

**ORDENANZA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

(B.O.P. nº 65, de 20 marzo de 1990)

(Corrección de errores en B.O.P. nº 130, de 7 de junio de 1990)

**CAPÍTULO I.- DISPOSICIONES GENERALES****ARTÍCULO 1.- OBJETO DE LA ORDENANZA**

1. Esta Ordenanza tiene por objeto establecer el régimen jurídico de la publicidad exterior en el término municipal de Córdoba.
2. Se entiende por publicidad, a estos efectos, toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.
3. Se incluye en el párrafo anterior la publicidad realizada con motivo de elecciones, expresiones religiosas, así como cualquier otra manifestación, oral o escrita, que tenga unos destinatarios públicos, aunque no se realice con fines lucrativos o comerciales.
4. Es publicidad exterior aquella modalidad de actividad publicitaria que utiliza, como vehículo transmisor del mensaje, medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentran en espacios abiertos, transitan por calles o plazas, circulan por vías de comunicación, utilizan medios colectivos de transporte y, en general, permanecen o discurren en lugares o por ámbitos de utilización general.
5. Con carácter meramente enunciativo, se reputará publicidad exterior toda representación gráfica o texto publicitario que se presente en soportes situados en las fachadas, medianeras, cerramientos, postes, farolas, columnas, etc., de los centros urbanos o en el campo; en el interior o exterior de vehículos de servicios públicos; en las zonas de utilización general de estaciones de ferrocarril, empresas de transporte terrestre, aeropuertos, aparcamientos; campos de fútbol, instalaciones deportivas, campings, plazas de toros, etc.; mensajes comerciales transmitidos a través de megáfonos, amplificadores de sonido, etc., de carácter fijo o itinerante, y anuncios luminosos, permanentes o intermitentes, de iluminación propia o reflectante, total o parcialmente publicitarios.

**ARTÍCULO 2.- AMBITO TERRITORIAL Y SUSTANTIVO DE LA ORDENANZA**

Esta Ordenanza se aplicará en todo el término municipal de Córdoba, sin perjuicio de las disposiciones de general aplicación que, excediendo el ámbito municipal, regulen la publicidad, a las que complementará en dicho término municipal y que tendrán carácter supletorio de lo dispuesto en la misma.

**ARTÍCULO 3.- COMPETENCIA MUNICIPAL**

1. La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se basa en las competencias que a los Municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el ARTÍCULO 25 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, en relación con el ARTÍCULO 4 del mismo texto legal, y, en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico-artístico y la seguridad en lugares públicos, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.
2. A estos efectos, son órganos municipales competentes en esta materia:
  - a. El Excmo. Ayuntamiento Pleno
  - b. El Excmo. Sr. Alcalde
  - c. La Comisión Municipal de Gobierno
  - d. El Concejal-Delegado de Gestión y Policía Urbanística, u órgano que le sustituya, en los términos en que se concrete, en cada momento, su delegación
  - e. Cualesquiera otros órganos de gobierno del Ayuntamiento que, por delegación expresa, genérica o especial, de los dos primeros, actúen en el ámbito de aplicación sustantiva y territorial de la Ordenanza.

**ARTÍCULO 4.- PROHIBICIÓN GENERAL**

1. Queda terminantemente prohibida:
    - a. La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud, la mujer y los grupos étnicos, culturales o
-

sociales.

- b. La publicidad engañosa, es decir, aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios (entendidos como las personas, físicas o jurídicas, a las que se dirija el mensaje publicitario o a las que éste alcance), pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor, y aquella que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios.
- c. La publicidad desleal, es decir:
  - d. 1.-La que por su contenido, forma de representación o difusión provoca el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona, empresa o de sus productos, servicios o actividades.
  - 2.- La que induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores, así como la que haga uso injustificado de la denominación, siglas, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones, y, en general, la que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles.
  - 3.- La publicidad comparativa cuando no se apoye en características esenciales, afines y objetivamente de los productos o servicios, o cuando se contrapongan bienes o servicios con otros no similares o desconocidos, o de limitada participación en el mercado.
- e. La publicidad subliminal, es decir, la que mediante técnicas de producción de estímulos o de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.
- f. La publicidad de bebidas alcohólicas y de tabacos en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo.

