



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

1

## ORDENANZA N° 10814

**EL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE SANTA FE DE LA VERA CRUZ,  
SANCIONA LA SIGUIENTE**

### ORDENANZA

Apruébase el Código de Publicidad que como Anexo forma parte de la presente Ordenanza, el que comenzará a regir el 1° de marzo de 2.002.

**Art. 2°:** Dispónese el siguiente Régimen de validación de los anuncios existentes a la fecha de vigencia del Código que se aprueba por la presente, excepto los casos enumerados en el artículo 3°:

- a) Los anuncios cuyos titulares acrediten fehacientemente que se hallan autorizados y/o habilitados según las normas aplicables a la fecha de vigencia de la presente Ordenanza, tendrán un plazo de cinco (5) años para su adecuación al nuevo Código o su retiro.
- b) Los anuncios de actividades (LETREROS), combinados o no, salientes o frontales, que no tengan autorización, pero que no obstante ello, cumplan con las normas vigentes con anterioridad a la presente, tendrán un plazo de tres (3) años para su adecuación al nuevo Código o su retiro.
- c) Los anuncios localizados en el dominio público por medio de sostenes verticales, que no cuenten con autorización ni se ajusten a la reglamentación vigente con anterioridad a la presente, tendrán un plazo de un (1) año para su adecuación al nuevo Código o su retiro.
- d) Los anuncios de productos, marcas o servicios (AVISOS) y de actividades (LETREROS), combinados o no, salientes o frontales, ubicados en los locales de comercialización y/o prestación, instalados sobre fachadas, muros medianeros, terrazas, cubiertas y cercos, sean sobrepuestos, pintados o en estructuras portantes, incluidos los paneles electrónicos, que no se encuentren autorizados y no cumplan



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

con las disposiciones vigentes con anterioridad a la presente, tendrán un plazo de dos (2) años para su adecuación al nuevo Código o su retiro.

- e) Los anuncios de productos, marcas o servicios (AVISOS) y de actividades (LETREROS), combinados o no, salientes o frontales, ubicados en sitios distintos a los de su comercialización y/o prestación, instalados tanto en predios públicos como privados, terrenos baldíos, zonas de caminos, traza de afectaciones viales, predios concesionados, fachadas, muros medianeros, terrazas, cubiertas y cercos, que no se encuentren autorizados y no cumplan con las disposiciones vigentes con anterioridad a la presente, tendrán un plazo de un (1) año para su adecuación al nuevo Código o su retiro.

El régimen de validación que antecede, a favor de los anuncios existentes, no exime a sus responsables conforme el presente Código, de cumplir con el pago de los derechos correspondientes y con lo prescripto en el artículo 4° de esta Ordenanza, bajo los apercibimientos allí establecidos y en los términos y forma que la reglamentación determine.

**Art. 3°:**A partir de la fecha de vigencia de la presente y previa intimación, deberá procederse al retiro de todos los anuncios que no se ajusten al nuevo Código de Publicidad y que estén ubicados:

1. Frente o con vistas desde las siguientes arterias:

Avenida Almirante Brown.

Avenida Costanera Este.

Avenida Siete Jefes.

Bulevar Muttis.

Bulevar Gálvez-Pellegrini.

Avenida Freyre.

Avenida General López.

Avenida 27 de Febrero.

Avenida L. Alem.



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

2. En el Distrito R-6 (Ordenanza N° 8.813/86).
3. Con vista desde el Puente Oroño.
4. En Ruta Nacional N° 168.
5. Sobre Ruta Provincial N° 1 hasta el límite del ejido urbano.
6. En sitios o lugares que afecten la seguridad, la estética urbana o el patrimonio arquitectónico y los enunciados en el artículo 27° del Título VI del Código que se aprueba por la presente.

**Art. 4°:** A partir de la vigencia del Código de Publicidad, todo responsable de anuncio existente o a colocarse, alcanzado por las normas de la presente, deberá solicitar la correspondiente autorización ante la Dirección de Control y Abastecimiento de la Secretaría de Servicios Públicos, conforme Título IV del mismo.

En los supuestos del artículo 2° de la presente, la reglamentación establecerá, según el caso, los recaudos, términos y cronograma para la atención de los solicitantes.

La falta de autorización en regla, determinará el retiro de la publicidad con cargo al infractor sin perjuicio de las sanciones por infracción a los deberes formales y multas que correspondan por aplicación del Régimen de Infracciones y Penalidades.

**Art. 5°:** Los anuncios de actividades (letreros), combinados o no, salientes o frontales o ubicados en la vía pública, que publiciten comercios, industrias o servicios cuya actividad haya cesado, deberán ser retirados por los responsables en un plazo máximo de treinta (30) días corridos de la fecha de intimación remitida por la Dirección de Control y Abastecimiento. De no dar cumplimiento a la misma, la Municipalidad retirará el anuncio y sus estructuras por administración y a costa del propietario o responsable de su instalación.

**Art. 6°:** Los soportes de sostén de anuncios de cualquier naturaleza, pantallas, columnas, estructuras, etc. que a la fecha de vigencia del Código de Publicidad aprobado por la presente, no tengan incorporado el anuncio y/o se encuentren en disponibilidad y no cumplan con las disposiciones del Código que se aprueba por la presente, deberán ser retirados de su emplazamiento, para lo cual la Dirección de Control y Abastecimiento intimará a los responsables a retirarlos en un plazo de treinta (30)



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

días, caso contrario la Municipalidad lo ejecutará por administración y a costa del propietario o responsable de su instalación.

**Art. 7º:** Sustitúyese en la Ordenanza Impositiva vigente (t.o. 1.999) y modificatoria el articulado del Título 2.9. DERECHOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA, por el siguiente:

### “2.9.1. Disposiciones Generales

**Artículo 97. Hecho Imponible.** La realización de propaganda en la vía pública o lugares de acceso al público, en forma permanente u ocasional y cualquiera fuere el medio utilizado al efecto, que pueda ser vista u oída desde sitios sometidos a la jurisdicción municipal, queda supeditada al cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Código de Publicidad y demás disposiciones municipales complementarias en la materia, debiendo satisfacerse los tributos que se fijan en la parte pertinente del presente Título.

**Artículo 98. Responsabilidad solidaria.** Serán solidariamente responsables del pago de este tributo el agente publicitario, el beneficiario de la publicidad y el propietario del inmueble y/o rodado utilizado al efecto, sin perjuicio que también lo sea cualquier otro sujeto que en casos especiales determinen las normas impositivas generales o especiales vigentes.

**Artículo 99. Analogía.** La publicidad no contemplada expresamente en este Título, pagará por aquella que más se asemeje en sus características.

**Artículo 100. Legibilidad.** Todo anuncio, letrero o aviso que se encuentre en condiciones deficientes, se considerará existente mientras sea legible.

