Publicidad y Propaganda

ORDENANZA Nº 35004

SANCIONADA: 19.12.2012

PROMULGADA: 26.12.2012

PUBLICADA: 15.12.2012

(Texto ordenando con las modificaciones introducidas por Ordenanza Nº 36212)

ARTICULO 1°.- Objeto: La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a que deberá sujetarse la actividad publicitaria y promocional instalada o efectuada en el dominio público municipal de la ciudad de Concordia, o perceptible desde el mismo

ARTICULO 2°.- Ámbito de aplicación: las disposiciones de la presente ordenanza serán aplicables a toda la actividad publicitaria y promocional que se realice en la vía publica y/o que sea susceptible de ser percibida directamente desde la misma (inclusive en rutas provinciales y nacionales), o que trascienda, a esta, en todo el territorio de la Municipalidad de Concordia desde ahora publicidad exterior.

ARTICULO 3°.- Definición: A los efectos de la presente ordenanza, se entiende por publicidad exterior a toda acción encaminada a difundir entre el público el conocimiento de la existencia de una actividad política, sindical, cultural, profesional, deportiva, económica o de productos marcas y servicios que se ofrezcan al consumo.

Se entiende por anuncio publicitario con o sin estructura de soporte , a toda leyenda, inscripción, dibujo, colores identifica torios , imagen, objetos, figuras, símbolos , logotipo, isótopo, emisión de sonido o música y todo otro elemento similar, cuyo fin sea la difusión pública de productos, marcas, eventos, actividades, empresas, realizado o no con fines comerciales, incluyendo a:

a) Anuncio

a.l) Anuncios del titular colocados en el mismo local del comercio, industria, evento o actividad.

a.2) Anuncios ocasionales (letreros correspondiente a remate, venta, locación, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías y/o eventos temporales de no más de noventa días de duración).

a.3) Anuncios frontales. (Paralelos a la línea municipal o de ochava).

a.4) Anuncios salientes de línea municipal.

a.5) Anuncios en medianera. (Decorado sobre muro mediante)

a.6) Anuncios iluminados.(los que reciben luz artificialmente mediante fuentes luminosas internas o externas instaladas a tal efecto delante, detrás o aun lado del anuncio).

b.7) Anuncios luminosos. (Emiten luz propia cuyo mensaje o imagen están formadas con elementos luminosos de gas de neón y/o similares).

a.8) Anuncios animados. (Producen sensación de movimiento, por la articulación de sus partes por efectos de luces).

a.9) Anuncios en aleros y marquesinas.

a.10) Anuncios sonoros, realizados mediante voz humana u otro medio audible, reproducidos ya sea electrónicamente, usando micrófonos, amplificados; altavoces, etc.

a.11) Anuncios móviles, trasladables por medio humano, mecánico

y/o cualquier otro.

a.12) Anuncios en vallas provisorias y andamios.

a.13) Anuncios suspendidos y/o remolcados en el espacio aéreo por globos dirigibles, aviones, etc.

a.14} Anuncios en quioscos de venta de periódicos y bebidas.

b) Afiches pintados o impresos en papel para ser fijados en pantalla o cartelera publicitaria.

c) Volantes, impresos en papel para ser distribuidos en mano. Reparto personal o individualizado de propaganda escrita, Oral o megafónica.

d) Publicidad efectuada por promotores/as en la vía pública.

e) Carteleras destinadas a la fijación de afiches y pantallas con proyección de anuncios publicitarios.

f) Estructuras de sostén. (Instalaciones portantes de los anuncios y de las carteleras)

g) Estructuras portantes publicitarias sobre terrazas, predios privados o públicos.

h) Parantes fijos, exclusivos para publicidad, en la vía pública, sin avanzar sobre la calzada.

i) Toldos. (Cubiertos impermeables no transitables, contraídos con fines publicitarios, no pudiendo conformar un cajón de doble techo, los cuales podrán llevar anuncios pintados sobre sus caras).

j) Colocación de rótulos, carteleras o placas en las fachadas, puertas, lonas o toldos de edificios o establecimientos.

k) Paramentos. (Cualquiera de los muros exteriores que conforman un edificio).

l) Columnas publicitarias emplazadas en predios privados o públicos.

m) Letreros colocados en la fachada, integrando parte de esta ya sea en alto o bajo relieve, esculpidos o de cualquier otra forma.

n) Utilización de carteleras publicitarias instaladas en:

n.l)- Lugares especialmente autorizados a este fin por el municipio.

n.2)- Fachadas, medianeras o azoteas de los inmuebles de propiedad privada.

n.3)- Valla de protección en obras particulares en construcción o Anuncios en vallados de predios baldíos.

n.4)- Vallas de protección instaladas en obras públicas.

n.5)- Vallas de ciudad o carretera.

n.6)- Edificios u otras construcciones Municipales de servicio público.