## 2. Asimismo, queda prohibida la publicidad:

- a. Sobre bienes declarados de interés cultural, al tratarse de Monumentos, Jardines, Conjuntos y Sitios Históricos, así como Zonas Arqueológicas de conformidad con la Ley 16/1985, de 25 de Junio, de Patrimonio Histórico Español y demás legislación complementaria y autonómica sobre esta materia.
- b. Sobre los templos dedicados al culto, aunque no ostenten la calificación prevista en el apartado a) de este número, en los cementerios y sobre las estatuas de plazas, vías y parques públicos.
- c. En los Espacios Naturales Protegidos, ya se trate de Parques, Reservas Naturales, Monumentos Naturales, Paisajes Protegidos, Parajes Naturales, Parques Periurbanos y Reservas Naturales Concertadas, en los términos de las Leyes 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres, y 2/1989, de 18 de julio, del Parlamento Andaluz, por la que se aprueba el Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía y se establecen medidas adicionales para su protección.
- d. En las áreas comprendidas en los Planes Especiales previstos en el ARTÍCULO 17,1º del Real Decreto 1.346/1976, de 9 de abril, por el que se aprobó el Texto Refundido de la Ley del Suelo, o normas que la desarrollen o complementen o, en el futuro, la sustituyan.
- e. En curvas, cruces, cambios de rasante, confluencias de arterias y, en general, en las carreteras, salvo en los tramos urbanos (en la forma prevista en la Ley 25/1988, de 29 de julio, de Carreteras), así como en las vías férreas, calles o plazas, calzadas y pavimentos, en que se pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.
- f. En aquellas áreas o sectores que puedan impedir o dificultar la contemplación de los edificios o espacios enumerados en los apartados a) y c) de este número.
- g. En aquellas extensiones, zonas o espacios en los que disposiciones especiales lo prohiban de modo expreso.

## 3. Finalmente, se prohíbe toda manifestación de publicidad exterior susceptible de producir miedo o confusión.

### ARTÍCULO 5.- CONDICIONES DE EJERCICIO DE LA PUBLICIDAD

- 1. El ejercicio de la publicidad exterior, en lo que se refiere a los aspectos regulados en esta Ordenanza, se sujeta a licencia y/o autorización municipal, en los términos previstos en la propia Ordenanza para cada tipo de publicidad.
- 2. Con carácter general, sin perjuicio de lo que se dispone en esta Ordenanza para cada modalidad publicitaria, no se permite la fijación directa de carteles sobre edificios, muros, vallas y cercas, sino que habrá de ser utilizados soportes exteriores y otros medios de fijación. En los soportes deberá constar el nombre o razón social de la Empresa propietaria, que se responsabilizará de su conservación y del cumplimiento de las normas vigentes.
- 3. Los anuncios deberán ser de forma regular, dimensiones normalizadas, materiales resistentes y digna presentación estética, según las prescripciones que, para cada tipo de publicidad, establezca el Ayuntamiento, por acuerdo de la Comisión Municipal de Gobierno.
- 4. Asimismo, cuando la presentación del mensaje se efectúe mediante procedimientos internos o externos de iluminación, la instalación eléctrica se acomodará a las normas técnicas de aplicación y, en todo caso:

- a. No deberá producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales
  - b. No inducirá a confusión con señales luminosas ni impedirá su perfecta visibilidad
  - c. No desmerecerá del decoro y estética del lugar en que pretenda ser colocada
1. Finalmente, se considera ilícita toda manifestación de actividad publicitaria que utilice la persona con la sola finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de la atención.

#### **ARTÍCULO 6.- REGIMEN TRIBUTARIO**

El Ayuntamiento, a través de sus Ordenanzas Fiscales, establecerá los tributos (Impuestos, Tasas y/o Precios Públicos) que deberán abonar los que ejerzan la actividad publicitaria regulada en esta Ordenanza, rigiéndose la relación resultante por la Ley 39/1989, de 28 de diciembre, reguladora de las Haciendas Locales, y por la normativa que la desarrolle o complemente.

#### **CAPÍTULO II.- PUBLICIDAD EN VALLAS**

#### **ARTÍCULO 7.- MODALIDADES**

1. La publicidad en vallas, a los efectos de esta Ordenanza, comprende las siguientes modalidades:
  - a. Vallas publicitarias propiamente dichas
  - b. Vallas menores de separación o delimitación de ámbitos
2. La tipología o características de unas y otras se determinará por la Comisión de Gobierno, en función de la ubicación prevista.

#### **ARTÍCULO 8.- VALLAS PUBLICITARIAS EN TERRENOS PRIVADOS**

1. La instalación de vallas publicitarias en terrenos privados está sujeta a Licencia de Obras Menores, salvo que se ubiquen en la cubierta de los edificios, en cuyo caso se sujeta a Licencia de Obras Mayores.
2. Para la misma, se exigirá la presentación de la documentación prevista en el ARTÍCULO 28, 2º de esta Ordenanza o la establecida en las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana de la Ciudad para las Licencias de Obras Mayores.

#### **ARTÍCULO 9.- REGIMEN DE INSTALACIÓN EN EL DOMINIO PÚBLICO**

1. La instalación de vallas publicitarias y menores en el dominio público está sujeta a una doble Licencia municipal:
  - a. Licencia de uso común especial del dominio público, por un máximo de 2 años, renovables hasta 50.
  - b. Licencia de Obra Menor.
2. Para la concesión de la Licencia de Obra Menor a que se refiere el apartado anterior es requisito inexcusable la previa concesión expresa de la Licencia de uso común especial.
3. En cualquier caso, junto a la solicitud de Licencia se acompañará la documentación prevista en el ARTÍCULO 28,2º de esta Ordenanza.