**Artículo 101. Identificación de letreros.** Cada anunciante deberá exhibir, de manera perfectamente legible y en el ángulo inferior derecho de cada letrero o anuncio, el número de autorización asignado al mismo por la Repartición competente.

Esta obligación no regirá para los anuncios ocasionales ni tampoco para los anuncios reglamentarios cuya superficie no supere el metro cuadrado.

**Artículo 102. Letreros de doble faz.** Los anuncios de doble faz tributarán el gravamen como si tuvieran una sola, salvo que los textos exhibidos en cada una de ellas fueren



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

diferentes y/o anunciaran distintos productos o firmas, en cuyo caso se aplicará un recargo del 50 % (cincuenta por ciento).

**Artículo 103.** Los derechos reglamentados por este título, deberán tributarse hasta diez (10) días posteriores al momento del cese efectivo de la publicidad. Dicho cese será comunicado fehacientemente a la Dirección de Rentas y verificado por ésta.

### 2.9.2. De las exenciones

**Artículo 104. Exenciones.** Salvo disposiciones especiales, quedan totalmente exentas del pago de los derechos legislados bajo este Título, en tanto sean organizadoras de los eventos publicitados, las entidades de carácter cultural, asistencial, gremial, político y deportivo, siempre que no se persigan fines de lucro, como así también las entidades estudiantiles que efectúen publicidad de festivales cuyo producido se destine a viajes de estudio o especialización. No regirá la exención cuando la difusión vaya acompañada de propaganda comercial.

**Artículo 105. Publicidad no sujeta al gravamen.** No tributarán Derechos de Publicidad y Propaganda los anuncios ubicados dentro de los negocios, los efectuados en mesas, sillas, sombrillas, pizarrones ubicados en la fachada u otros de análogas características, y los expuestos conjuntamente con mercaderías en la vereda, previa obtención de la respectiva autorización municipal para la ocupación de la vía pública. Asimismo, quedan exentos del Derecho de Publicidad y Propaganda los anuncios publicitarios ubicados o emitidos en el interior de los inmuebles, cualquiera sea la actividad que en ellos se desarrolla, que no puedan ser vistos u oídos desde la vía pública.

### 2.9.3. De las tarifas

**Artículo 106.** Salvo disposiciones especiales, en concepto de Derecho de Publicidad y Propaganda por la exhibición de anuncios en lugares diferentes de aquellos donde el responsable desarrolle su actividad económica, o en sitios de la vía pública autorizados y debidamente habilitados al efecto, se abonarán mensualmente, por cada metro cuadrado o fracción de superficie de los mismos, los siguientes importes:



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

- a) Si el producto publicitado es tabaco o bebidas alcohólicas, cualquiera fuere la forma de comercialización adoptada ..... \$ 4,00
- b) Cuando se tratare de otros productos ..... \$ 2,00
- c) En vehículos de transporte, en la forma prevista en las normas que rijan la prestación de dicho servicio ..... \$ 2,00

El tributo a pagar por cada anuncio no podrá ser inferior a \$ 10,00 (diez pesos). Este mínimo no regirá en los siguientes casos:

Anuncios múltiples, de similares características de diseño, material y medidas, superiores a diez (10) unidades, cuya superficie individual no supere el medio metro cuadrado.

Anuncios que publiciten productos comercializados o servicios prestados por empresas cuya casa matriz o establecimiento fabril se encuentre radicado dentro del ejido municipal y cuenten con no menos de diez (10) empleados en relación de dependencia.

**Artículo 107.** Por la realización de publicidad con letreros en los que anuncien en forma conjunta el titular de la actividad económica desarrollada en el lugar y otro u otros anunciantes, se pagará el gravamen a que refiere el artículo anterior en forma proporcional al espacio utilizado por cada uno de ellos, en la medida que el ocupado por terceros anunciantes supere el 50 % de la superficie total.

**Artículo 108.** Por publicidad en pantallas o carteleras utilizadas para la fijación de afiches o carteles previamente autorizados por el área competente, y aún cuando se encuentren concesionados, los responsables abonarán las siguientes sumas mensuales, no fraccionables por día:

- a) Carteleras de propiedad municipal, por cada uno de dichos elementos disponibles durante el mes .....\$ 50,00
- b) Carteleras de propiedad particular, por cada uno de dichos elementos disponibles durante el mes y por cada metro cuadrado o fracción de superficie autorizada .....\$ 8,00

**Artículo 109.** El Departamento Ejecutivo fijará los plazos para el pago de las tarifas establecidas en este Título, en función de las distintas modalidades de la actividad publicitaria gravada y según los medios utilizados para concretarla”.



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

**Art. 8°:** Suprímese de la Ordenanza Impositiva vigente (t.o. 1.999 y mod.) el Subtítulo 2.10.7. Derecho de Letreros.

**Art. 9°:** Agrégase al artículo 94° del Título 2.8. TASAS DE ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS de la Ordenanza Impositiva vigente (t.o. 1.999 y mod.) el siguiente inciso:

- "j) Solicitud de inscripción de letreros o anuncios.....\$ 10,00
- k) Por cada solicitud de anuncios ocasional a que se refiere el artículo 16° del Código de Publicidad, cualquiera sea la cantidad de los mismos .....\$ 30,00".

**Art. 10°:** Agrégase al artículo 70° del Título 2.5 DERECHOS DE OCUPACIÓN DEL DOMINIO PÚBLICO de la Ordenanza Impositiva vigente (t.o. 1.999 y mod.) el siguiente inciso:

"d) Por la promoción de productos o servicios con fines comerciales se abonarán las siguientes tarifas:

- Puestos o stands, por metro cuadrado o fracción: ..... \$ 5,00
- Vehículos en circulación, por cada unidad: ..... \$ 25,00
- Promotores sin parada fija, por persona: ..... \$ 10,00".

**Art. 11°:** Derógase la Ordenanza N° 4.980/60; los artículos 6.6.0, 7.1.7, 7.3.1. y 7.10.2.d. de la Ordenanza N° 7.279/76 y modificaciones; el Capítulo IV de la Ordenanza N° 9.216/90; la Ordenanza N° 9.633/93, y toda otra norma que se oponga a la presente.

**Art. 12°:** Deróganse las Ordenanzas N° 9.404/91, 9.535/92, 9.904/94, 9.632/92, 9.993/95 y ampliatorias y/o modificatorias, mediante las cuales se autoriza al Departamento Ejecutivo Municipal a suscribir, con diferentes entidades, contratos de concesión a término para la explotación de publicidad.

**Art. 13°:** Los contratos referidos en el artículo anterior suscriptos entre la Municipalidad y las entidades concesionarias y no vencidos a la fecha de sanción de la presente, se



# Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz

## ORDENANZA N° 10814

mantendrán vigentes hasta la fecha de vencimiento según los plazos convenidos y con carácter de improrrogables.

