ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

ÍNDICE

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

TÍTULO II. CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS

TÍTULO III. CALIFICACIÓN TIPOLÓGICA DEL SUELO

TÍTULO IV. PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADOS EN SUELO DE TITULARIDAD PÚBLICA

TÍTULO V. PUBLICIDAD EN LOS EDIFICIOS

TÍTULO VI. PUBLICIDAD EN OBRAS

TÍTULO VII. PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS URBANOS SIN USO

TÍTULO VIII. PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES

TÍTULO IX. PUBLICIDAD EN PERÍODO ELECTORAL

TÍTULO X. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

- CAPÍTULO I. NORMAS GENERALES
- CAPÍTULO II .DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO
- CAPÍTULO III .PLAZOS DE VIGENCIA
- CAPÍTULO IV. INFRACCIONES

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

- PRIMERA
- SEGUNDA

DISPOSICIONES FINALES

- PRIMERA
- SEGUNDA

ANEXO I

ANEXO II

ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La ordenación de la publicidad exterior en nuestro municipio se ha caracterizado durante los últimos años por su gran rigidez. Así, la Ordenanza actualmente en vigor, que se pretende sustituir con la presente, se inspiró en la existente en el municipio de Barcelona y su esencia ha radicado en regular con detalle hasta el último medio publicitario conocido, llegando a concretar aspectos tan minuciosos que hacen de la misma una Ordenanza compleja para nuestro municipio, lo que ha supuesto su inaplicabilidad práctica.

En consecuencia, cuando una regulación no se cumple, ni por parte de los operadores publicitarios, ni por parte de los técnicos encargados de su cumplimiento, significa que en esta materia existe una clara discordancia entre la realidad existente y la normativa que la regula, ya sea porque la complejidad de esta última la hace por sí inaplicable, tal como se ha mencionado anteriormente, o porque no acierta con la exigencias adecuadas de la demanda publicitaria.

Es, por todo ello, por lo que se hace necesario elaborar esta nueva Ordenanza, inspirada en unos principios totalmente diferentes a los que tenía su antecesora, ya que la misma se caracteriza por una regulación muy sencilla y flexible aunque regula con celo, en detrimento de la libertad de la actividad publicitaria, todo aquello que pueda dañar al interés público así como proteger y preservar en todo momento el paisaje urbano de nuestra ciudad. La presente Ordenanza se divide en diez títulos, dos disposiciones transitorias y dos disposiciones finales.

El Título Primero regula las Disposiciones Generales, marcando el objeto de la presente Ordenanza así como las prohibiciones genéricas de la actividad publicitaria.

El Título Segundo establece las características y requisitos mínimos que deben cumplir los soportes publicitarios.

El Título Tercero divide la ciudad en cinco zonas a efectos del establecimiento de soportes publicitarios. De estas zonas debemos destacar la zona uno, en donde no se permite la actividad publicitaria, y la zona dos en donde dicha actividad, además de estar muy acotada, necesita unos requisitos especiales tal como se podrá observar en el artículo 2.1 h) de la presente Ordenanza.

Del Título Cuarto al Séptimo se regulan las condiciones para que un soporte publicitario sea autorizable en función de su tipo, características y emplazamiento, dejándose bien claro que cualquier otro posible caso fuera de los indicados se consideraría no autorizable sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo tres de la presente Ordenanza.

Los Títulos Octavo y Noveno regulan supuestos especiales; la publicidad en las fiestas populares y en el período electoral. Aunque dichos supuestos se consideran especiales, por regularse en parte por la Alcaldía para cada caso concreto, se ha decidido preverlos, regulando unas mínimas condiciones, para asegurar en todo momento la protección del paisaje urbano en estos acontecimientos especiales.

Por último, el Título Décimo establece el régimen jurídico de los actos de publicidad, regulando en capítulos las normas generales, la documentación y procedimiento a presentar para la solicitud de licencia, los plazos de vigencia de las mismas y, para terminar, el régimen de infracciones aplicable a esta Ordenanza.

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.

1.- La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que se tendrán que someter las instalaciones y actividades publicitarias perceptibles desde la vía pública.

2.- Quedará sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje medios materiales de diversa índole, susceptibles de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transporte y, en general, permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

Artículo 2.

