulados por la presente norma.
- g) Los exhibidores, entendiéndose por tales los artefactos especiales de cualquier tipo o forma, que incluyan leyendas publicitarias, contengan o no mercaderías, y que se encuentren instalados en la vía pública.
- h) La colocación de balizas de todo tipo ubicadas sobre anuncios, exceptuándose las exigidas por los organismos de control de aviación.
- i) La denominada pegatina libre.

12.- Características de los soportes publicitarios.

El diseño y las características constructivas de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deben reunir las condiciones de seguridad y calidad precisas para la función a la que se destinen, debiendo cumplimentar la Norma CIRSOC.

TÍTULO III PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADOS EN SUELO DE DOMINIO PÚBLICO

13.- Publicidad en dominio público.

- a) Toda publicidad que utilice soportes situados en suelo de dominio público, con excepción de los elementos expresamente regulados por esta norma, debe ser objeto de licitación pública conforme con el régimen de Contrataciones vigente y queda sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.
- b) Sólo la Autoridad de Aplicación podrá instalar y/o autorizar publicidades oficiales y propaganda oficial en soportes de propiedad estatal, instalados o a instalar en espacios públicos.

14.- Permisos especiales.

La autoridad de aplicación puede permitir la utilización del equipamiento público como soporte divulgativo o informativo de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo y/o sanitario de singular importancia estipulando su duración.

TÍTULO IV RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS PERMISOS

CAPÍTULO I PROCEDIMIENTO PARA PERMISOS

15.- Iniciación.

El procedimiento de tramitación del permiso de publicidad se inicia mediante presentación de solicitud que debe contener los datos exigidos en cuanto a identificación, domicilio y matrícula publicitaria del interesado, lugar de ubicación del o de los anuncios, particularidades (clasificación, tipo y características), superficie, fecha y firma del mismo.

16.- Documentación.

Junto con la solicitud del permiso, se debe presentar una memoria explicativa, en la que se deben exponer todos los datos relativos al desarrollo de la actividad, forma de transmisión del mensaje publicitario, condiciones técnicas, dimensiones, emplazamiento, y demás características de la actividad publicitaria y se debe aportar, en su caso, los permisos y/o autorizaciones que sean necesarios a requerimiento de la Autoridad de aplicación.

17.- Tramitación.

El procedimiento de otorgamiento de permiso para el desarrollo de actividades publicitarias contempladas en la presente Ordenanza, se ajusta a los siguientes trámites:

- a) La solicitud acompañada de la documentación prevista para cada caso en los artículos anteriores, se debe presentar en la Mesa de Entrada.
- b) La oficina receptora dispone de un plazo de veinte (20) días hábiles para examinar la solicitud y la documentación aportada, y en su caso formular requerimiento al interesado para que subsane los defectos de la documentación o acompañe la que siendo preceptiva, no se haya presentado, otorgándole para ello un plazo de diez (10) días hábiles con advertencia que si no lo hiciera se le tendrá por desistido de su petición.
- c) A efectos del cómputo de los plazos de tramitación, se considera iniciado el expediente en la fecha de entrada de la documentación completa en la mesa de entradas del órgano competente para su tramitación.
- d) La resolución del órgano competente debe producirse en un plazo no superior a sesenta (60) días hábiles, contado desde el día siguiente de iniciado el expediente.
- e) Para el caso de publicidad sobre vallas provisorias en obras y en terrenos baldíos, la autoridad de aplicación receptorá la documentación pertinente la cual revestirá carácter de declaración jurada y de cumplimentarse los requisitos requeridos queda aprobada al momento de su presentación.

- f) Para los anuncios que demanden estructuras especiales de sostén y/o instalaciones mecánicas eléctricas de alta tensión, se exige plano de acuerdo a las normas contenidas en el Código de la Edificación. El plano respectivo debe contar con la firma de instalador matriculado de primera categoría y la del industrial publicitario.
- g) Compromiso firmado de asumir el mantenimiento de las condiciones de la instalación durante la vigencia del permiso, en caso de otorgarse, el que reviste carácter de declaración jurada.
- h) Para el caso particular de las columnas debe acompañarse el estudio de suelos respectivo firmado por profesional competente.
- i) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 cm. por 15 cm. (diez centímetros por quince centímetros) y soporte digital JPG de forma que permita su perfecta identificación.
- j) Permiso del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres (03) meses.
- k) Fotocopia del permiso o aviso de obra para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse obras.
- l) Alineación oficial si la instalación pretende ubicarse en una parcela u obra.
- m) Fotocopia autenticada de la matrícula publicitaria.
- n) Póliza de seguro de responsabilidad civil o certificado emitido por compañía aseguradora que cubra los posibles daños a personas o cosas durante el montaje, permanencia y desmonte de la instalación publicitaria.