El Departamento Ejecutivo Municipal a través de la Dirección de Control y Abastecimiento notificará a las entidades comprendidas en las ordenanzas citadas, de la situación contractual de cada una de ellas, instrumentando asimismo las acciones para dar cumplimiento a lo establecido en los artículos precedentes y proceder al retiro de todos los elementos y soportes publicitarios.

**Art. 14°:** Autorízase al Departamento Ejecutivo Municipal a disponer la adecuación de la estructura orgánica de la Dirección de Control y Abastecimiento a los fines de crear un área específica a los fines de la aplicación y control de todo lo atinente al Código de Publicidad.

**Art. 15°:** Confórmese el texto ordenado de la Ordenanza Impositiva Anual.

**Art. 16°:** Comuníquese al Departamento Ejecutivo Municipal.

**SALA DE SESIONES, 6 de diciembre de 2.001.-**

**Presidente: Sr. Alfredo Hediger**

**Secretario Legislativo: Sr. Ramón Acevedo**



Honorable Concejo Municipal de la Ciudad de Santa Fe de  
la Vera Cruz

ORDENANZA N° **10814**

## **CODIGO DE PUBLICIDAD**

### **TITULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 1º:** Las disposiciones de este Código tienen por finalidad reglamentar la colocación o emisión de anuncios publicitarios dentro del ejido municipal, como así también la utilización del espacio urbano (incluidos los inmuebles públicos y privados), de manera tal que resulte eficazmente resguardado el ordenamiento físico, la estética y el paisaje de los distintos ámbitos urbanos de la ciudad, preservados los valores culturales e históricos de sus sitios y monumentos patrimoniales, salvaguardada la seguridad y la comodidad de los ciudadanos y sus bienes y protegida la moralidad pública.

**Art. 2º:** Las presentes normas rigen para todos aquellos casos relacionados con la inclusión de anuncios publicitarios en la vía pública o susceptibles de ser percibidos desde ésta y en todos los espacios de uso público sujetos a la jurisdicción de la Municipalidad de la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz.

**Art. 3º:** La Dirección de Control y Abastecimiento, constituye el organismo de aplicación y control de todo lo atinente al Código de Publicidad.

**Art. 4º:** Las disposiciones del Código de Publicidad serán mantenidas permanentemente actualizadas, incorporando, modificando o eliminando cláusulas, en armonía con la evolución y necesidades de la ciudad. Su actualización se llevará a cabo con la participación de la Comisión del Código de Publicidad.

## TITULO II

### COMISION DEL CODIGO DE PUBLICIDAD

**Art. 5º:** La Comisión del Código de Publicidad será coordinada por la Secretaría de Planeamiento Urbano y estará integrada por:

Un representante de la Dirección de Planeamiento Urbano.

Un representante de la Dirección de Edificaciones Privadas.

Un representante de la Dirección de Control y Abastecimiento.

Un representante de la Dirección de Rentas.

Un representante de la Dirección de Patrimonio.

Un representante de la Secretaría de la Producción.

**Art. 6º:** Son atribuciones de la Comisión:

a) Dictar normas para su funcionamiento.

b) Dictaminar en lo relacionado con la aplicación e interpretación de este Código en casos especiales.

c) Efectuar propuestas de actualización al Código teniendo en cuenta la experiencia que surja de la aplicación de sus disposiciones, y del estudio de las distintas variantes publicitarias que vayan surgiendo, para lo cual serán consultadas las entidades representativas y/o competentes en la materia.

d) Considerar los pedidos de colocación de anuncios en edificios declarados como patrimonio cultural, previa intervención de la Comisión de Defensa del Patrimonio Cultural conforme la Ordenanza N° 10.115.

e) Considerar y resolver toda denuncia de un particular que se considere directamente afectado por la colocación o emisión de anuncios, previa intervención de la Dirección de Control.

f) Considerar las propuestas no contempladas en el presente Código y que sea necesario analizar en forma particular.

### TITULO III

#### DE LOS ANUNCIOS

**Art. 7º:** Se considera anuncio publicitario, sujeto al presente ordenamiento, a toda leyenda, inscripción, signo o símbolo, dibujo, calcomanía, estructura representativa o emisión de onda sonora o imagen que pueda ser percibida en o desde la vía pública o en los lugares que reciben concurrencia pública, realizados con fines comerciales, de promoción o difusión, como así también a aquellas actividades destinadas a esos fines en la vía pública, playas, riberas, lugares de acceso público o que se proyecten hacia la vía pública o sean visibles desde ésta. Quedan exceptuadas las actividades publicitarias efectuadas en el interior de locales.

**Art. 8º:** Los agentes publicitarios 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, con o sin intervención de uno o algunos de los restantes sujetos de la actividad publicitaria, 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 de medios 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 instalados en lugares que expresamente ha seleccionado al efecto.
- d) Industrial publicitario: Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, o instala o de cualquier otra forma realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria.

**Art. 9º:** Los agentes de la actividad publicitaria serán solidariamente responsables conjuntamente con el propietario del inmueble o el vehículo utilizado al efecto, por toda violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria, referente a la instalación y habilitación del anuncio.

**Art. 10º:** Los anuncios se clasifican en:

1) Según su finalidad y ubicación:

- a) Anuncio de producto (aviso): El que publicita un producto o marca. Puede o no estar ubicado en el lugar donde el producto se expende.
- b) Anuncio de actividad (letrero): El que publicita una actividad determinada sea comercial, industrial o profesional, destinado a individualizar denominativamente el lugar donde la actividad se desarrolla.
- c) Anuncio combinado: El que publicita simultáneamente la actividad (letrero) y el o los productos o servicios que se expenden o prestan en un local (aviso).
- d) Se ubica en el lugar donde la actividad se desarrolla.
- e) Anuncio ocasional: El que publicita eventos temporales (remates, ventas, locación de inmuebles, cambio de domicilios o sede, liquidación de mercaderías, etc).
- f) Debe estar ubicado en el lugar del evento.

Según su posición respecto de la edificación:

Frontal: Anuncio sobrepuesto a las fachadas en correspondencia a las líneas municipales, ochavas o retiros.

Saliente: Anuncio perpendicular a las fachadas y proyectados a partir de las líneas municipales, ochavas o retiros.

En muros medianeros: Anuncio ubicado en los muros divisorios de predios.

Como parte constitutiva de la obra de arquitectura: Anuncio incorporado integralmente al diseño arquitectónico, a través de la utilización de algunos de sus elementos.

Según sus forma o modalidad en:

Afiche: Anuncio impreso en papel, bajo cualquier modalidad, para ser fijado en pantalla o cartelera.