ñ) Relojes publicitarlos indicadores de temperatura, humedad, horario y anuncios electrónicos, de efectos cambiables dentro del área disponible para publicidad. Tableros informativos (displays), relojes, termómetros u otros soportes para información ciudadana.

Pantallas de cine.

o) Mesas y sillas con o sin sombrillas anunciando actividades comerciales, profesionales y/o de servicios de entidades o empresas con o sin fines de lucro.

p) Pasacalles extendidos y/o colgados sobre la calzada. (especiales y temporarios)

q) Toda otra manifestación que indique la promoción y/o difusión de cualquier actividad que persiga o no fines de lucro, cualquiera sean los medios utilizados.

r) Utilización de carteleras publicitarias instaladas en lugares especialmente autorizados a este fin por el municipio.

s) Vehículos de servicio público (Autobuses, microbuses) o privados portadores de carteleras o anuncios (coches publicitarios, taxis y/o Marquesinas de medios de transporte público.

t) Estaciones del ferrocarril.

u) Aeropuertos.

v) Centros comerciales, hipermercados, supermercados, recintos.

ARTICULO 4°.- Finalidad: La presente ordenanza tiene como finalidad la de proteger el ambiente urbano contra la polución visual y sonora, preservando el paisaje natural y el patrimonio edilicio a la vez de tornarlo en un espacio seguro para el desarrollo da la vida.

TITULO II

PERMISO. AUTORIZACIÓN. BASE IMPONIBLE

ARTICULO 5°.- Permiso previo: Toda forma de publicidad exterior a que se refieren los artículos precedentes requiere permiso Municipal previo, el que será otorgado por autoridad competente y estarán afectadas a los pagos contemplados en la ordenanza tributaria municipal. Será condición necesaria para el permiso que el solicitante o aquel que se beneficie directamente de la publicidad y el titular del inmueble estén sin deudas con el Municipio.

ARTICULO 6º.- Permiso. Plazos: El permiso para la instalación de todo anuncio publicitario será otorgado por un plazo no mayor a 2 años. El mismo podrá ser renovado mediante pedido expreso del interesado con una antelación no mayor a 30 días anteriores a su vencimiento y siempre que reuniera las condiciones conforme a las cuales hubiese sido concedido Y se adecue a la normativa vigente.

ARTICULO 7º.- Caducidad de los plazos: Los permisos caducaran automáticamente al vencimiento del plazo por el cual hubieran sido concedidos, salvo que mediare un

Pedido de renovación en trámite.

Se producirá la caducidad anticipada de los permisos como consecuencia de su renovación 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.

Será condición necesaria para dar de baja un comercio, la correspondiente baja de los elementos publicitarios y el retiro de los mismos por parte del contribuyente interesado en el trámite.

ARTICULO 8° Registración: La autoridad de aplicación llevara un registro de los anuncios publicitarios permitidos, en base a los principios, técnicas Y pautas establecidos por la presente ordenanza y lo que al respecto establezca la reglamentación que dicte el departamento ejecutivo municipal.

ARTICULO 9° Contenido del Registro: Deberá contener:

a) Nombre y domicilio del titular del permiso.

b) DNI.

c) Identificación catastral de ubicación.

d) a, b, y c, actualizados a la fecha de presentación.

e) Proyecto de la publicidad a realizar con toda la documentación gráfica y explicativa.

f) En caso de transmitirse pedido de permiso para instalación de un aviso, se deberá acompañar una manifestación escrita del propietario del inmueble o del locatario (según corresponda), autorizando su colocación.

ARTICUL0 10º.- Certificado: La autoridad competente extenderá un certificado del permiso al titular como constancia del mismo.