#### **ARTÍCULO 10.- REGIMEN DE LAS LICENCIAS DE USO COMUN ESPECIAL**

1. El número de las Licencias de uso común especial para la instalación de vallas en el dominio público se determinará por acuerdo de la Comisión de Gobierno.
2. Como quiera que dicho número es limitado, la adjudicación de dichas Licencias se efectuará por sorteo, previa convocatoria pública en el Boletín Oficial de la Provincia, Tablón de Edictos del Ayuntamiento y Diario de mayor difusión local.
3. Este sorteo se celebrará en la Casa Consistorial, bajo la presidencia del Excmo. Sr. Alcalde o Capitular que ostente la delegación expresa de aquél en esta materia, actuando de Secretario el que lo sea de la Corporación o el Funcionario en quien delegue expresamente.

A estos efectos, con el fin de posibilitar una mayor concurrencia y explotación, se podrán efectuar lotes con los lugares donde se permita ubicar dichas vallas.

4. Dada la naturaleza de este uso común especial del dominio público, su ejercicio queda supeditado al interés general, ajustándose a los actos de afectación y apertura al uso público del bien de que se trate y a los preceptos de carácter general.
5. Como consecuencia de lo anterior, la Comisión de Gobierno, podrá ordenar la retirada o el traslado de la valla de que se trate a otro emplazamiento, dentro de la zona en que se ubique, cuando circunstancias urbanísticas, de tráfico, estética o cualesquiera otras, debidamente acreditadas, así lo aconsejen. Tratándose de un traslado, deberá efectuarse dentro del plazo de 7 días naturales desde la recepción de la notificación del acuerdo, siendo de cuenta del Ayuntamiento los gastos que se originen, salvo que, por incumplimiento del requerimiento, deban efectuar el traslado los propios Servicios Municipales o un tercero, en que dichos gastos correrán a cargo del titular de la valla, pudiendo exaccionarse por la vía de apremio.
6. Estas Licencias se revocarán en los siguientes casos:
  - a. Por el transcurso del plazo concedido
  - b. Por incumplimiento de las obligaciones, condiciones y requisitos previstos en esta Ordenanza y demás disposiciones en vigor en cada momento o en la propia Licencia.
  - c. Por falta de pago o demora en el abono de las exacciones municipales que graven esta modalidad de publicidad.
  - d. Por incumplimiento de los requerimientos que sobre el desarrollo de la misma efectúe el Ayuntamiento dentro del ámbito de sus competencias y los preceptos en cada momento en vigor.
  - e. Por la concurrencia de alguna de las causas de revocación de Licencias previstas en el ARTÍCULO 16 del vigente Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales, de 17 de junio de 1.955 (o en la norma que, en el futuro, pueda sustituirlo), con los efectos previstos en el mismo.
7. Esta Licencia no amparará una edificación o instalación que, por sus características, suponga una permanencia absoluta en el dominio público o una transformación sustancial de éste, que llevaría a tipificarla como ocupación del mismo y, por ende, a regirse a través de concesión demanial.

### **CAPÍTULO III.- PUBLICIDAD EN MOBILIARIO URBANO**

#### **ARTÍCULO 11.- PROHIBICIÓN GENERAL**

1. Con carácter general, queda prohibida la fijación de publicidad en el mobiliario urbano, es decir, quioscos, farolas, papeleras, juegos infantiles, buzones de servicios, arbolado, bancos, postes, elementos decorativos, etc.
2. Cualquier excepción a esta prohibición deberá ser acordada expresamente por la Comisión de Gobierno, previo dictamen favorable de la Comisión Informativa de Policía Urbanística y Vía Pública (o la que en el futuro la sustituya).

#### **ARTÍCULO 12.- BANDEROLAS, COLUMNAS, INDICADORES, ETC.**

1. La instalación de banderolas, columnas informativas, indicadores, pancartas, anuncios diversos, etc. está sujeta a las previas Licencias municipales expresas previstas para las vallas menores en el dominio público.
2. La Comisión de Gobierno, en función de las zonas de ubicación, determinará la tipología y características de estos elementos publicitarios, a las que deberán acogerse los de nueva instalación y, en los términos de la Disposición Transitoria de esta Ordenanza, los actualmente fijados.

### **CAPÍTULO IV.- PUBLICIDAD DINAMICA**

#### **ARTÍCULO 13.- PUBLICIDAD MEGAFÓNICA**

1. La publicidad megafónica o acústica sólo puede desarrollarse dentro de los horarios oficiales del comercio o especialmente autorizados en cada caso, previa Licencia municipal expresa que se otorgará previo dictamen favorable de la Comisión Informativa de Policía Urbanística y Vía Pública (o de la que, en el futuro, la sustituya) y que se entenderá concedida por silencio administrativo positivo al transcurrir un mes desde la solicitud sin notificarse resolución expresa.
2. En ningún caso podrán sobrepasarse en el ejercicio de este tipo de publicidad, en función de la zona en que se desarrolle, los siguientes decibelios, ponderados de acuerdo con la escala normalizada A(dBA):
  - a. Zona con equipamiento sanitario, 45
  - b. Zona con residencia, servicios terciarios no comerciales o equipamientos no sanitarios, 55.
  - c. Zona con predominancia de actividades comerciales, 65.
  - d. Zona con predominancia de actividades industriales o servicios urbanos excepto servicios de la Administración, 70.

