

MUNICIPALIDAD DE TANTI

Belgrano 142 - (5155) Tanti - Córdoba

Tel/Fax.: (03541) 498170/498250

E.mail: municipianti@datacoopcordoba.com.ar

ORDENANZA Nro. 046/2000

CODIGO DE PUBLICIDAD

V I S T O :

La Ordenanza Municipal Nro. 1715 del 20 de junio de 1987, de la Municipalidad de Villa Carlos Paz; la Ley Orgánica Municipal Nro. 8102/91 (art. 30 inc. 23); y

CONSIDERANDO:

Que es responsabilidad ineludible de la Municipalidad, velar por el mantenimiento del orden y buen aspecto en el equipamiento urbano, el uso de la vía pública y el impacto visual de la localidad de Tanti.

Que para ello es necesario contar con una adecuada norma escrita para control de la instalación de todos los carteles publicitarios, de todo tipo, que se hagan visibles dentro del radio urbano.

Que la Ordenanza dictada en la materia, por la Municipalidad de Villa Carlos Paz, tiene una vigencia de trece años y habiendo demostrado su eficacia, es adecuado tomarla como modelo de la presente.

Que por ello, y

ATENTO:

A las atribuciones que le son propias,

**EL CONCEJO DELIBERANTE DE LA
MUNICIPALIDAD DE TANTI
SANCIONA CON FUERZA DE
ORDENANZA**

TITULO I

CAPITULO I

Del dominio público

Art. 1ro.: Las normas de este Código regulan la publicidad que se efectúa mediante anuncios:

a) En el Dominio Público Municipal o susceptibles de ser percibidos desde éste.

b) En lugares de acceso público sujetos a la jurisdicción de la Municipalidad de Tanti.

No se hallan comprendidos en la presente reglamentación la actividad publicitaria exteriorizada en diarios, revistas, libros, televisión y/o radiofonía.



CAPITULO II
De los fines

Art. 2do.: Las normas de este Código tienen la finalidad de salvaguardar la seguridad, comodidad y moralidad públicas en el Municipio de Tantí y preservar y promover los valores culturales, éticos, estéticos, paisajísticos, urbanísticos e históricos en el ámbito municipal.

CAPITULO III
De las definiciones

Art. 3ro.: A las de este Código entendiéndose por:

a) Anuncio Publicitario: Cualquier tipo de leyenda, inscripción, signo, símbolos o estructuras que tiendan a hacer conocer o divulgar hechos, actividades, noticias, bienes o circunstancias semejantes, al público en general, con o sin fines comerciales.

a1) Anuncio Publicitario Iluminado: El que recibe luz artificial de una fuente exterior a él.

a2) Anuncio Publicitario Luminoso: Es el que en todas sus leyendas, símbolos, etc. emite luz artificial de una fuente que forma parte de él mismo.

a3) Anuncio Publicitario Animado: El que posea movimiento por articulación de sus partes o produce sensación de movimiento por efecto de procesos luminotécnicos o de cualquier otro carácter.

a4) Anuncio Publicitario Móvil: El que está destinado a ser trasladado por medios humanos, animales, mecánicos, o cualquier otro con capacidad de locomoción.

a5) Anuncio Publicitario Simple: El que no es iluminado, luminoso, animado ni móvil, incluyéndose en esta clase los volantes, las muestras gratis de productos que se distribuyen con fines publicitarios.

a6) Anuncio Publicitario Saliente: El que fijado hacia el dominio público, rebasa en más de veinte (20) centímetros, el plano de la edificación en que estuviera colocado.

b) Letreros: Es el anuncio publicitario que tiende exclusivamente a individualizar denominativamente un local o lugar determinado.

c) Aviso: Es el anuncio publicitario que no tiende exclusivamente a individualizar denominativamente un lugar determinado o local.

d) Afiche: Es el anuncio impreso para ser fijado en cartelera o pantallas.

e) Cartelera: Es el elemento destinado exclusivamente y específicamente a la fijación de afiches que cumplimenten las exigencias en el Artículo 12º del presente Ordenamiento.

f) Pantallas: Es el elemento publicitario instalado en el dominio público destinado a la colocación de afiches u otros tipos de anuncios que cumplimenten las exigencias provistas en el Artículo 13º del presente Ordenamiento.

g) Anunciante: Es la persona física o jurídica que, a los fines de su industria o comercio, profesión o actividad, utilice cualquier tipo de anuncio publicitario con o sin intervención de otros sujetos.