Volante: Anuncio impreso en papel para ser distribuido en mano.

Iluminado: Anuncio que recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas, instaladas a tal propósito.

Luminoso: El que todas sus leyendas, símbolos etc., emiten luz artificial de una fuente que forma parte del mismo.

Animado: El que posee movimiento por articulación de sus partes o produce sensación de movimientos por efecto de procesos luminotécnicos o de cualquier otro carácter.

Sonoro: El efectuado por medio de sonidos cualquiera sea su medio de emisión.

Móvil: El que puede trasladarse por cualquier medio.

Oral: El efectuado por medio de voces, cualquiera sea su medio de emisión.

Aéreo: Publicidad que se realiza por medio de aviones u otros medios análogos.

Estructural: Tipo de anuncio de forma geométrica simple (plana o volumétrica) o en forma de esqueleto o armazón de cualquier material.

Display: Anuncio consistente en un panel o display electrónico de leds programables.

Pasacalle: Anuncio de tela, polipropileno o similar colgado sobre la vía o espacio público.

Pizarrón: Anuncios transitorios ubicados sobre la fachada de un local.

Según su soporte físico en:

Carteleras o pantallas municipales: Elementos localizados en la vía o espacio público destinados a la instalación de publicidad cambiabile, cuyas características y procedimientos de instalación quedarán determinados en forma particular por la Municipalidad, a través de licitación pública.

Carteleras o pantallas de propiedad privada: Elementos localizados sobre vallas de construcción y cercos de terrenos baldíos, destinadas a la fijación cambiabile de afiches.

Aparato proyector: Se considera así, al que difunde anuncios publicitarios;

Elementos del mobiliario urbano: Son los quioscos, refugios, cabinas telefónicas, cestos, bancos, señales de nomenclatura o informativas, susceptibles de ser utilizados con publicidad.

#### TITULO IV

## DE LA AUTORIZACION

Para efectuar publicidad en cualquiera de las formas establecidas en este código se deberá solicitar autorización a la Municipalidad.

La solicitud será presentada por el anunciante y/o los agentes publicitarios que intervengan; tendrá carácter de declaración jurada y especificará:

Ubicación: Manzana, calle y número.

Tipología y características del anuncio: Clasificación, tipo, características, materiales, etc.

Apellido, nombre o razón social del o los responsables y sus domicilios.

Apellido y nombre del propietario del inmueble y su domicilio.

Contenido del anuncio.

Planos: Planta, cortes y/o vistas (según corresponda). Indicación de las distancias del anuncio a los ejes medianeros, al cordón de la calzada y los árboles, y las medidas transversales de la calle, acera, y calzada.

Todo cambio de ubicación será considerado para todos los efectos como un nuevo anuncio, con excepción del letrero indicador del comercio, siempre que fuera oportunamente solicitado y cumpliera los requisitos reglamentarios.

La solicitud para la instalación de anuncios, deberá acompañar:

Autorización escrita y con firma certificada:

Del propietario del inmueble donde se instalará el anuncio, o de su locatario si fuera alquilado (según quien estuviere facultado por el contrato de locación), en caso de que éstos no sean los solicitantes del permiso.

Del propietario del inmueble donde se instalará el anuncio, cuando el contrato de locación no autorice al inquilino y éste fuese el solicitante del permiso.

Planilla de cálculo de los Derechos de Publicidad y Propaganda y constancia de pago del mismo.

La solicitud de instalación de anuncio publicitario será presentado en el Departamento Mesa General de Entrada y Archivo y dirigida a la Dirección de Control y Abastecimiento; quien, de considerarla ajustada al presente reglamento extenderá el correspondiente permiso de anuncio.

Si por razones de competencia fuere necesario, la mencionada Dirección dará intervención a otras reparticiones municipales, previo al otorgamiento del permiso.

Todas aquellas solicitudes referidas a anuncios no contemplados en las disposiciones vigentes o que requieran interpretación, podrán ser autorizados por el Departamento Ejecutivo Municipal previo dictamen favorable de la Comisión del Código de Publicidad.

Las solicitudes para instalar anuncios en sitios o inmuebles declarados de interés patrimonial, deberán ser considerados por la Comisión Municipal de Defensa del Patrimonio Cultural en los términos de la Ordenanza N° 10.115.

Quedan exentos de la solicitud de autorización los siguientes anuncios:

Los exigidos por las disposiciones vigentes de orden municipal, provincial y nacional.

Las placas profesionales, donde conste solamente nombre y especialidad.

Los letreros indicadores de turnos de farmacias en cuanto no contengan publicidad.

Los referidos a obras en construcción, incluidos subcontratistas, proveedores, etc., cuando no contengan publicidad inmobiliaria.

No se deberá solicitar autorización, pero sí dar cumplimiento a las otras normas del presente código, cuando se trate de anuncios frontales ocasionales o banderas que anuncien venta, remate o locación de inmuebles o cambio de domicilio.

La publicidad de venta de inmuebles originados en subdivisiones o urbanizaciones se registrará por lo establecido en la Ordenanza N° 7.677/79 y normas modificatorias (Reglamento de Urbanizaciones y Subdivisiones).

Todo cambio o modificación de la situación declarada, deberá ser comunicada mediante nueva declaración jurada.

La superficie imponible de cada anuncio se obtendrá de acuerdo a la figura geométrica correspondiente, incluyendo el marco.

En caso de tratarse de una superficie irregular, se trazarán tangentes en los puntos extremos a fin de lograr un polígono regular, sobre el cual se calculará la superficie. La liquidación de los derechos se practicará por metro cuadrado, toda fracción excedente, equivaldrá a un metro cuadrado.

Los industriales publicitarios que intervengan como instaladores de anuncios, que demanden estructuras, instalaciones mecánicas, eléctricas o electrónicas, según sus propias incumbencias, presentarán solidariamente con los agentes publicitarios, en el

correspondiente trámite de solicitud de autorización, el proyecto del anuncio a instalar, el cual será aprobado por los organismos municipales competentes, de acuerdo a los requisitos que se estipularán en la reglamentación del presente Código.

Los industriales publicitarios actuantes deberán contar con la habilitación correspondiente.

Los anuncios autorizados deberán contar desde el momento de su instalación con el número de autorización o de actuación y la información necesaria para una correcta individualización del mismo.

## TITULO V

### DE LA VIGENCIA

Las autorizaciones para instalar anuncios tendrán un período de vigencia máximo de 5 (cinco) años; vencido el cual, deberán renovarse mediante el trámite de “renovación de permiso de publicidad”.

Este trámite se realizará ante la Dirección de Control de abastecimiento mediante la presentación del formulario correspondiente y acompañando los documentos exigidos en el artículo 3°.