3. Queda taxativamente prohibido el esparcimiento de octavillas y otros elementos publicitarios desde los vehículos en que se efectúe esta modalidad publicitaria.

#### **ARTÍCULO 14.- PUBLICIDAD A MANO**

El reparto manual de octavillas o de cualquier otro tipo de soporte publicitario está sometido a la previa Licencia municipal, en los términos del apartado 1º del artículo anterior, debiendo efectuarse tuitivamente, por lo que queda prohibido su esparcimiento indiscriminado.

#### **ARTÍCULO 15.- OTROS SUPUESTOS**

La publicidad a través de medios móviles prevista o no en los dos artículos anteriores está sujeta, además de a la previa Licencia Municipal, a las siguientes prescripciones:

- a. No se utilizarán las superficies delanteras de dichos medios
- b. No se permite la colocación de bastidores o, en general, soportes del mensaje sobre vehículos automóviles cuando sobresalgan lateralmente de éstos en forma que contravenga los preceptos contenidos en el vigente Código de la Circulación.
- c. No se permite la utilización de sustancias reflectantes, colores o composiciones que puedan inducir a confusión con señales luminosas u obstaculizar el tráfico rodado.

### **CAPÍTULO V.- PUBLICIDAD DE ESPECTACULOS**

#### **ARTÍCULO 16.- DISPOSICIÓN GENERAL**

Sin perjuicio de las previsiones sobre soportes, horarios, régimen tributario, etc., contenidas en esta Ordenanza en función del tipo de publicidad que se ejerza, la publicidad de espectáculos se atenderá específicamente a lo dispuesto en este Capítulo.

#### **ARTÍCULO 17.- PROHIBICIÓN GENERAL**

1. La publicidad de espectáculos cinematográficos, teatrales o de cualquier índole, que contenga imágenes obscenas o expresiones contrarias a los principios básicos de la moral sexual colectiva y buenas costumbres, solamente podrá efectuarse en el interior de los locales en que se celebren legalmente dichos espectáculos.
2. En consecuencia, queda prohibida dicha publicidad en el exterior de los locales, vallas publicitarias, carteles informativos o publicitarios, mobiliario urbano y demás soportes de publicidad exterior.
3. Queda, asimismo, prohibido cualquier tipo de publicidad sobre actividades, publicaciones y objetos contrarios a dicha moral y buenas costumbres, debiendo efectuarse la relativa a publicaciones y objetos solamente en el interior de los establecimientos específicamente dedicados a esta actividad, a que se refiere el artículo 3 del Real Decreto 1.189/1982, de 4 de junio, sobre regulación de determinadas actividades inconvenientes o peligrosas para la juventud y la infancia (Boletín Oficial del Estado nº 138, de 10 de junio de 1.982).

### **CAPÍTULO VI.- PUBLICIDAD AEREA**

#### **ARTÍCULO 18.- CONCEPTO**

Se entiende como publicidad aérea, a los efectos de esta Ordenanza, la realizada desde el aire por medio de aviones, globos aerostáticos y cualquier otro artilugio que se le eleve sobre la rasante del terreno por encima de la altura máxima de las edificaciones según lo previsto en el Plan General de Ordenación Urbana de la Ciudad.

#### **ARTÍCULO 19.- EJERCICIO DE LA MISMA**

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa específica reguladora de este tipo de publicidad (en concreto, el Decreto de 13 de agosto de 1.948, por el que se reglamentó la propaganda comercial realizada desde el aire -Boletín Oficial del Estado nº 281, de 7 de octubre- y la Orden de 20 de diciembre de 1.966, sobre Reglamentación de la Propaganda Comercial Aérea -Boletín Oficial del Estado nº 306, de 24 de diciembre-, o cualesquiera normas que en el futuro se dicten o la sustituya), el ejercicio de esta modalidad publicitaria está prohibido en el término municipal de Córdoba, en atención a los riesgos que a la seguridad pública puede comportar.
  2. No obstante la prohibición general establecida en el apartado anterior, excepcionalmente, podrá autorizarse la publicidad con globos aerostáticos, a través de Licencia concedida por Decreto del Excmo. Sr. Alcalde u órgano corporativo que actúe con delegación expresa del mismo en la materia, previa acreditación del cumplimiento de la normativa señalada en dicho apartado y, especialmente, de la suscripción del correspondiente seguro frente a terceros.
  3. En este caso, el vuelo publicitario deberá efectuarse en zonas libres y nunca sobre edificaciones o áreas consolidadas por la edificación.
-

## CAPÍTULO VII.- PUBLICIDAD EN CERRAMIENTOS Y OTROS

### ARTÍCULO 20.- PROHIBICIÓN GENERAL

Sin perjuicio de lo establecido en los artículos 4 y 5 de esta Ordenanza, queda expresamente prohibida la fijación directa de publicidad en cerramientos, muros, vallas y cercas, salvo autorización expresa a través de Licencia otorgada por el Excmo. Sr. Alcalde u órgano corporativo que actúe con delegación expresa del mismo en la materia, que se otorgará en el plazo de quince días, a solicitud escrita del interesado, a la que se acompañará copia del mensaje a fijar, plano de emplazamiento del lugar en que se pretenda fijar, periodo de exposición y autorización del titular del inmueble que actúe como soporte de esta publicidad.