ARTICULO 11º.- Base Imponible

11.1- La superficie de los anuncios en fachadas, será la resultante del cálculo obtenido de un rectángulo regular cuya base será el ancho de la

Fachada y la altura de 0,70cm.

11.2- Los marcos, armazones o cualquier otro dispositivo en que se exhiban los anuncios que estén unidos a estos, se considerarán formando parte de los mismos a los efectos de determinar sus superficie.

En aquellos anuncios que requieran una estructura de sostén especial, la superficie de ésta no se considerará a los efectos en conjunto salvo que allí existan medios publicitarios.

11.3- La superficie de las Vallas publicitarias que serán regladas según normativa correspondiente.

11.4- La superficie de los Soportes publicitarios destinados por el Municipio que serán regladas según

normativa correspondiente.

11.5- La superficie de los Toldos publicitarias que serán regladas según normativa correspondiente.

11.6- La superficie de Placas de anuncios de profesionales que serán regladas según normativa correspondiente.

11.7- y así sucesivamente de cada una de las modalidades enunciadas en el Art. 3 de esta Ordenanza.

ARTICULO 12°.- Todo lo regulado en esta Ordenanza referido a la promoción de bebidas alcohólicas y/o tabacos sufrirán un incremento del 500% sobre los montos fijados en la Ordenanza Tributaria Anual.

ARTICULO 13°.- Forma de Pago y modalidad.

Forma de Pago: Mediante ingreso monetario a cuenta bancaria del Municipio.

Modalidad: Los Derechos de Publicidad Y Propaganda se devengarán según los valores respectivos a las zonas especificadas en el Titulo V, art. 18, de esta Ordenanza y enunciados en la Ordenanza Tributaria Anual.

Los pagos se realizaran de la siguiente manera:

a) Canon de 1° colocación a sola paga.

b) Tasa anual con vencimientos bimestrales.

ARTÍCULO 14°.- Exenciones.

Quedarán exentos al pago de las tasas establecidas en la presente Ordenanza:

a) Las que realice la autoridad pública.

b) Las instituciones a que hace referencia los incisos b); c); d) y e) del Articulo 98 parte Especial del Código Tributario Vigente.

c) Los pintados, rotulados o imágenes en vidrieras o vitrinas de negocios que se limiten a señalar el nombre de su propietario o de comercio, su actividad, dirección, etc., y los que se limiten a anuncia la venta de mercaderías de expendio, los precios corrientes o rebajados por "liquidación", "balance", etc. Siempre que la superficie total no supere el metro cuadrado, y sean de carácter temporal (no más de 5 semanas).

d) Aquellas que promuevan campañas de bien común o de utilidad pública. "Los letreros indicadores de turnos de farmacias"

ARTICULO 15º.- Admisiones en Servicios Públicos

Solo se admitiría que las instalaciones destinadas a prestar servicios públicos en las vías públicas de la ciudad puedan servir de elemento sustentador de actividades publicitarias en:

a) Nomencladores callejeros, especialmente establecidos sobre soportes propios, instalados por la empresa concesionaria. El municipio fijará en cada caso en el correspondiente pliego las condiciones mínimas que deban reunir los letreros, rotuladores de las vías públicas para asegurar su perfecta

visibilidad, su lineamiento del diseño y el material.

b) papeleras/cestos.

c) Transporte público

d) Instalación de tableros informativos (displays), relojes, termómetros u otros soportes para información ciudadana.

En ninguno de los casos expuestos se permitirá la conexión de las instalaciones a la red de alumbrado público o semafórico, de conformidad con lo dispuesto en el reglamento Electrotécnico para Baja Tensión y Reglamento de Verificaciones Eléctricas.

Los pliegos con arreglos a los cuales se concedan dichas instalaciones en la vía pública determinarán, además de sus dimensiones, lugares en que haya que instalarse y restantes condiciones que en cada caso procedan, los porcentajes de reserva de espacio que deberán quedar a disposición del Municipio para los avisos o anuncios que estimare conveniente.

También podrán instalarse carteles en los refugios, marquesinas y postes de paradas de autobuses, previa licencia en la que se determinarán las mismas características y condiciones a que se refiere el párrafo anterior.