18.- PERMISOS

18.1.- Permiso para frontales, salientes, toldos y marquesinas.

Cuando la actuación publicitaria consista en un frontal, saliente, toldo, o marquesina, puede tramitarse conjuntamente con el permiso de obra o de habilitación de la actividad del local. Si se solicita autónomamente la instalación de un frontal, saliente, toldo o marquesina, dicha solicitud se tramita según el procedimiento previsto en los artículos anteriores

18.2.- Permisos Especiales.

Excepcionalmente, el Departamento Ejecutivo, y bajo razones debidamente fundadas, previo informe favorable de la autoridad de aplicación, podrá autorizar anuncios publicitarios que no respondan a las características de los tipos previstos en la presente ordenanza, siempre que cumplan con los requisitos y prohibiciones generales establecidos en la misma, y por un plazo determinado, siempre ad referendum del HCD.

18.3.- Cambios del Mensaje Publicitario.

Los cambios en el mensaje publicitario de los anuncios visuales con permiso vigente, no requerirán de nueva autorización, salvo que el mismo hubiese sido condición esencial para su otorgamiento.

18.4.- No requerirán permiso municipal pero sus titulares deberán comunicar a la Municipalidad sobre su instalación, los siguientes avisos de publicidad:

- a) Los exigidos por la legislación vigente municipal, provincial o nacional.
- b) Los que indiquen una advertencia de interés público, de no más de un metro cuadrado de superficie.
- c) Las placas de tamaño tipo donde consten solamente nombre y especialidad de profesionales.
- d) Los letreros pintados o colocados en puertas, ventanas que no superen el metro cuadrado de superficie
- e) Los letreros indicadores de farmacias de turno, según las normas vigentes, siempre que no contengan publicidad de productos.
- f) Los transparentes situados en los teatros, cines, centros culturales, academias de artes o educativas y clubes.

Los letreros exceptuados deberán reunir el resto de los recaudos, en lo pertinente, fijados por la presente ordenanza.

CAPÍTULO II OTRAS DISPOSICIONES SOBRE LOS PERMISOS

19.- Seguro de responsabilidad civil.

Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera permiso de obra, el titular debe antes de retirar el permiso, presentar comprobante de pago del mismo y de la póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmonte de la instalación publicitaria.

20.- Identificación de la instalación.

Los propietarios, los titulares de las instalaciones publicitarias y el industrial publicitario, tienen la obligación de identificar los soportes a cuyo efecto deben colocar en lugar visible: el número de expediente que identifique el correspondiente permiso, la identificación de los sujetos responsables y su correspondiente matrícula publicitaria.

21.- Registro de Anuncios Publicitarios.

La autoridad aplicación llevará un registro de los anuncios publicitarios permitidos.

Los Anuncios Publicitarios serán registrados mediante la asignación de un número de matrícula, que haga referencia a la tipología del anuncio, el número de orden y el año de registración.

Aquellos anuncios que por su naturaleza o tipo no puedan o no convengan ser matriculados por el sistema del párrafo anterior, tales como los anuncios sonoros, los anuncios humanos y los volantes, las pizarras, los letreros ocasionales, serán registrados mediante el sistema de Folio Personal, a nombre de quien resulte responsable de los mismos.

22.- Registro de Publicistas y Fabricantes- Instaladores.

La Autoridad de Aplicación llevará un registro especial de Publicistas y Fabricantes-Instaladores. La inscripción previa en este registro será condición ineludible para el ejercicio de las actividades vinculadas a lo que es objeto de la presente Ordenanza. Publicistas o Empresa Publicitaria, es toda persona física o jurídica con fines de lucro, dedicada a la difusión o propaganda requerida por los anunciantes mediante Anuncios Publicitarios. Puede ser fabricante - instalador. Fabricante – Instalador es toda persona física o jurídica que fabrica e instala anuncios publicitarios por encargo de anunciantes o publicistas.