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

h) Agente de Publicidad: Es la persona física o jurídica que toma a su cargo, por orden de terceros, servicios vinculados a la actividad publicitaria.

i) Industrial Publicitario: Es la persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta o instala cualquiera de los elementos materiales usados en la actividad publicitaria.

j) Fijador de Afiches: Es la persona física o jurídica que toma a su cargo, por orden de terceros, la colocación de afiches.

k) Distribuidor de Volantes o Muestras: Es la persona física o jurídica que toma a su cargo la distribución de volantes o muestras gratis en ámbitos publicitarios.

l) Visación Previa: Es la certificación municipal por la que se da fe que un proyecto de anuncio que cumplimenta las disposiciones de este Código y que consecuentemente, habilita al interesado a iniciar el trámite de aprobación.

m) Aprobación: Es el acto municipal con referencia a un anuncio que, contando con visación previa, se ha verificado que se ha instalado de acuerdo a la misma y adecuándose a las normas de este Código.

n) Autorización: Es el acto municipal dictado con referencia a un anuncio que, no requiriendo visación previa, habilita al interesado a realizarlo de acuerdo a las disposiciones pertinentes de esta Código.

ñ) Color Característico: Es aquel que se podrá señalar a cada agente publicitario para que, obligatoriamente lo emplee en la pintura del marco y contramarco de las carteleras de que sea responsable.

o) Número de Anuncio: Es aquel que se podrá asignar a cada anuncio aprobado o autorizado con obligación para el responsable de pintarlo o imprimirlo en el elemento publicitario.

CAPITULO IV

De los procedimientos y organismos de aplicación

Art. 4to: Las actividades publicitarias que se realicen mediante los anuncios de que se trata en este Código, estarán sujetas a visaciones previas, autorizaciones y aprobaciones municipales que fueran pertinentes por parte de la Dirección de Obras y Servicios Públicos.

Asimismo la Secretaría de Gobierno y Hacienda regulará la contribución que se hará efectiva a razón de toda actividad publicitaria y aplicará las multas realizadas.

Art. 5to: La reglamentación de este Código, establecerá los procedimientos mediante los cuales se otorgarán las visaciones previas, autorizaciones y aprobaciones a que se refiere el artículo anterior, como asimismo los organismos municipales intervinientes.

TITULO II

CAPITULO I

De los requisitos de los anuncios

Art. 6to.: Los anuncios publicitarios de que trata este Código deberán:

- a) Respetar las normas legales.



b) No atentar contra la seguridad o salubridad públicas e incluir un texto explicativo de los efectos nocivos a que conduce el uso de productos tales como el tabaco, bebidas alcohólicas o cualquier otro que crea conveniente la Municipalidad agregar a los enunciados.

c) Ser redactados conforme a las normas de la gramática castellana.

d) Ser compatible con los valores enunciados en el Artículo 2do. del presente Ordenamiento.

Art. 7mo: Los anuncios publicitarios de que trata este Código, deberán cumplimentar las siguientes condiciones.

a) Si fueran salientes:

1) No avanzar más allá del plomo del cordón de la vereda, no pudiendo tener apoyo o sesión de ningún tipo en la vía pública.

2) Si su parte más avanzada no llegara más allá de cincuenta (50) centímetros antes del plomo del cordón de la acera, su parte más baja distará, cuando menos, tres (3) metros del nivel superior de la acera.

3) Si avanzara más allá del límite establecido en el inciso anterior, su parte más baja distará cuando menos cinco (5) metros del nivel superior de la acera.

4) Distarán como mínimo un metro con cincuenta centímetros (1,50 m.) de la línea divisoria de propiedades.

5) No se instalarán, si fuesen luminosos o iluminados, en un radio esférico de cinco (5) metros de las unidades de semáforos, tomando como centro la parte más alta de los cabezales de los mismos.