Cuando razones de interés público así lo justifiquen, el DEM podrá disponer la modificación del anuncio autorizado, el cese del permiso y su retiro del lugar de emplazamiento. Para lo cual otorgará un plazo acorde a las circunstancias que hubiese ocasionado tal decisión. En este caso, la Municipalidad reintegrará al titular del anuncio sólo las sumas abonadas por derecho de publicidad correspondientes al período que se cancela, sin dar lugar a reclamos o indemnización alguna.

Caducarán en pleno derecho por el mero transcurso del tiempo los permisos relativos a anuncios publicitarios que no se instalen dentro del plazo de ciento ochenta (180) días de aprobación.

Cuando los anuncios no se ajusten a las condiciones de su autorización, o no se hallen en buen estado de conservación, se procederá a la cancelación del permiso, intimando a su retiro inmediato sin lugar a reclamo o indemnización alguna.

A los efectos del cumplimiento del artículo precedente la Dirección de Control y Abastecimiento, cuando se trate de anuncios o estructuras ubicados en la vía pública, intimará al retiro de los mismos en un plazo no mayor a diez (10) días administrativos, vencido el cual la Municipalidad podrá hacerlo a costa de los infractores, indistintamente y/o solidariamente sin perjuicio de la aplicación de las multas que correspondan.

En el caso que los anuncios o estructuras se encuentren instalados en inmueble de propiedad privada y luego de vencido el plazo para su retiro, deberá intervenir fiscalía municipal con el objeto de iniciar las acciones y procedimientos que correspondan a los fines del cumplimiento de dicho objetivo.

Todos los elementos de publicidad que hayan sido retirados por la Municipalidad, se restituirán solamente si se abonare la deuda pendiente más los gastos ocasionados por el retiro y/o depósito. Transcurridos los plazos legales correspondientes y en el caso que los elementos no hayan sido retirados, la Municipalidad, previa intimación al propietario o responsable, los considerará abandonados y podrá disponer la subasta de dichos materiales en la forma establecida por las disposiciones vigentes.

## TITULO VI

### CONDICIONES GENERALES DE LOS ANUNCIOS

Los anuncios no podrán:

Contener mensajes que ofendan la moral y las buenas costumbres.

Producir cambios de luz, o vibraciones, o movimiento (giratorios, tablillas móviles, etc.) o producir ruido que molesten a los vecinos.

Distraer o dificultar de manera ostensible y peligrosa la atención de los conductores respecto del manejo de los vehículos y a la percepción de las señales de tránsito, o que adopten formas o colores propios de la señalización vial.

Ser peligrosos, combustibles o encontrarse en mal estado.

Perjudicar las especies del arbolado público y sus visuales en plazas y avenidas.

Obstruir la vía pública o impedir el acceso a un lote o predio.

## TITULO VII

### DE LOS ANUNCIOS EN LOS INMUEBLES DEL DOMINIO PRIVADO

Se admitirán anuncios salientes o frontales a la línea municipal o de retiro obligatorio en fachadas, siempre que dichos anuncios no desfiguren los lineamientos del diseño de la misma, ocultando molduras, cornisas, barandas, balcones o desdibujando los perfiles del edificio y/u obstaculizando áreas de ventilación o iluminación de los locales.- No está permitido instalar anuncios, sobre techos, terrazas, azoteas o cubiertas de los edificios privados y en el interior de los terrenos baldíos.

Se permitirán las siguientes cantidades máximas de anuncios en fachadas:

Sólo se permitirá instalar como máximo y por local.

Un (1) anuncio de actividad (letrero) saliente pudiendo ser combinado.

Un (1) anuncio de actividad (letrero) frontal pudiendo ser combinado.

Un (1) anuncio de producto (aviso) saliente.

Un (1) anuncio de producto (aviso) frontal.

Los anuncios de productos (avisos) especificados anteriormente, quedarán exclusivamente referidos a las marcas o productos que se venden o expenden en dicho lugar, encontrándose prohibida la instalación de estos anuncios cuando no estén vinculados a la actividad o uso desarrollado en el inmueble.

En el caso que el local se encuentre en una esquina, se cumplirá con lo exigido precedentemente, para cada uno de los frentes respecto a las calles concurrentes.

Los anuncios de actividad (letreros) salientes o frontales podrán reemplazarse por anuncios de productos o marcas que se expendan o vendan, en la medida que se respete la superficie máxima de estos tipos de anuncios y que la suma total no supere la cantidad de cuatro (4) establecida en el inciso a) precedente.

Además de los anuncios establecidos podrán incorporarse hasta dos (2) pizarrones frontales y desmontables, sobrepuestos y sostenidos en la fachada y a la altura del observador.

Los pizarrones no podrán apoyarse o colgarse de ningún elemento, ya sea árboles, postes, señales, toldos, marquesinas, etc.. La instalación de pizarrones frontales no requerirá permiso, pero si el cumplimiento de las normas contenidas en el presente Código.

Para el caso de locales ubicados en esquina con frente a ambas calles se adoptará lo dispuesto en el inciso b) del presente artículo.

Además de lo establecido en el presente artículo podrán incorporarse adicionalmente en un mismo local anuncios que informen sobre estacionamiento, ingresos o egresos especiales, cajeros automáticos, anexos, etc..

Los anuncios salientes se ubicarán en relación al medio, de acuerdo a las siguientes especificaciones: (Gráficos N° 1, 2, 3 y 4).

Los anuncios salientes distarán de su punto más bajo, incluido el soporte, no menos de 2.60 m del nivel de la acera.

En cualquier altura, la saliente del anuncio respecto de la línea de edificación municipal no podrá sobrepasar una línea oblicua que pasa la intersección del eje medianero con dicha línea municipal y forma con ésta un ángulo de 60°.

En ningún caso dicha saliente superará los dos (2) metros, ni la línea distante de 0,5 m del filo del cordón y paralela a éste. (Gráfico N° 4).

Podrán superar la altura del edificio en el cual se hallen instalados solamente cuando se cumplan las siguientes condiciones (Gráfico N° 1):

Que la calle no supere los 12.00 m de ancho y no cuente con arbolado público.

Que el edificio tenga sólo una planta.

Que el anuncio saliente no supere la altura de seis (6) metros desde el nivel de vereda.

Los anuncios frontales se ubicarán en relación a la fachada de acuerdo a lo siguiente:

Los anuncios frontales distarán en su punto más bajo, no menos de 2.40 m de la acera debiendo integrarse a los lineamientos de la fachada.

La saliente máxima de los anuncios frontales no podrá tener más de 0.30 m

No podrán superar la altura del edificio en el cual se hallen instalados, o un máximo de 6.00 m del nivel de vereda.