Con independencia de lo preceptuado en los números anteriores de este artículo, se podrá autorizar, con carácter excepcional y temporalmente limitado, la utilización de las instalaciones de cualquier servicio público Municipal para sustentar elementos publicitarios referentes a acontecimiento o actividades ciudadanas de gran relieve, tales como ferias, congresos, salones, exposiciones, juegos o campeonatos deportivos de notoria importancia u otros similares, siempre que no disminuyen peligrosamente sus condiciones de estabilidad.

ARTICULO 16º.- Los anuncios en quioscos de periódicos o de bebidas se regirán por lo que dispongan los respectivos pliegos de condiciones de la concesión administrativa por el uso privativo de bienes de dominio publico.

ARTICULO 17º.- Ningún tipo de Admisión

1-No se autorizaran en ningún caso aquellas actividades publicitarias que por su objeto, forma o contenido sean contrarias a las leyes.

2- Tampoco se autorizarán:

1- La colocación de rótulos, carteles o placas que por su forma, color, dibujo o inscripciones puedan inducir a confusión con las señales reglamentarias de tráfico, impidan su visibilidad o produzcan deslumbramiento a los conductores de vehículos.

3- Los anuncios reflectantes que provoquen efectos similares a los del apartado anterior.

4- Los constituidos por materiales combustibles en zonas forestales o de abundante vegetación.

TITULO III

CLASIFICACION

ARTICULO 18° Clasificación según su emplazamiento: Las formas de publicidad o propaganda que se permiten en el municipio se clasifican según su emplazamiento en:

a) El espacio público: son todas aquellas que se emplacen y ocupen espacios pertenecientes a él o en áreas afectadas a utilidad publica, sea en su superficie o en su altura.

b) En propiedad privada: En el espacio aéreo, sobre la edificación retirada de la fachada; en la fachada hacia los espacios públicos (calles, plazas, etc.,) que son parte del espacio público con usufructo privado.

c) Puntos Especiales: Son los espacios destinados por la Municipalidad para instalación publicitaria. Pueden ser con soportes específicos instalados por el municipio y otros sin soportes propios señalados en el PGOU

ARTICULO 19°.- Clasificación General. Las formas publicitarias y/o promociónales se clasifican en:

1) Cartel: Soporte escrito o grafico que indica conceptos, numeraciones, leyendas, nombres, productos, servicios o domicilios pueden ser opacos, luminosos o iluminados y tener carácter de permanente uso transitorio. Según su ubicación, los letreros solo pueden ser:

1. a} Adosados: aquellos cuya estructura está sobrepuesta a los muros de las fachadas de las edificaciones, kioscos, vidrieras o marquesinas.

l. b) Sobre torres: aquellas situadas en elementos estructurales, postes o pilares sobre el cual va ubicado un letrero que pueda ser sobrepuesto, de manera fija o giratoria.

1. c) Planches: aquellas estructuras metálicas que van adosadas de modo perpendicular a un muro y que sobresalen al espacio público.

l. d) Palomas: letrero de dos caras conformado por una estructura doble que se apoya mutuamente, también conocidas como letreros tipo a.

1. e) Exhibidores: los colocados en vidrieras que se perciben desde el espacio público y que corresponden a productos que se expenden en el local o que se refieren a servicios que se prestan.

1. f) Placas de anuncio de profesionales, adheridas en fachadas.

2) Afiche: anuncio impreso en papel, bajo cualquier modalidad, para ser fijado en, pantalla, vallas o carteleras.

3) Pizarrón: anuncio transitorio ubicado sobre la fachada de un local.

4) Marquesinas: son aquellos elementos sobresalientes que forman una especie de cobertizo sobre la acera.

5) Logotipos publicitarios: elemento tridimensional que por su forma, colorido o leyenda identifica un producto, institución o comercio.

6) Toldos o quitasoles: pabellones de cubiertas de tela u otro material similar, que se tiende para hacer sombra, sobre los cuales va pintada, impresa o bordada una leyenda o símbolo.

7) Ambulantes: son aquellos que se exhiben pintados, adosados o transportados en vehículos.

8) Folletos: elemento informativo, grafico y/o escrito que se distribuye masivamente.

9) Megáfonos o altoparlantes: toda difusión dada a conocer por medio dé todo tipo de ruidos sonoros.