### ARTÍCULO 21.- CONDICIONES DE EJERCICIO

La autorización municipal para efectuar este tipo de publicidad lleva implícita la obligación de limpiar el espacio o zona utilizado como soporte y de retirar, en las 24 horas siguientes a la finalización del plazo de fijación autorizado, los elementos publicitarios y sus correspondientes accesorios, quedando expresamente prohibido desgarrar, arrancar y arrojar a la vía pública los carteles y anuncios fijados, cuya retirada se efectuará por las empresas, entidades o particulares anunciantes, sin que, en caso alguno, puedan dejarlos abandonados en la vía pública, solares, etc.

### ARTÍCULO 22.- RESPONSABLES

Serán responsables de la contravención de estas prescripciones los anunciantes, los anunciados y, subsidiariamente, los propietarios de los inmuebles en que se fije, quienes serán también responsables directos si, por el abandono en que tienen los inmuebles, propician la fijación de esta publicidad.

### ARTÍCULO 23.- OTROS SUPUESTOS

Las previsiones contenidas en los preceptos anteriores de este capítulo se extienden a la fijación de publicidad en edificios ruinosos, establecimientos comerciales cerrados e inmuebles en general.

## CAPÍTULO VIII.- PUBLICIDAD ELECTORAL

### ARTÍCULO 24.- DISPOSICIÓN GENERAL

La publicidad electoral se ajustará a lo dispuesto en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

### ARTÍCULO 25.- USO DE MEGAFONÍA

La publicidad megafónica o acústica en las campañas electorales se ajustará a lo dispuesto en el artículo 13 de esta Ordenanza, quedando exenta del abono de exacciones fiscales municipales y de la previa Licencia Municipal expresa.

### ARTÍCULO 26.- LUGARES DE FIJACIÓN DE PUBLICIDAD

1. El Ayuntamiento, a tenor de lo dispuesto en los artículos 55 y 56 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, determinará lugares especiales para la colocación gratuita de carteles.
2. Fuera de estos lugares, los partidos, asociaciones, coaliciones o federaciones y las candidaturas sólo pueden colocar carteles, adhesivos o cualquier otro tipo de publicidad similar en los espacios comerciales autorizados, rigiendo las prohibiciones, el régimen de autorizaciones o Licencias, etc., previsto en esta Ordenanza para la restante publicidad.

## CAPÍTULO IX.- PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

### ARTÍCULO 27.- DISPOSICIÓN GENERAL

1. Los establecimientos comerciales, industriales y de servicios adecuarán su publicidad a la normativa especial que rija, en su caso la actividad que les es propia.
2. Al margen de lo anterior, la colocación de rótulos, carteles, banderas y anuncios, luminosos o no, o cualquier otro tipo de instalación publicitaria en el local de que se trate, se ajustará a las normas estéticas, urbanísticas y de seguridad en cada momento en vigor, contenidas en esta Ordenanza, el Plan General de Ordenación Urbana de la Ciudad y las Reglamentaciones Técnicas aplicables, respectivamente.

Como regla general, a salvo de las prescripciones especiales al efecto según lo dispuesto en el apartado siguiente, los rótulos, banderas y anuncios que se coloquen como elementos salientes de la línea de fachada de los locales deberán ajustarse a las siguientes prescripciones:

- a. Altura: no inferior a 3 m. por encima de la rasante de la acera
  - b. Vuelo: No rebasará en todo punto una distancia igual al ancho de la acera menos 60 cm. Y con un máximo de 1'50 m., sin que en caso alguno sea superior al vuelo máximo de cuerpos salientes correspondientes a la calle.
1. En cualquier caso, se estará a las Ordenanzas de Zonas previstas en el Plan General de Ordenación Urbana, en cuanto a la colocación, características, etc. de estos rótulos, banderas y anuncios.

#### **ARTÍCULO 28.- LICENCIA MUNICIPAL**

1. La colocación de los rótulos y anuncios regulados en este Capítulo está sujeta a Licencia Municipal, en su modalidad de Licencia de Obras Menor, salvo los situados sobre la cubierta de los edificios, que están sujetos a Licencia de Obra Mayor, rigiéndose por las normas del Plan General de Ordenación Urbana relativas a este tipo de Licencia.
2. Junto a la solicitud de Licencia de Obra Menor, y sin perjuicio de lo que se disponga específicamente en la Ordenanza Municipal de Obras Menores, se presentará la siguiente documentación:
  - a. Planos firmados por Técnico competente y visados por el Colegio Profesional correspondiente, donde se grafien claramente las obras objeto de la petición y se justifique que, como consecuencia de las mismas, no se altera el contenido básico de las Ordenanzas de Edificación y, en especial, las que se refieren al Casco Histórico.
  - b. Especificación del Técnico que se hará cargo de la dirección de la obra.
  - c. Plano de emplazamiento de la cartografía municipal a escala 1:2.000.
  - d. Presupuesto de las obras a ejecutar, suscrito por el Técnico competente y visado por su Colegio Profesional.