CAPÍTULO III PLAZOS DE VIGENCIA DE LOS PERMISOS

23.- Plazos.

El plazo de vigencia de las autorizaciones para instalaciones publicitarias reguladas en esta ordenanza es de dos (02) años desde la fecha de su otorgamiento. Los plazos de vigencia de los permisos para instalaciones o actividades de carácter temporal son: a) vallas: seis (06) meses prorrogables por igual período. b) Ocasionales: tres (03) meses prorrogables por igual período.

24.- Caducidad de los Permisos.

Los permisos caducarán automáticamente al vencimiento del plazo por el cual hubiesen sido concedidos, salvo que mediare un pedido de renovación en trámite.

25.- Caducidad Anticipada.

Se producirá la caducidad anticipada de los permisos como consecuencia de su revocación dispuesta por la Autoridad de Aplicación, cuando los anuncios no se ajusten a las condiciones tenidas en cuenta para su otorgamiento, o no se hallaren en buen estado de conservación, o el anuncio hubiere quedado en infracción como consecuencia de hechos que cambien el entorno de localización en sus características paisajísticas o funcionales, por la falta de seguro en los casos que sea obligatorio, o por cualquier reformulación urbanística dispuesta por el Departamento Ejecutivo Municipal respecto de la zona donde se encuentren los anuncios.

26.- Prórroga del permiso.

Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de treinta (30) días hábiles a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG. Las mismas deben ser acreditadas mediante inspección in situ por parte de la Autoridad de Aplicación
- b) Certificado de profesional competente donde se testifique que la instalación se ajusta al permiso concedido y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o dispuesto en el permiso.

- c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para el otorgamiento del permiso. En el supuesto que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias, no puede entenderse concedida la prórroga hasta que se compruebe que aquellas han sido corregidas. En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la autorización queda automáticamente sin vigencia.

CAPÍTULO IV CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN.

27.- Deber de conservación.

Los sujetos responsables de las instalaciones publicitarias de acuerdo a lo establecido en el Artículo 5º deben mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos y obras precisas para el cumplimiento de tales fines.

28.- Orden de ejecución.

La autoridad de aplicación puede ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias, la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior. A estos efectos, la autoridad de aplicación concede al titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre ocho (08) y quince (15) días hábiles, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizarlas en dichos plazos, en cuyo caso la autoridad de aplicación podrá conceder un plazo mayor. El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilita a la municipalidad a adoptar cualquiera de estas medidas:

- a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.
- b) Imposición de las sanciones previstas. Sin perjuicio de lo previsto en los apartados anteriores, cuando el órgano competente aprecie la existencia de un peligro grave o inminente para la seguridad de personas o bienes, puede adoptar las medidas que estime oportunas para evitarlo sin necesidad de resolución administrativa previa.

TÍTULO V REGIMEN SANCIONATORIO CAPÍTULO I PROCEDIMIENTO ESPECIAL DE INFRACCIONES.

29.- Comprobada una infracción a las disposiciones de esta norma o aquellas que resulten de aplicación, la autoridad de aplicación procede de la siguiente manera:

- 1) Se labra acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor de diez (10) días hábiles.

2) Ante el incumplimiento de lo intimado y vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para disponer el retiro inmediato del anuncio y sus estructuras de soporte, procediendo a su secuestro y pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario.

3) La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentre instalado el anuncio en contravención.

4) En caso de techos, azoteas y terrazas y predios baldíos se procederá a la clausura.

5) Si la infracción no fuere susceptible de ser corregida, en razón de mediar impedimento de zonificación o cualquier otra circunstancia reglamentaria insalvable:

- a) Se labra el acta de comprobación correspondiente.
- b) Se dispone el retiro inmediato del anuncio, medida que ejecutará la repartición que corresponda, pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario.
- c) La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentra instalado el anuncio.

30.- Los elementos secuestrados pueden ser devueltos a sus dueños a solicitud de los mismos. Si la autoridad administrativa facultada para sancionar la falta se hubiere expedido de manera favorable al administrado, éste no deberá pagar los gastos ocasionados por el retiro, traslado y depósito. En caso contrario, el administrado deberá pagar dichos gastos para poder retirar los elementos secuestrados.