10) Audiovisuales: son aquellos que pueden ser exhibidos en pantallas permanentes o transitorias.

11) Gigantismos corpóreos: Reproducciones a escala que pueden ser macizos o inflables.

ARTICULO 20º.- Clasificación según permanencia:

Según el tiempo de permanencia, los avisos de publicidad y/o propaganda se clasifican en:

-Avises de carácter temporal

-Avisas de carácter permanente

Los avisos de propaganda de carácter temporal solo se aceptaran si se realizan por los siguientes medios y se observan las siguientes condiciones:

a) Avisos sueltos: aquella propaganda que se realiza a través de volantes o tarjetas impresas. La distribución solo se hará de persona a persona y bajo ninguna circunstancia se permitirá su distribución desde vehículos terrestres o mediante otros sistemas que atenten contra el aseo e higiene del municipio.

b) Carteles de construcción: son los que indican la obra de que se trata, los profesionales responsables, quien la financia, la empresa constructora, proveedores y/o promotores. Tales avisos deberán ubicarse en el interior del predio o en el cierre exterior, con excepción de aquellos que correspondan a obras ejecutas por el sector público, que podrán ser emplazados en bienes nacionales de uso público. Deben ser retirados al momento de conclusión de la obra.

c) Avisos de promoción o venta: son aquellos que indican la ubicación, precio y otras características de una construcción con el objeto de promover su venta o arriendo. Tales avisos deberán ubicarse en el interior del predio, en el antejardín de la propiedad. Los permisos se otorgaran por seis meses renovables por igual periodo.

TITULO IV

REQUISITOS Y PROHIBICIONES

ARTICULO 21°.-Requisitos.

Los anuncios publicitarios deberán:

a) Respetar las normas de seguridad y salubridad públicas, así como las normas morales y culturales.

b) Respetar el espacio público. Se deberá impedir cualquier tipo de invasión sobre la acera (vereda) o como se denomine al espacio que va desde el comienzo de la calzada hasta la línea de edificación.

c) Queda expresamente excluida de los alcances de la presente ordenanza cualquier tipo de invasión sobre la calzada.

d) Los avisos de productos nocivos o de riesgo para la salud, tales como cigarrillos, bebidas alcohólicas y todo aquel que por sugerencias de los organismos pertinentes disponga el departamento ejecutivo municipal, deberán incluir un texto explicativo de los efectos que produzca la ingesta o consumo de los mismos. (=)

e) Para la instalación de anuncios publicitarios visuales en predios privados con edificación, deberá cumplimentarse con los siguientes recaudos:

e.1 - que los inmuebles en cuestión que registren deuda tributaria municipal, deberán, desde el comienzo de la acción publicitaria, destinar el 50% de los ingresos pautados al pago de la deuda tributaria.

e.2 - que en dicho inmueble se desarrolle actividad comercial, industrial o de servicio con la habilitación y la localización municipal correspondiente.

f) Para la instalación de anuncios publicitarios visuales en predios privados sin edificación (lotes baldíos), deberá cumplimentarse con los siguientes recaudos:

f.1- ídem inciso e.1.

f.2- deberá medir autorización expresa del propietario.

g) Los carteles de publicidad estática en campos deportivos de dominio público, deberán instalarse sobre un marco o bastidor que estará debidamente e forrado en un material que amortigüe el posible choque contra el mismo. La superficie será de tela o material similar

(Inastillable} que posibilitar la flexión ante cualquier tipo de golpe.

h) La presente disposición no rige para aquella publicidad que por su ubicación pudiera estar instalada sobre la estructura propia del estadio, fuera del campo de juego propiamente dicho. Rige la misma disposición de cartelería en actividades oficiales al aire libre.

ARTICULO 22°.- Prohibiciones Generales.