#### **ARTÍCULO 29.- CASCO HISTÓRICO**

La colocación de rótulos, anuncios, carteles, banderas, etc., en los establecimientos comerciales, industriales y de servicios sitos en el Casco Histórico de la ciudad se regulará por lo previsto en el Capítulo XI de esta Ordenanza y por la Ordenanza Municipal del Casco Histórico.

#### **ARTÍCULO 30.- OTROS SUPUESTOS**

La publicidad de los establecimientos comerciales, industriales y de servicios no regulada en este Capítulo de la Ordenanza, se ajustará a lo dispuesto en la misma según la tipología del soporte utilizado, sus características, etc.

### **CAPÍTULO X.- PINTADAS**

#### **ARTÍCULO 31.- PROHIBICIÓN GENERAL**

1. Queda prohibida la realización de pintadas en los términos previstos en los artículos 4,5 y 20 de esta Ordenanza para la fijación de publicidad en general.
2. Sin perjuicio de lo anterior, el Ayuntamiento podrá canalizar esta modalidad de publicidad en lugares al efecto, cuando comporte una expresión artística, sociocultural, etc., siempre que no se atente al decoro y entorno urbano y a la dignidad de la persona y no se vulneren los valores y derechos reconocidos en la Constitución.

#### **ARTÍCULO 32.- DIBUJOS EN PAVIMENTOS**

Quedan, asimismo, prohibidos los dibujos, pinturas o cualquier otra forma de expresión gráfica en las aceras y calzadas de calles, plazas, etc., salvo que se cuente con autorización municipal expresa del Excmo. Sr. Alcalde u órgano corporativo que actúe con delegación expresa del mismo en la materia, que podrá concederse cuando, cumpliéndose lo previsto en el nº 2 del artículo anterior, no se perturbe el normal deambular de personas y vehículos en el lugar de que se trate.

#### **ARTÍCULO 33.- RESPONSABLES**

Serán responsables de la contravención de estas prohibiciones los que directamente ejecuten dichas pintadas y los que las motivaren o encargaren su realización.

#### **ARTÍCULO 34.- OBLIGACIÓN DE REPONER**

Además del abono de la sanción que corresponda por incumplimiento de los preceptos anteriores, los sujetos responsables, personas físicas o jurídicas (en este caso, sus representantes legales), están obligados a la reposición o restauración de los daños producidos, ejecutando los trabajos que sean precisos a tal necesidad, acudiéndose en caso de incumplimiento a la ejecución subsidiaria con cargo a los mismos.

**CAPÍTULO XI.- PUBLICIDAD EN CASCO HISTORICO****ARTÍCULO 35.- REGULACIÓN GENERAL**

La publicidad, en cualquiera de sus vertientes, en el Casco Histórico de la ciudad se regulará por la Ordenanza Municipal del Casco Histórico, sin perjuicio de la normativa general aplicable a este tipo de zonas y, en concreto, de las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana de la Ciudad y de la prevista en esta Ordenanza.

**ARTÍCULO 36.- PUBLICIDAD EN ESTABLECIMIENTOS**

1. Queda taxativamente prohibida la instalación de soportes publicitarios cuyos elementos sean de acero, aluminio, etc., que no tengan un tratamiento o pintado adicional acorde con los materiales tradicionales, así como los materiales plásticos y los rótulos luminosos.
2. Puede emplearse rótulos en forma de bandera, en materiales metálicos en las condiciones señaladas en el apartado anterior o de madera, siempre que no sobresalgan del ancho del acerado y con un vuelo máximo de 75 centímetros.
3. Asimismo, se permiten los rótulos murales en fachadas únicamente en planta baja, haciéndolos coincidir sobre los huecos y con una altura máxima de 50 centímetros, de los mismos materiales previstos en el apartado anterior.
4. Sólo podrá establecerse por cada local o establecimiento un rótulo mural o, en su caso, uno de bandera.

**ARTÍCULO 37.- OTROS SUPUESTOS**

Cualquier otro tipo de publicidad, indicadores, etc., se acomodará a lo dispuesto en la Ordenanza del Casco Histórico y a las previsiones específicas contenidas en ésta, quedando expresamente prohibida la fijación directa en edificios, cerramientos, etc.

**ARTÍCULO 38.-LICENCIA MUNICIPAL**

1. En todo caso, la colocación de rótulos, anuncios, y cualquier publicidad en el Casco Histórico está sujeta a Licencia Municipal de Obra Menor.
2. A la solicitud de esta Licencia, y sin perjuicio de lo que disponga al efecto la Ordenanza Municipal de Obras Menores, se acompañará la siguiente documentación específica para estos casos:
  - a. Descripción de las características tipológicas del edificio, así como de sus elementos de composición y orden arquitectónico.
  - b. Justificación de la adecuación de la instalación que se pretende a las características del entorno, estudiando su integración morfológica.
  - c. Reportaje fotográfico del frente de manzana del edificio y entorno en que se pretenda realizar la instalación
  - d. La documentación prevista en el artículo 28,2º de esta Ordenanza.