La instalación de display o paneles electrónicos, constituidos por leds programables para la transmisión de mensajes, deberá respetar lo establecido para anuncios frontales en fachada consignado en el Art.28°, debiendo ubicarse en lugares de tránsito peatonal alejados de sitios que permitan ser percibidos desde vías de circulación vehicular, evitando de ese modo toda distracción al conductor en circulación.

Las superficies de los anuncios respetarán las siguientes condiciones: (Gráficos N° 1, 2 y 3)

La superficie máxima de los anuncios salientes, sean letreros o anuncios combinados, será de 2.00 m<sup>2</sup>, con excepción de los locales ubicados en los siguientes lugares, cuya superficie máxima será de 1.00 m<sup>2</sup>:

Bv. Gálvez

Bv. Pellegrini

Av. Freyre

Paseo Muttis

Costanera Este

Avda. de los 7 Jefes

Avda. Alte. Brown

Avda. Gral. López

Distrito R6 ( zona destinada a uso residencial que posee un carácter histórico ambiental que es conveniente preservar – Ordenanza N° 8.813/86).

En los casos de anuncios salientes (letreros) constituidos exclusivamente por letras recortadas la superficie se calculará en función del límite perimetral del anuncio y podrá exceder en un 50 % la superficie máxima permitida.

La superficie máxima de los avisos salientes no deberá superar 1.00 m<sup>2</sup>.

Los anuncios frontales, sean letreros, avisos o anuncios combinados, no tendrán límites de dimensiones siempre que no se superpongan a aberturas, cornisas, balaustradas, balcones, ni altere el diseño de la fachada, acorde a lo establecido en el Art. 27° del presente Código.

Los pizarrones frontales no podrán tener más de 1.00 m<sup>2</sup>.

Los letreros y avisos sobrepuestos en marquesinas, deberán responder a las siguientes condiciones:

Las marquesinas que se ejecuten con fines publicitarios deberán cumplir con las mismas exigencias fijadas para balcones abiertos o aleros indicadas en el punto 3.3.11 del Reglamento de Edificaciones (Ordenanza N° 7.279/76).

El punto más bajo de la marquesina distará no menos de 2.60 m. de la acera y deberá integrarse armónicamente a los lineamientos de la fachada.

La altura máxima de los anuncios aplicados en marquesinas será de 1.20 m y sólo se podrán sobreponer en sus partes frontales o laterales. En consecuencia, sobre estos elementos, debajo de los mismos, o en saliente, no se podrán instalar anuncios.

Los anuncios oblicuos o materializados por diedros o superficies curvas se considerarán marquesinas y deberán cumplir las normas establecidas en el artículo anterior.

Los anuncios combinados, sean éstos salientes o frontales, se regirán de acuerdo a las siguientes condiciones:

Los anuncios salientes que posean una superficie mayor a 1.00 m<sup>2</sup> podrán incorporar publicidad de productos ofrecidos en el local siempre que estos últimos no excedan el 25 % de la superficie del anuncio.

En los anuncios frontales, de una superficie mayor a 1,00 m<sup>2</sup>, la superficie destinada a la publicidad del producto o servicio que se expende o preste no podrá superar el 50 % de la superficie total.

Se podrán instalar avisos, en paneles modulares sobrepuestos en muros medianeros ciegos, visibles desde la vía pública y que limiten playas de estacionamiento. No tendrán límite de superficie, pero no podrán superar la altura del muro divisorio o medianera, ni ejecutarse a mayor altura de 6.00 m. La superficie máxima de cada panel será de 1.50 m<sup>2</sup> y deberá ser autorizado por el colindante.

En caso de marcas de productos o servicios que impliquen concesiones exclusivas, el anuncio de los mismos en el local donde se expenda o preste, podrá no hacer mención de la denominación de la actividad o razón social del negocio.

En el caso de los pizarrones combinados, la superficie destinada a la publicidad de los productos que se expenden en el local, no podrá exceder el 20% de la superficie total del anuncio.

Los anuncios en toldos deberán respetar las siguientes condiciones:

Las condiciones de los toldos que se coloquen sobre las fachadas de los edificios, como saliente de la línea de edificación, deberán respetar las disposiciones vigentes en la materia. (Ordenanza N° 7.279/76- 6.6.1).

Se podrán pintar, imprimir o sobreponer letreros combinados o no y avisos publicitarios en las superficies de los toldos.

Se prohíbe la colocación de anuncios en los parantes o sostenes de los toldos.

Queda prohibido la fijación directa de afiches en las fachadas de los edificios, medianeras, tapias, cercos o elementos del equipamiento urbano, con la excepción de la fijación sobre carteleras o pantallas de propiedad privada en las vallas provisionales de obras en construcción y de anuncios de venta y/o alquiler.

Las pantallas ubicadas en correspondencia con las vallas de obras, podrán tener las dimensiones de las mismas, y su aprobación estará a cargo de la Dirección de Control y Abastecimiento previa consideración de la Dirección de Edificaciones Privadas y de acuerdo a las reglamentaciones vigentes.

Las pantallas ubicadas sobre cercos de terrenos baldíos responderán a las siguientes condiciones:

Los cercos o tapias previo a la instalación de las pantallas, deberán encontrarse en perfecto estado de conservación y en condiciones reglamentarias.

Las pantallas deberán tener una superficie máxima de 2.50 m<sup>2</sup>.

Los solicitantes o responsables en la colocación de las pantallas deberán presentar conjuntamente con la solicitud de instalación, el permiso del propietario del terreno, acorde a los requisitos establecidos en el Art. 12° del presente Código.

El propietario y/o responsables de las pantallas, deberán mantener las mismas, incluido el cerco utilizado para su sostén, en óptimas condiciones de conservación e higiene.

Las pantallas deberán ubicarse a la altura del observador y no podrán superar la del cerco o tapial.

Los anuncios pintados, de cualquier naturaleza, no podrán ser directamente aplicados sobre la superficie de cercos, tapias y paramentos de fachadas o medianeras. A ese efecto regirán las siguientes condiciones:

En el caso de fachadas la prohibición incluye a las aberturas, postigones, cortinas de enrollar, balcones, aleros, portones y elementos constitutivos de las mismas con

excepción de las superficies vidriadas en Planta Baja en las cuales podrán ejecutarse anuncios pintados sólo referidos a la denominación del local, su actividad, razón social o marca o producto de concesión exclusiva.

Quedan exceptuados asimismo, los anuncios aplicados en la parte superior de los paramentos de los edificios en altura, en torre o en muros divisorios, cuando esté constituido por un logotipo, símbolo, etc., y enuncie el carácter institucional, firma propietaria y otro aspecto referido al destino o uso del edificio. Queda prohibido en este caso el aviso publicitario y todo anuncio de carácter combinado.

Los elementos de sostén verticales o columnas para anuncios, sólo podrán instalarse dentro de los límites del predio de propiedad privada debiendo respetar las normas del presente Código.