LOs anuncios publicitarios de los que trata la siguiente ordenanza, no podrán:

a) Ser contrarios a la ley, afectar la moral o las buenas costumbres, o ser discriminatorios.

b) Atentar contra la seguridad pública por sus características de construcción o colocación, o por el lugar de emplazamiento.

c) Provocar molestias que excedan de la normal tolerancia, por el reflejo o brillo de las luces, frecuencia de su encendido, ruidos o volúmenes excesivos.

d) Impedir u obstaculizar o de cualquier forma perjudicar el tránsito de vehículos o peatones.

e) Afectar la visibilidad de los componentes del patrimonio arquitectónico de la ciudad, como monumentos, estatuas, edificios de valor histórico/cultural y de los componentes del patrimonio natural con sus visuales de relevancia que conforman el paisaje urbano.

f) Impedir u obstaculizar la visibilidad de nomenclatura de las calles, semáforos, señales u otras advertencias públicas.

g) Afectar la armonía, unidad o composición de la edificación por su diseño, tamaño, forma de colocación o cantidad.

h) Obstruir la iluminación o ventilación.

i) Empotrarse, anclarse, soportarse o suspenderse de elementos salientes de las construcciones, tales como cornisas, molduras, ornamentos y todo otro elemento compositivo del plano de la fachada.

j) Hallarse deteriorados, en deficiente estado de conservación, o en condiciones distintas a las

consideradas por el órgano pertinente a su aprobación.

k) Impedir u obstaculizar el tránsito de peatones por cualquier tipo de invasión sobre la acera (vereda) o como se denomine al espacio que va desde el comienzo de la calzada hasta la línea de edificación.

l) Afectar la atención y la visibilidad, generando situaciones de inseguridad vial bajo cualquier tipo de invasión sobre la calzada.

ARTICULO 23º.- Prohibición de lugares de exhibición:

Queda prohibida toda clase de publicidad en:

a) Cementerios

b) Templos, escuelas, hospitales, sanatorios,

c) En los árboles de la vía pública.

d) En los postes o columnas públicas o privadas de manera permanente.

e) Carteles que crucen la calzada e invadan la vereda.

ARTICULO 24º.- Consideraciones especiales:

a) Facultase al departamento Ejecutivo a licitación pública, para el otorgamiento de sectores de parques, plazas, plazas secas y espacios verdes, por plazos no superiores a 4 años, con el fin de efectuar promoción publicitaria acorde con lo dispuesto en la presente ordenanza.

b) Los fondos obtenidos en el producido de la utilización con publicidad de los espacios verdes será ingresado a una cuenta especial cuyo único destino será financiar el mantenimiento y conservación de todos los parques, plazas, plazas secas y espacios verdes. A los fines indicados, el Departamento Ejecutivo, deberá establecer el coeficiente que le corresponderá a cada espacio verde, a los fines de distribuir los fondos existentes en la mencionada cuenta especial.

c) El espacio destinado a fines publicitarios de conformidad con las normas de esta ordenanza no podrán superar el dos por ciento (2%) del área total de espacio verde. La superficie a ocupar por dicho porcentaje será por módulos de (1) hectárea, los mismos no podrán estar unificados entre sí, estarán inscriptos en un rectángulo del lado 1/2 y no podrá superarlos diez (10) metros para elementos aéreos y los cinco (5) metros para pantallas. Las estructuras que se erijan no podrán superar más del veinte por ciento (20%) de la superficie autorizada, evitándosela formación de pantallas continuas.

c.1- En aquellos espacios verdes menores de una (1) hectárea se aplicara el inciso "a" de la presente ordenanza, o se podrá adoptar la operatoria de concurso de precios, u otra que garantice la transparencia de la adjudicación.

e) Los espacios a otorgar conforme lo dispuesto por la presente ordenanza excluirán de manera expresa el entorno especifico de los monumentos emplazados en el lugar.

e) Queda expresamente excluida de los alcances de la presente ordenanza, la publicidad referida al tabaco, bebidas alcohólicas, y toda otra que atente contra la salud, moral y buenas costumbres.