**CAPÍTULO XII.- USUARIOS Y CONSUMIDORES****ARTÍCULO 39.- DISPOSICIÓN GENERAL**

La publicidad de los productos, actividades y servicios se ajustará a la naturaleza, características, condiciones, utilidad o finalidad que les es propia, en defensa de los usuarios y consumidores, acomodándose a lo dispuesto en esta Ordenanza en cuanto a su ejercicio en el ámbito de la misma.

**ARTÍCULO 40.- PUBLICIDAD DE TABACOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

1. La publicidad de bebidas alcohólicas y de tabacos queda expresamente prohibida en los lugares donde esté prohibida su venta o consumo, es decir, en:
  - a. Establecimientos sanitarios, escolares y en los destinados preferentemente a la atención de la infancia y de la juventud.
  - b. Los vehículos o medios de transporte colectivo, urbano o interurbano, de transporte escolar y en todos los destinados total o parcialmente al transporte de menores de 16 años y enfermos, así como en los transportes ferroviarios y en los del servicio de Auto-Taxi y Auto-Turismo.
  - c. Los lugares donde existe mayor riesgo a la salud del trabajador por combinar la nocividad del tabaco con el perjuicio ocasionado por el contaminante industrial.
  - d. Cualquier área laboral donde trabajen mujeres embarazadas.



- e. Centros de atención social destinados a menores de 16 años.
- f. Zonas de las oficinas de las Administraciones Públicas.
- g. Locales donde se elaboren, transformen, preparen o expendan alimentos.
- h. Salas de uso público general, lectura y exposición.
- i. Locales comerciales cerrados con frecuente congregación de personas.
- j. Salas de teatro, cinematógrafos y otros espectáculos públicos y deportivos.
- k. Ascensores y elevadores.
- l. Cualquier otro lugar en que así se establezca legalmente.

2. En los supuestos no contemplados en el apartado anterior, esta publicidad no podrá utilizar argumentos dirigidos a menores de edad ni los fundados en alusiones a la eficacia social del consumo del tabaco o del alcohol, estando expresamente prohibida la intervención de menores de 18 años en la realización de los anuncios.

3. Asimismo, se evitará la inducción directa o indirecta al consumo del tabaco y el alcohol.

4. En lo no dispuesto en esta Ordenanza se estará a la normativa comunitaria, estatal y autonómica sobre la materia.

### **CAPÍTULO XIII.- DISPOSICIONES DE POLICÍA Y RÉGIMEN SANCIONADOR**

#### **ARTÍCULO 41.- DISPOSICIÓN GENERAL**

Sin perjuicio del régimen sancionador previsto en la normativa específica de publicidad, corresponde al Ayuntamiento la inspección y sanción, en su caso, del cumplimiento e infracción, respectivamente, de lo dispuesto en esta Ordenanza.

#### **ARTÍCULO 42.- DELEGACION DE COMPETENCIAS**

La potestad sancionadora compete al Excmo. Sr. Alcalde o al órgano corporativo que actúe con delegación expresa en la materia.

#### **ARTÍCULO 43.- SANCION**

1. Las infracciones a las disposiciones de esta Ordenanza, en lo que al ámbito municipal se refiere, a salvo de las que puedan imponerse según la normativa general y Especial sobre Publicidad, se sancionarán con una multa de 15.000 pesetas cada una.
2. En el caso de que legal o reglamentariamente se establezca otro tipo de sanción o se incremente la cuantía de la multa, automáticamente se entenderá modificada esta Ordenanza en dicho sentido.
3. Para la imposición de las sanciones se sustanciará el oportuno expediente sancionador en la forma prevista en el artículo 45 de esta Ordenanza.

#### **ARTÍCULO 44.- RESPONSABLES**

1. A los efectos previstos en este Capítulo y en la Ordenanza en general, son responsables de las infracciones cometidas, directamente, los que las realicen por actos propios o por los de aquellos de quienes se deba responder de acuerdo con la legislación vigente.
2. Tratándose de personas jurídicas, comunidades de bienes, comunidades de vecinos o cualquier otro tipo de asociación, tenga o no personalidad jurídica, la responsabilidad se atribuirá a las mismas y en su caso, a la persona que legalmente las represente.
3. En los términos previstos en esta Ordenanza, podrá exigirse la responsabilidad solidaria cuando la imputación y sanción de la infracción sea residenciable en dos o más personas físicas o jurídicas o asociaciones o comunidades a que se refiere el apartado anterior.

#### **ARTÍCULO 45.- PROCEDIMIENTO SANCIONADOR**

1. El procedimiento sancionador se incoará por Decreto del Excmo. Sr. Alcalde o del Concejal que ostente la delegación a que se refiere el artículo 42 de esta Ordenanza, a instancia de parte o de oficio, por acta o denuncia de los Servicios Municipales.
2. No obstante, ante de decretar esta incoación, podrá acordarse la instrucción de una información reservada, a resultas de la cual podrá acordarse la efectiva incoación o, en su caso, el archivo de las actuaciones.
3. En el Decreto de incoación se nombrará un Instructor y un Secretario, notificándose al inculpaado y aplicándose las

normas sobre abstención y recusación previstas en la Ley de Procedimiento Administrativo, de 17 de julio de 1.958.