31.- En los casos de anuncios que afecten la seguridad del tránsito, se encuentren prohibidos por las normas vigentes, atenten contra la moral y las buenas costumbres, ofrezcan peligrosidad por su estado de deterioro o sus responsables no exhiban el comprobante de vigencia de la póliza de seguros, en todos los casos:

- a) Se labra el acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor a diez (10) días hábiles.
- b) Se dispone su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación.
- c) Ante el incumplimiento de lo intimado y/o vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para proceder de igual manera que la establecida en el Artículo 29.- de la presente norma.
- d) En los casos de las carteleras porta afiche y afiches colocados en infracción, se dispondrá su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación.

CAPÍTULO II

FALTAS Y SANCIONES

32.- Los distintos sujetos de la actividad publicitaria serán pasibles de acuerdo a la gravedad o reiteración de las infracciones en las que incurrieren a la suspensión en el uso de la matrícula, lo cual implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto la pena aplicada sea cumplida o haya desaparecido la causa que la motivó. Se consideran infracciones las acciones y omisiones que contravengan la presente norma.

33.- Prohibiciones en Publicidad

33.1.- Vía Pública: Quién instale o haga instalar carteles, fije o haga fijar afiches, pegotinas en la vía pública en lugares no habilitados, o sin el permiso correspondiente, y/o sobre publicidad habilitada, es sancionado con multa desde 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium y decomiso de los carteles, afiches según corresponda. Cuando se trate de una persona, empresa u organización que lo realice como actividad lucrativa, es sancionado con multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium, y decomiso de los carteles, afiches y/o pasacalles.

33.2.- Carteles: El titular o responsable de un establecimiento o inmueble que coloque carteles, telones u objetos similares sin contar con el permiso correspondiente, es sancionado con multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium, el decomiso del cartel, telón u objeto similar o clausura.

33.3.- Daño Al Espacio Público: El titular y/o responsable de una actividad, emprendimiento, proyecto y/o programa publicitario que cause un deterioro de los espacios públicos o de sus instalaciones y/o elementos, sean muebles o inmuebles o impidan su utilización por otra u otras personas serán sancionados con multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium

33.4.- Alteración Del Paisaje: El titular y/o responsable de una actividad, emprendimiento, proyecto y/o programa destinados al ejercicio de la actividad publicitaria que produzcan una alteración del paisaje urbano mediante la modificación irreversible y/o alteración de elementos naturales y/o arquitectónicos serán sancionados con multa de 100 hasta 2500 litros de Nafta Premium

33.5.- Falsedad Documental: El responsable de la ocultación, manipulación y/o falsedad de los datos y/o documentación aportados para la tramitación del permiso para la colocación del medio publicitario, falseando y/u omitiendo datos, es sancionado con multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium

33.6.- Reiteración: El incumplimiento reiterado en el mismo año fiscal, de los requerimientos formulados por la Administración en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria y/o las condiciones de la instalación es sancionado con multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium

33.7. Carencia De Permisos: La realización de actividades publicitarias sin contar con los permisos y/o contraviniendo las condiciones de los otorgados a partir de la sanción de la presente norma, es sancionado con una multa de 50 hasta 2500 litros de Nafta Premium

TÍTULO VI

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

34.- A los sesenta (60) días de promulgada la presente ordenanza, caducan todos los permisos que se hubieren otorgado para la realización de anuncios publicitarios mediante afiches y anuncios publicitarios fijados en marcos carteleras emplazadas sobre muros exteriores, en cerco de terrenos baldíos y en vallas de obras. Debiendo sus titulares proceder a su regularización de acuerdo a la presente norma.

35.- Los titulares de soportes y/o publicidades exteriores o visibles desde el espacio público, deberán adecuar los mismos a lo regulado por esta norma, dentro del plazo de seis (6) meses contados desde la promulgación de la presente Ordenanza.

36.- Quienes no cumplan con los términos y plazos fijados en los artículos precedentes, serán pasibles de la sanción pertinente de acuerdo a lo estipulado en el Capítulo II Art. 32 y 33 de la presente, y el decomiso de los anuncios de publicidad y los elementos fijados.

37.- Establécese el pago de la tasa de Industria y Comercio; de acuerdo al tipo de soporte y característica de publicidad según lo establecido en Ord. Tarifaria vigente.

Dada en la Sala del Concejo Deliberante de Mendiolaza en Sesión Ordinaria de fecha 19 de Setiembre de 2018.-

Miriam ABT
Secretaria HCD

Sergio Argüello
Presidente HCD