## TITULO VIII

### DE LOS ANUNCIOS EN EL ESPACIO PUBLICO

Se entiende como espacio público al comprendido por el dominio público y privado municipal, terrenos alcanzados por el Art. 5º de la Ley N° 2.756 (Orgánica de la Municipalidades), áreas concesionadas sobre terrenos fiscales y zonas de camino y/o afectaciones para la ejecución de obras viales o emprendimientos especiales de carácter urbano, o terrenos de propiedad fiscal desafectados de su uso original.

En dicho espacio no estará permitido instalar ningún tipo de anuncio que no esté expresamente contemplado en el presente Código o establecido por disposiciones particulares dictadas o que se dicten a ese efecto.

A los fines de la implantación de los sistemas de señalización vial y publicitario se considerarán dos ámbitos urbanos diferenciados: el "ámbito vehicular" comprendido por las calzadas, destinado a la circulación de automotores y bicicletas, y reservado exclusivamente a los elementos dirigidos a cubrir los requisitos propios de ese uso (señalización vial, semáforos, iluminación, etc.), y un "ámbito peatonal" comprendido por las aceras, destinado a cubrir los distintos requerimientos del peatón, (circulación, paseo, compras, etc.) y entre ellos, la instalación de los anuncios publicitarios, cuya

normativa se encuentre establecida en el presente Código. El arbolado público reglamentado por la Ordenanza N° 10.381, concordante con la Ley Nacional N° 13.273 y la Ley Provincial N° 9.004, cumplirá el doble rol de revitalizador e integrador del espacio urbano y por otro lado diferenciador de los dos ámbitos mencionados. (Gráfico N° 5).

Estarán vedados para la colocación de anuncios, cualquiera sea su tipificación, los siguientes ámbitos, lugares o elementos del espacio público municipal:

Monumentos, estatuas, puentes y viaductos, edificios de valor histórico o cultural o edificios públicos.

Plazoletas, plazas, parques, paseos públicos, aceras o calzadas, canteros de avenidas, etc., excepto los alcanzados por las normas específicas (padrinazgos de espacios verdes, pantallas municipales y señales de tránsito).

Arboles, postes, elementos o artefactos destinados a ordenar el tránsito, salvo en las señales de nomenclatura, cuya autorización será concedida por el Departamento Ejecutivo Municipal, previa licitación pública.

Postes o columnas de alumbrado público y de otros servicios públicos salvo los propios indicativos del servicio.

Pasos a nivel de calles públicas con vías férreas y en las calles que acceden a dichos cruces hasta 25.00 m (veinticinco metros) medidos desde éstos (según gráfico N° 6).

Cementerios, incluidos los muros circundantes.

En unidades de semáforos y su entorno.

En los quioscos, casillas, cabinas de servicios y todo otro tipo de instalación o estructura ubicada sobre la vía pública, salvo la especialmente autorizada por disposiciones vigentes.

En la zona de visuales perteneciente a las esquinas, es decir la definida por la prolongación de la línea de ochava (según gráfico N° 7).

Quedan exceptuados los anuncios que puedan incorporarse en señales de nomenclatura, barandas para rampas de discapacitados u otros anuncios que contengan información de utilidad pública y cuya instalación sea estrictamente necesaria en ese lugar.

No se permitirán anuncios en zona rural o semi rural y rutas o caminos troncales o secundarios.

La prohibición establecida precedentemente comprende a la zona de camino y sectores adyacentes o próximos, de modo de evitar que los anuncios, por sus características o ubicación, tengan la virtualidad de distraer al conductor en circulación, excepto los anuncios del emblema del ente ejecutor del señalamiento.

No estarán permitidos en el espacio público los siguientes tipos de anuncios:

Los suspendidos o colgados en la vía pública, con excepción de los anuncios transitorios tales como banderas de remate, frente a los respectivos inmuebles, banderolas y de acuerdo a las normas contenidas en el presente Código.

Los vinculados con servicios fúnebres en un radio menor de 150.00 m (ciento cincuenta metros) de hospitales, sanatorios o cualquier otro establecimiento público o privado donde se asisten enfermos. La distancia se tomará desde el o los accesos de éstos.

Los efectuados por medio de volantes en la vía pública, persiga o no finalidad comercial.

Los sonoros en vía pública y de acuerdo a las reglamentaciones vigentes.

Los proyectados o percibidos desde la vía pública, sobre telones, pantallas o cualquier otro elemento por medio de proyectores u otros medios, salvo los que excepcionalmente autorice el Departamento Ejecutivo Municipal por razones de interés público y siempre que no afecte la arquitectura y el espacio urbano, y se encuentren alejados de visuales desde la circulación vehicular.

Los que reproduzcan señales o símbolos de uso vial con fines publicitarios.

Los anuncios aéreos de cualquier naturaleza ejecutados por medio de aeronaves o aerostatos, incluidos los realizados por medio de globos cautivos, salvo razones de interés público y sujetos a consideración de la Secretaría de Servicios Públicos, previa autorización y cumplimiento de las disposiciones de la Fuerza Aérea.

Los pasacalles en todo el ámbito de la jurisdicción municipal.

Se admitirán los letreros que anuncien información útil para los usuarios de la vía pública, deberán respetar las normas del Sistema de Señalización Vial Uniforme aprobado por el Decreto Nacional N° 779/95 y comprenderán las siguientes actividades:

Unidades Asistenciales (clínicas, sanatorios, hospitales, enfermerías, etc.).

Servicio Telefónico.

Estación de Servicio.

Servicio Mecánico.

Hotel.

Gomería.

Estacionamiento.

Correo.

Farmacia.

Restaurante/Bar. (Exclusivamente frente a Rutas Nacionales o Provinciales).

Los anuncios consignados en el presente artículo deberán ubicarse en la acera y próximo al cordón, debiendo los interesados cumplir con los trámites establecidos en el Título IV del presente Código y obtener de la Dirección de Planeamiento Urbano las especificaciones técnicas para su ejecución (ubicación, dimensiones, diseño, etc.).

Sobre las aceras de las avenidas con veredas de ancho superior a 10 m, podrán colocarse letreros luminosos de doble faz, frente a los locales en los cuales se desarrolla la actividad, acorde a las siguientes condiciones: (Gráfico N° 3)

Los anuncios deberán distar 1,50 m como mínimo de la línea del cordón.

Se ubicarán fuera de la prolongación de la Línea de Ochava.

La superficie del letrero será como máximo de 1,50 m<sup>2</sup> y estará fijado en un elemento de sostén vertical de 1.00 m de altura. La altura máxima del anuncio será de 2,50 m y su dimensión vertical será superior a la horizontal.

Se permitirá una tolerancia máxima del 10 % respecto a la superficie y dimensiones.