ARTICULO 25° Sobre el idioma:

La presente Ordenanza tiene por objeto regular el uso público de términos en idiomas extranjeros, para preservar el idioma nacional y evitar que se produzcan confusiones lingüísticas y discriminación.

a) Declarase obligatorio el uso del idioma castellano en todos los medios de comunicación masivos sobre los que la ciudad tiene competencia reguladora.

b) Siempre que se exhiba la correspondiente traducción al castellano, se permite el uso de idiomas extranjeros en los medios de comunicación, visual, gráfica y/o auditivos de carácter publicitario en la vía pública, en comercios y toda área de acceso público, o en cualquier, otro ámbito dispuesto a los mismos fines.

c) Quedan excluidos de la obligación de traducción aquellos términos que no tienen traducción precisa o que fueron incluidos en el diccionario de la Real Academia Española.

d) Podrán coexistir instrumentos de comunicación en idioma extranjero junto con la lengua castellana, siendo esta última ineludible.

e) Los elementos publicitarios referentes a la actividad turística y/u hotelera existente en el ámbito de la ciudad deben cumplir con la obligación impuesta en el inciso d.

f) Se deben aplicar sanciones pecuniarias, en caso de incumplimiento, de acuerdo a lo que disponga la reglamentación, pudiendo llegar a la clausura temporaria del Establecimiento.

g) La autoridad de aplicación deberá dar amplia difusión a los contenidos de la presente ordenanza.

TITULO V-

UBICACIÓN DE LOS AVISOS DE PROPAGANDA Y EXIGENCIAS ESPECÍFICAS

ARTICULO 26°.- Cualificación indicativa.

Para la aplicación de la tabla de valores, se determinan una cualificación indicativa en seis zonas del territorio. A saber:

1) Zona centralidades de la zona centro: Plazas, plazoletas, etc. y Av. Comerciales, delimitadas por: Humberto 1 al oeste, BV. San Lorenzo al norte, el limite Zona Ente Costanera y al sur Scattini/Libertad.

2) Zona Centro: delimitada por: Humberto 1, Bv. San Lorenzo, y las calles paralelas a 400 mts. De la costanera y en el sur Scattini y Libertad.

3) Zona Espacios Verdes y Públicos: de toda la ciudad.

4) Zona Ribera del Río Uruguay: La costanera de Concordia central: De la costanera -hasta las calles paralelas a 400 mts de la zona centro; Monseñor Rosch; Avenida Eva Perón; y Avenida Independencia hasta

Ruta 015.

5) Zona centralidad de los barrios (según el PGOU): Plazas, plazoletas, universidades, terminal de ómnibus y de trenes, etc., y Av. Comerciales: Tavella, Boulevard Ayuí, Presidente Illia, Boulevard San Lorenzo-Oeste-, Monseñor Rosch, Salto Uruguayo, Juan B. Justo, Av. Independencia.

6) Zona Barrios: Que esta fuera de La Concordia Central y de las propias centralidades barriales.

7) Zona Ente Costanera.

8} Zona autopistas: autovia 14; Miguel Huarte - Anibal Requena y Ruta Provincial 22.

ARTICULO 27°.- Establézcanse las siguientes instrucciones para la instalación de publicidad y propaganda en cada uno de los sectores definidos en el artículo precedente.

Zona 1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8.

a) El espacio destinado a publicidad comercial, ocupara una superficie máxima igual al ancho del vano por la altura de 50cm, y sobresalir de ese plano de fachada en un máximo de 20cm. de espesor.

b) La ubicación será bajo o sobre el dintel en el interior del vano (adosada a la fachada)

c) con material de plástico, metal o madera.

d) queda prohibida la instalación de soportes verticales para carteles o letreros.

e) no se aceptara propaganda pintada en los muros de la fachada.

Estará permitido instalar anuncios, carteles o letreros en las fachadas de los edificios, siempre que se ajusten a las siguientes normas:

a) Su tamaño, colocación o número no deberá afectar la arquitectura del inmueble, ni perjudicar la ventilación o iluminación de los locales.

b) La saliente máxima de los anuncios fuera de la línea municipal, deberá ser la siguiente:

b.1 - El puntal más bajo del anuncio y su soporte no deberá distar menos de 2, 50 metros del nivel del cordón de la acera.

b.2- El canto paralelo a la línea de fachada del cartel no deberá exceder a los 0/70 cm.

b.3 - La altura máxima de los anuncios ubicados sobre las azoteas de los edificios, no deberá exceder en 2,50 metros la máxima altura de la mampostería del edificio, con un retiro de 1,50 mt.

ARTICULO 28°.- La Superficie permitida

Es la que se considerara para su pago al Municipio según lo establecido en el Titulo II, Art.11 de esta Ordenanza.