6) No se fijarán en las ochavas, ni sobre ellas, aún cuando arriba de las mismas se hubiera construido.

b) Si la línea de edificación estuviere retirada por existir jardín obligatorio, los anuncios salientes:

1) Se fijarán sobre la línea de edificación.

2) Sólo podrá avanzar sobre el espacio de jardín hasta un máximo del cincuenta por ciento (50%) del mismo.

3) Deberán respetar las normas previstas en los puntos 4 a 6 del inciso anterior.

c) Si se ubicaren en marquesinas o aleros:

1) No rebasarán las salientes máximas permitidas para estos elementos por el Código de Edificación y Urbanismo vigente en el Municipio de Tanti.

2) Su altura no podrá ser superior a un (1) metro, incluido el espesor de la marquesina o alero.

3) Su parte más baja con respecto al nivel superior de la acera, no será inferior al permitido como altura mínima para marquesinas y aleros por el Código de Edificación y Urbanismo en vigencia.

4) No se instalarán, si fuesen luminosos o iluminados, en un radio esférico de cinco (5) metros de las unidades de semáforos, tomando como centro la parte más alta de los cabezales de los mismos.

d) Si se fijaren en el interior de cines, teatros, auditorium, sólo podrá colocarse:

1) Desde el telón del escenario hasta el telón de fondo.



2) En las paredes de los vestíbulos y descansos, siempre que no reduzcan los anchos mínimos libres establecidos en cada caso por los medios de evacuación que establece el Código de Edificación y Urbanismo.

e) Si se instalaran en el interior de predios privados:

1) Se mantendrán dentro de los planos límites que en cada caso reglamente el Código de Edificación y Urbanismo, respetando retiros y alturas máximas.

2) No afectará las edificaciones allí existentes.

3) Su retiro con respecto a la línea divisoria entre predios no será inferior a un metro con cincuenta centímetros (1.50 m.)

f) Si se instalaran en galerías comerciales, pasajes o espacios cubiertos o no de uso público:

1) Podrán ser salientes, siempre que no avancen más allá de veinte (20) centímetros desde el plano de fachada de los locales y su parte más baja distará como mínimo dos metros con diez centímetros (2.10 m.) del nivel superior del solado.

g) Si se fijaren sobre techos de edificios:

1) Se separarán como mínimo un metro con cincuenta centímetros (1.50 m.) de las líneas divisorias de propiedades.

2) La altura máxima de la parte superior del anuncio y su soporte con respecto al plano de coronamiento del techo no podrá sobrepasar la altura de tanques o sala de máquinas debiendo en todos los casos ser luminosos y utilizarán símbolos recortados.

h) Si se aplicaran sobre vallas provisionales y andamios al frente de obras en construcción:

1) No rebasarán los planos verticales que correspondan a las vallas.

2) No podrán superar los tres (3) metros medidos desde el nivel más alto de la acera.

i) Si fueran afiches:

1) Deberán fijarse en carteleras autorizadas o en pantallas.

2) Deberán ostentar un sello o inscripción o plaqueta que permita identificar el nombre del sujeto publicitario y su domicilio.

j) En los tanques, chimeneas, salas de máquinas de ascensores y cajas de escaleras:

1) Se permitirá la colocación de letreros adosados a los paramentos verticales de los elementos antes mencionados y siempre que los mismos no rebasen el contorno de dichos paramentos y siempre que disten a un metro con cincuenta centímetros (1.50 m.) de la línea divisoria de propiedades.

2) Los letreros serán luminosos o iluminados.

k) Si se realizaran por medio de globos cautivos o medios similares:

1) No podrán amarrarse desde las aceras o calzadas.

2) La distancia mínima entre emplazamiento de globos, no podrá ser inferior a doscientos (200) metros radiales, contados desde la punta de amarre de los mismos.

3) Cumplimentarán los requisitos de emplazamiento, volumen, color, altura y otros semejantes que, según las circunstancias se establezcan por los organismos competentes municipales.