No deberán ser animados ni producir sensación de movimiento por efecto de procesos luminotécnicos o de cualquier otro carácter.

Podrá autorizarse la instalación de anuncios en tramos de calles o avenidas cuando ello responda a actos o festejos organizados por entes oficiales o instituciones de bien público, siempre que se respeten las siguientes exigencias:

En ningún caso se efectuará la promoción directa de un producto o artículo en especial, permitiéndose solamente la mención del producto o de la marca (sin

aditamentos publicitarios que los recomienden o los exalten) en dimensiones que no excedan de  $\frac{1}{3}$  del total de la superficie del anuncio.

El plazo de permanencia de las instalaciones desde la fecha de otorgamiento del permiso, será considerado por la Dirección de Control y Abastecimiento en función de la duración del evento.

A los efectos de su evaluación por la Dirección de Control y Abastecimiento, deberá presentarse conjuntamente con la solicitud de permiso del acto, la propuesta de anuncios a realizar.

La promoción de productos o servicios desde vehículos o desde lugares fijos (stands) podrá realizarse bajo las siguientes condiciones:

Los vehículos decorados u ornamentados podrán desfilan en arterias en las cuales no se afecte la circulación de peatones o el tránsito vehicular.

La difusión de música desde los vehículos en circulación o detenidos se realizará en forma moderada y no deberá trascender más allá de diez (10) metros desde el lugar de emisión, y dentro del siguiente horario: de 9.00 a 13.00 horas y de 16.00 a 22.00 horas.

No podrán emitirse mensajes publicitarios verbales, aunque sea en forma de cantos, ni en forma directa por amplificación.

La colocación de puestos o stands promocionales en lugares públicos, no deberá afectar la circulación de peatones o vehículos y las medidas del sector a ocupar no será mayor a 4,00 m<sup>2</sup>. Deberá presentarse planos en escala y proyecto de diseño. En dichas instalaciones no podrá efectuarse venta de productos, ni degustación in-situ.

Podrá autorizarse la entrega en mano de productos o muestras y obsequios promocionales, así como también impresos con calendario, planos y/o guías informativas de la ciudad.

La Dirección de Control y Abastecimiento proveerá a los responsables de un distintivo o autorización que será adherido en un lugar visible del vehículo, instalaciones fijas, semi-fijas o móviles y asimismo cada agente de promoción deberá contar con su respectivo permiso.

Los solicitantes deberán presentar para cada promoción a realizar una memoria descriptiva de las actividades a cumplir, período que abarcarán las mismas, diseños de los vehículos ornamentados o decorados a utilizar, vestuario de los agentes de promoción que estarán en contacto con el público, elementos a emplear y mención de los productos, muestras u obsequios, impresos a distribuir y toda otra información que se considere necesaria.

Los elementos del equipamiento urbano tales como refugios, contenedores para residuos, palenques para bicicletas, vallas de seguridad para escuelas y otras instituciones, rampas para discapacitados en cruces de calles, sombrillas, relojes, sillas, cabinas de servicios (teléfono, correo, etc.), quioscos, etc., podrán contar con publicidad previa autorización del Departamento Ejecutivo Municipal.

Para el caso de instalaciones de elementos del equipamiento urbano de competencia municipal, el Departamento Ejecutivo Municipal autorizará únicamente a empresas publicitarias reconocidas como tales previa licitación pública y/o bajo el régimen de iniciativa privada.

Los vehículos automotores o del transporte público de pasajeros, taxis y remises, podrán exhibir publicidad exterior y/o interior acorde a la reglamentación vigente o la que a ese efecto establezca el Departamento Ejecutivo Municipal.

Los anuncios instalados en el espacios urbano distarán de los elementos del servicio público (líneas, cables, cajas, caños, puentes, redes, etc.) una distancia que evite riesgos o interferencias en los sistemas de distribución y acorde a las especificaciones que para cada caso establezca el organismo competente, siendo responsabilidad de los perjuicios que puedan causarse los agentes de la actividad publicitaria.

Los anuncios en señales de nomenclatura deberán ser de tipo institucional, remitiéndose a consignar, solamente, el nombre o razón social de la empresa anunciante, no debiendo el espacio publicitario alterar la identidad e integridad de la señal, ni afectar la legibilidad de la misma. A ese efecto se respetarán las disposiciones vigentes en la materia. Su concesión se realizará mediante licitación pública.

La colocación de anuncios de propaganda política institucional, quedará sujeta a los objetivos y normas generales establecidas por el presente Código, y en particular a las siguientes condiciones:

Su autorización, para aquellos anuncios que no estén de acuerdo a las normas del presente Código, quedará supeditada a los períodos preelectorales, y el permiso que se otorgue no deberá exceder los cuarenta y cinco (45) días corridos anteriores a la fecha de las elecciones programadas.

Los anuncios instalados deberán ser retirados por la institución u órgano titular del permiso o su representante, en un plazo máximo de diez (10) días a contar de la fecha de la elección, caso contrario la Municipalidad lo ejecutará por administración y a costa de él o los responsables de su instalación.

La solicitud de autorización de los anuncios reglamentados en el presente artículo, se efectuará de acuerdo a lo consignado en el Título IV del presente Código, en lo que corresponda y de acuerdo a la modalidad publicitaria solicitada.

Los derechos de publicidad quedarán exentos acorde a lo consignado por la Ordenanza Impositiva vigente.

Este tipo de anuncios se permitirá bajo las siguientes condiciones que se consignan a continuación:

Mediante placas de material rígido o semi-rígido con una superficie máxima de 0,50 m<sup>2</sup>. La instalación de estos tipos de anuncios deberá realizarse de modo de no causar ningún perjuicio al soporte existente y permitir una fácil remoción:

Se requerirá la conformidad para la instalación del anuncio del organismo titular de los soportes a utilizar. No deberán en ningún caso exceder una distancia mínima de 0,50 m del cordón.

En muros y cercos que encierren baldíos exclusivamente, con la autorización de sus propietarios, acorde a los procedimientos fijados por el presente Código y la condición del responsable de restaurar y/o recuperar el muro o tapia a sus condiciones originales, dentro del plazo fijado en el presente artículo.

A través de anuncios frontales o banderolas con autorización del propietario.

La Comisión del Código de Publicidad frente a cada período electoral analizará las propuestas y modalidades publicitarias no contempladas en el presente Código, a los fines de su consideración, quedando su resolución y/o reglamentación a cargo del Departamento Ejecutivo Municipal.

## TITULO IX

### DE LAS SANCIONES

Los infractores a las disposiciones de la presente, serán pasibles de las sanciones previstas en el Régimen de Infracciones y Penalidades, siendo solidariamente responsables, salvo prueba eximente en contrario, los beneficiarios de la publicidad efectuada y el propietario del inmueble o vehículo utilizado al efecto.-