ARTICULO 29º.- Edificaciones protegidas

En las edificaciones protegidas y catalogadas solo se podrá colocar cartelería previa autorización de Autoridad competente, siempre y cuando bajo ningún aspecto afecte la identidad de la fachada, no obstaculice ornamentos ni señas propios del estilo arquitectónico. La superficie de anuncio, si fuese permitido, será de un máximo de la mitad de la superficie permitida a las edificaciones no protegidas.

TITULO VI-

SUJETOS PASIVOS.

ARTICULO 30º.- Definición.

Considérese sujetos pasivos de la actividad publicitaria para esta Ordenanza las personas físicas o jurídicas que desarrollen actividad en el ámbito del ejido Municipal, clasificándose en:

a) Anunciantes: las que realizan por sí o con intervención de una agencia de publicidad, un consignatario o un tercero, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.

b) Agencias de publicidad: las 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 en ese objeto.

c) Titular del medio de difusión: las que desarrollan la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes publicitarios por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes de su propiedad; o propietario, usufructuario, poseedor o tenedor del espacio donde se encuentra instalado un anuncio.

d) Concesionarios: serán considerados tales, aquellos que resulten adjudicatarios de un permiso de instalación y/o uso en espacios públicos de elementos con fines publicitarios.

e) Se considerarán solidariamente responsables de los sujetos enunciados en a), b), c) y d) a las personas físicas o Jurídicas cuya actividad sea la de fabricación, elaboración o impresión de los elementos enunciados en el artículo 1) constituyentes de la publicidad.

ARTICULO 31º.-Responsabilidad de los sujetos pasivos.

Los sujetos enumerados en el artículo 30 serán responsables solidaria y concurrentemente, por toda violación e inobservancia de las normas relacionadas con esta actividad.

Se hace extensiva esta solidaridad a los impresores o tenedores de anuncios, como asimismo al propietario del inmueble donde estos se hallen instalados.

TITULO VIII

DE LAS SANCIONES

ARTICULO 32°.- respecto de cualquier aviso o propaganda que haya sido instalado en contravención a las disposiciones de la presente ordenanza o cuyos derechos municipales no hayan sido pagados, la municipalidad podrá ordenar al propietario o responsable de este el retiro de tales avisos o propaganda a su costa. Si no lo hiciere, la municipalidad podrá llevar a cabo el retiro a costa del propietario, sin que este tenga derecho a indemnización alguna sin perjuicio de la multa correspondiente.

En caso de que los avisos de propaganda que infringen las disposiciones de la presentar ordenanza se encuentren instalados en bienes nacionales de uso público, la municipalidad podrá ordenar directamente su retiro sin previo aviso al propietario.

ARTICULO 33°.- Las infracciones a las disposiciones de la presente, serán sancionadas con multa de 5 a 20 juristas, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en otras leyes u ordenanzas. En caso de reiteración de infracciones se aplicara el doble de la multa inicial.

ARTICULO 34º.- La falta de habilitación y autorización para la realización de lo dispuesto en la presente Ordenanza quedará sujeta a multa cuyo importe será establecido en la Ordenanza Tributaria

Vigente. En caso de reincidencia las multas se aplicarán por separado, considerando cada una de esta como faltas independientes.

ARTICULO 35°.- La autoridad de aplicación será la Dirección de Saneamiento Ambiental asistida por las áreas de Obras Privadas y Dirección de Rentas para fiscalizar el cumplimiento de la presente Ordenanza y efectuar las denuncias por infracciones a la misma. Sin perjuicio de ello, cualquier persona podrá denunciar ante autoridad competente las infracciones a la presente ordenanza.

ARTICULO 36°.- Para la aplicación de la presente ordenanza se acuerda un plazo de seis (6) meses a contar desde la fecha de su promulgación a fin de que las empresas pub1icitarias y/o concesionarias y/o propietarios u otros tenedores de publicidad, ante la autoridad que corresponda, actualicen la situación de la publicidad existente.

Vencido dicho plazo, el departamento ejecutivo ordenara el retiro de todo elemento publicitario que contravenga las disposiciones de la presente.

ARTICULO 37°.- Derogase toda norma que se contraponga a lo legislado en la presente.

ARTICULO 38°.- Comuníquese, publíquese, regístrese y archívese.

(=) Inciso derogado por Ordenanza Nº 36212