CAPITULO II
De los contenidos

Art. 8vo.: Los anuncios publicitarios de que trata este Código, no deberán:

- a) Emplear idioma extranjero sin su correspondiente traducción o equivalente en castellano. En los casos de películas cinematográficas, obras teatrales, o nombre de espectáculos públicos, cuyos títulos originales sean extranjeros, deberá aparecer su traducción al castellano, en caracteres visiblemente mayores que el título original. Los nombres de mercaderías o locales en idioma extranjero, se los considerará como marcas o distintivos particulares de individualización, por lo que su traducción al castellano será optativa.
- b) Perjudicar a la vecindad de su emplazamiento por el reflejo o brillo de sus luces, frecuencia de su encendido, ruidos excesivos o radiaciones nocivas.
- c) Perjudicar la nomenclatura de las calles, señales de semáforos u otras advertencias públicas.
- d) Ser construidos con materiales que puedan dar lugar a fáciles y/o involuntarias explosiones, incendios o siniestros semejantes, con riesgos o daños de los bienes y/o de la integridad física de las personas.
- e) Atentar contra la seguridad pública por su construcción o colocación.
- f) Perjudicar el tránsito de vehículos o peatones.
- g) Afectar la visibilidad de monumentos, estatuas, puentes, edificios de valor histórico o cultural o vistas de relevancia paisajística.
- h) Tener a la vista los equipos eléctricos o electromecánicos (transformadores, reactancias, etc.).
- i) Reducir la iluminación o ventilación mínima de los locales exigida por el Código de Edificación y Urbanismo vigente.
- j) Hallarse instalados en deficiente estado de conservación o deteriorados o en condiciones distintas de las que fueron autorizadas o aprobadas.

Art. 9no.: No podrán colocarse los anuncios publicitarios de que trata este Código en:

- a) Los monumentos, estatuas, edificios privados de valor histórico o cultural o edificios públicos.
- b) Las plazoletas, plazas, espacios verdes, paseos públicos. En aceras únicamente en pantallas publicitarias.
- c) Los árboles, postes, columnas de alumbrado público, elementos o artefactos destinados a ordenar el tránsito, salvo en los postes indicadores de paradas de vehículos, conforme a lo que se determine reglamentariamente. Tampoco se podrán colocar en postes de teléfonos, electricidad, telegráficos o similares.
- d) Los kioscos, cabinas o instalaciones similares ubicadas en el dominio público, salvo en kioscos de diarios y revistas y en refugios de paradas de transporte colectivo, en ambos casos conformes a lo que determine la reglamentación.
- e) Los cementerios, en su interior y en perímetro exterior.
- f) Las iglesias edificios semejantes destinados al culto, salvo que fueren letreros que indiquen la denominación del lugar.
- g) Los toldos y sostenes de los mismos.



h) Los espacios libres que surjan de la obligación de retirar la línea de edificación, salvo que estuvieran fijados sobre esta línea, conforme a lo establecido en los incisos a) y b) del Artículo 7mo. del presente Ordenamiento.

i) Los muros medianeros de los edificios, salvo hasta seis (6) metros de altura sobre predios destinados a playas de estacionamiento.

j) Los paramentos de edificios en torre, salvo los pintados en vidrieras de ventanas.

k) Los maceteros o cualquier otro elemento de carácter estético, ubicados en el dominio público.

l) Los espacios verdes públicos ubicados en avenidas, calles, bulevares, rotondas o elementos separadores y/o encausadores del tránsito.

m) Toda parcela o fracción de tierra que no se halle comprendida en el radio "A" definido por la Ordenanza Nro. 7/89 en vigencia, salvo que se trate de publicidad para la venta de ese inmueble, en cuyo caso deberá ajustarse a las normas reglamentarias al respecto.

n) Lugares que interrumpen las vistas paisajísticas, en forma notoria y desde la vía pública.

ñ) Inmuebles baldíos, salvo que tenga por única finalidad publicitar la venta de los mismos, debiéndose adecuar en tal caso a la reglamentación específica.