4. El Instructor ordenará la práctica de cuantas pruebas y actuaciones conduzcan al esclarecimiento de los hechos y determinar las responsabilidades susceptibles de sanción.
5. A la vista de las actuaciones practicadas, se formulará un Pliego de Cargos en el plazo máximo de 1 mes desde la incoación del expediente, comprendiendo en el mismo los hechos imputados, con expresión de la infracción presuntamente cometida y de las sanciones que puedan ser de aplicación.
6. El Pliego de Cargos se notificará al inculpado, concediéndosele el plazo de 8 días hábiles para que pueda contestarlo.
7. Contestado el Pliego de Cargos o transcurrido el plazo para hacerlo el Instructor formulará Propuesta de Resolución, que se notificará al inculpado, para que, en el plazo de 8 días hábiles pueda alegar cuanto considere conveniente a su defensa.
8. Transcurrido este plazo, se hayan producido o no alegaciones, se remitirá la Propuesta de Resolución, con todo lo actuado, al órgano que ordenó la incoación del procedimiento, si no es el mismo que actúa como Instructor, para que lo resuelva, con pronunciamiento expreso sobre las medidas provisionales que se hubieren acordado en su caso, notificándose la resolución al interesado y, en su caso, a los denunciante.
9. Cuando al comienzo, durante o al final del procedimiento se intentare la notificación o desarrollo de las actuaciones respecto del inculpado y éste, directa o indirectamente, impidiera su realización se seguirán las mismas en rebeldía, exponiéndose en el Tablón de Edictos del Ayuntamiento.

#### **ARTÍCULO 46.- MEDIDAS COMPLEMENTARIAS**

1. La tramitación e imposición, en su caso, de sanciones es independiente de la potestad del Ayuntamiento de exigir la adopción de las medidas complementarias que sean necesarias para erradicar la publicidad indebidamente realizada, a cuyos efectos emanará las órdenes de ejecución pertinentes en ejercicio de su potestad de policía y de defensa del dominio público.
2. Sin perjuicio de dicha potestad sancionadora, en caso de incumplimiento de los deberes que les incumben en la materia, tras requerimiento al efecto, se podrá efectuar la ejecución subsidiaria por el Ayuntamiento, por cuenta de los responsables y al margen de las indemnizaciones a que hubiere lugar.
3. No será necesario requerimiento previo, pudiendo procederse de modo inmediato a la ejecución, cuando de la persistencia de la situación pudiere derivarse un peligro inminente para la seguridad pública, de las personas o bienes, los recursos naturales o el medio ambiente.

#### **ARTÍCULO 47. OBLIGACIÓN DE REPONER**

1. Los infractores estarán obligados a la reposición o restauración de los daños producidos, que podrá comprender la destrucción o demolición de las instalaciones o soportes establecidos y, en general, la ejecución de cuantos trabajos sean precisos para tal finalidad en la forma y condiciones fijadas por el órgano que impuso la sanción.
2. El responsable de las infracciones debe indemnizar los daños y perjuicios causados.

### **CAPÍTULO XIV.- DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

#### **DISPOSICIÓN TRANSITORIA**

1. En el plazo de 6 meses desde la entrada en vigor de la presente Ordenanza deberá acomodarse la publicidad actualmente en la ciudad, con autorización del Ayuntamiento, a las prescripciones previstas en la misma.
2. Tratándose de publicidad indebidamente fijada, el plazo de adaptación o, en su caso, erradicación si no se logra su legalización, será de dos meses.

#### **DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango, incluidos Bandos de la Alcaldía, regulen las materias contenidas en esta Ordenanza, en cuanto las contradigan o sean incompatibles con la misma.

#### **DISPOSICIÓN ADICIONAL**

Se faculta expresamente al Alcalde u órgano que actúe por delegación expresa del mismo en esta materia para interpretar, aclarar, desarrollar y ejecutar las prescripciones de esta Ordenanza, así como para suplir, transitoriamente por razones de urgencia y hasta que exista pronunciamiento en la primera sesión que celebre a continuación el Pleno del Ayuntamiento, los vacíos normativos que pudieren existir en la misma.

#### **DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA**

En lo no dispuesto en esta Ordenanza, se estará a lo dispuesto en la normativa comunitaria, estatal y autonómica sobre la materia, señaladamente la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y la normativa que la desarrolle y complemente, ya sea sectorial, ya de Régimen Local.

#### **DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA**

La presente Ordenanza Municipal de Publicidad Exterior, que consta de 47 artículos, una Disposición Transitoria, una Disposición Derogatoria, una Disposición Adicional y dos Disposiciones Finales, fue aprobada definitivamente por el Excmo. Ayuntamiento Pleno por acuerdo número 80/1.990, de 1 de marzo, y entrará en vigor en los términos del artículo 70,2º de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.