Art. 10mo.: Quedan prohibidos los siguientes tipos de anuncios:

a) Los directamente pintados en tapias o marcos de cerramientos de terrenos baldíos.

b) Los vinculados a servicios fúnebres dentro de un radio menor de ciento cincuenta (150) metros de hospitales, sanatorios o cualquier otro establecimiento público o privado donde se asistan enfermos.

c) Los aéreos de cualquier naturaleza (mediante humo, remolcados, suspendidos, sonoros, etc.) salvo los requisitos previstos en el Artículo 7mo. inc. a).

d) Los efectuados por medio de volantes en la vía pública.

e) Los efectuados por medio de volantes que configuren reproducciones facsimilares, semejantes a imitaciones de papel moneda nacional o extranjero, en circulación o no, bonos del estado, valores fiscales, documentos bancarios o semejantes.

f) La fijación de afiches sobre marcos u otros lugares no expresamente habilitados para tal fin.

Art. 11ro.: Podrá autorizarse la instalación de ornamentaciones con publicidad en lugares prohibidos (aceras, cruzando calles, etc.) en tramos de calles y avenidas cuando ello responda a actos o festejos organizados por entes oficiales o instituciones de bien público, siempre que se respeten las siguientes normas:

a) En ningún caso se efectuará propaganda o promoción directa de un producto o artículo.

b) El plazo de permanencia de las instalaciones no podrá ser mayor de quince (15) días corridos, contados desde la fecha de otorgación del permiso.



CAPITULO III
De las carteleras y pantallas

Art. 12do.: Las carteleras publicitarias:

a) Poseerán en todos los casos marcos, banda blanca, contramarco pintado, número de autorización municipal y nombre del propietario. La pintura del marco y/o contramarco será de color característico que se le asigne al agente publicitario que las explote.

b) Sólo podrán instalarse frontalmente y en:

- 1) Tapias de terrenos baldíos.
- 2) Vallas provisorias de obras en construcción.
- 3) Marcos medianeros sobre predios destinados a playas de estacionamiento y hasta seis (6) metros de altura.

Art. 13ro.: La colocación y/o explotación de pantallas publicitarias será concedida por el Departamento Ejecutivo, previa Licitación Pública. Las mismas podrán instalarse sólo en las aceras cuando éstas cuenten con un ancho no menor de dos metros con cincuenta centímetros (2,50 m.). Su formato, dimensiones, ubicación y demás características serán reglamentadas oportunamente.

CAPITULO IV
De los permisos

Art. 14to.: Todos los papeles, autorizados y aprobaciones tendrán una duración máxima que no excederá de los cinco (5) años, plazo que podrá ser renovado si lo solicitare con una antelación no inferior a los treinta (30) días anteriores al vencimiento. Los permisos otorgados sin hacer referencia al término de duración se entenderán concedidos por el plazo de cinco (5) años expresados.

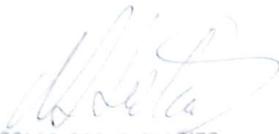
Art. 15to.: Se podrá disponer la caducidad del permiso que se otorgue antes del plazo respectivo cuando no se ajusten a las condiciones en las que se lo autorizara, o no se hallen en buen estado de conservación afectando al entorno, o el anuncio hubiere quedado en infracción como consecuencia de hechos sustanciales que cambien el lugar de emplazamiento en sus características paisajísticas o funcionales, la Municipalidad ordenará su retiro, en el término de cuarenta y ocho (48) horas.

Art. 16to.: La presente Ordenanza no deroga a la Ordenanza Nro. 337/99, salvo las disposiciones que sean incompatibles o contrarias a aquella.

Art. 17mo.: Las infracciones a lo establecido a los artículos 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12 serán sancionados los responsables de las mismas, con una multa desde pesos setenta y cinco (\$ 75.00) hasta pesos un mil (\$ 1.000.00), sin perjuicio de que los carteles sean retirados y/o pintados de color blanco, según la naturaleza y restituido dicho espacio a su estado anterior.

Art. 18vo.: Elévese al Departamento Ejecutivo a los fines de su promulgación.

TANTI, 03 de octubre de 2000.


NICOLAS OSCAR SALCITO
SECRETARIO
CONCEJO DELIBERANTE
MUNICIPALIDAD DE TANTI




ANA ISABEL CORNAGLIA
VICE-PRESIDENTE
CONCEJO DELIBERANTE
MUNICIPALIDAD DE TANTI