1. No se autorizarán:

a.- Las actividades publicitarias que, por su objetivo, forma, contenido o finalidad sean contrarias a las leyes y a las costumbres y, especialmente aquellas actividades publicitarias definidas como ilícitas en los artículos 3 al 8, ambos inclusive, de la Ley 34/88, de 11 de noviembre, General de Publicidad, respecto a las cuales se podrá actuar en la forma prevista en sus artículos 25 y siguientes. Asimismo, la actividad publicitaria evitará la incidencia negativa sobre el entorno, sus elementos naturales o naturalizados, con especial atención a aquellas áreas más sensibles.

b.- La colocación o instalación de cualquier soporte publicitario que por su forma, color, diseño o inscripciones pueda ser confundido con las señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad o produzca deslumbramiento a los conductores de vehículos y a los peatones, o en los lugares donde pueda perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad del peatón.

c.- En las zonas de servidumbres y afectación de carreteras conforme a la Ley 9/1991 de 8 de mayo, de Carreteras de Canarias y su Reglamento, así como fuera de los tramos urbanos de las carreteras según lo dispuesto en el artículo 31 de la misma Ley.

d.- En las zonas de servidumbre y afectación de costas conforme a los artículos 25 y 38 de la Ley 22/88, de 28 de julio, de Costas y artículo 45, f) del Reglamento General de Costas.

e.- En cualquier calificación de suelo rústico que no sea la residual.

f.- Todo tipo de pintadas o pictogramas en la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzada, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles o cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano).

g.- Los elementos e instalaciones publicitarias constituidas por materias combustibles, a menos de 30 metros de zonas forestales o de abundante vegetación.

h.- Sobre o desde los edificios calificados como Monumento Histórico-Artístico y los incluidos en el Catálogo de edificios y entornos protegidos así como en las zonas delimitadas en el anexo I de la presente Ordenanza, en los cuales la

colocación de elementos publicitarios estará sometida a la aprobación de un proyecto global de instalaciones publicitarias para todo el edificio, que tendrá que estar informada preceptivamente por los órganos municipales y/o las

instituciones competentes. Igualmente no se autorizará actividad publicitaria en los edificios mencionados en este punto ni su entorno, si con la misma se menoscabare su contemplación o se produjera graves distorsiones del paisaje urbano o natural atentando contra la estética del mismo, exceptuándose el supuesto de las lonas o cualquier otro elemento o material fijo que haya de ser colocado con motivo de la operación de limpieza de fachadas, pero solamente durante el tiempo que dure la misma.

i.- En los lugares que limiten directamente la luz o las vistas de los ocupantes de algún

j.- Las que impidan o dificulten la accesibilidad al interior de los edificios.

k.- En aquellas zonas o espacios en los cuales las disposiciones especiales vigentes de cualquier clase, en el momento de la aplicación concreta lo prohíban expresamente, o que el Ayuntamiento por razones de interés municipal fundado, no lo considere conveniente.

l.- La publicidad sonora.

ll.- Las vallas de encauzamiento peatonal que no pertenezcan al mobiliario urbano del municipio.

m.- En los báculos y columnas de alumbrado público, salvo lo previsto en la presente Ordenanza y para aquellos casos o acontecimientos esporádicos, pero extraordinarios, en el supuesto de que sus organizadores soliciten usar dichos soportes. En todo momento, se deberá respetar las condiciones que para cada caso imponga el Servicio Municipal de Alumbrado, a fin de garantizar, que no podrán causar ningún daño a dichos bienes de dominio público.

n.- En aquellas zonas que, por Acuerdo de la Alcaldía, se califiquen como saturadas de publicidad exterior.

2. Asimismo, la publicidad incontrolada a base de carteles, octavillas, pegatinas, etiquetas, etc., fijada sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, viario público, elementos de mobiliario urbano etc., no es permisible dentro del término municipal.

Artículo 3.

A) La Alcaldía, previo informe de la Comisión Municipal Informativa de Urbanismo, podrá:

1. Fijar, con carácter general, zonas o lugares determinados de la ciudad en los cuales se limite total o parcialmente el ejercicio de actividades publicitarias, aunque sean de las autorizadas por la presente Ordenanza. Cuando concurra este supuesto, se dará audiencia previa a las asociaciones de empresarios del sector por un plazo de 20 días hábiles para que éstas aleguen lo que estimen conveniente. Igualmente, se abrirá un período de información pública por un plazo de 20 días hábiles, a fin de que las personas que se consideren perjudicadas puedan aducir sus reclamaciones.

2. Denegar la licencia correspondiente si el soporte publicitario que se pretendiese instalar, independientemente de si estuviera permitido o no por la presente Ordenanza, atentase contra la estética y el adecuado medio ambiente que en todo momento debe presidir el paisaje urbano de nuestra ciudad.

3. Autorizar, excepcionalmente, la instalación de soportes publicitarios bien en emplazamientos no previstos en esta Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma, siempre y cuando se lleve a cabo un estudio global adecuado del entorno, de forma que el desarrollo del mismo suponga una mejora de las condiciones estéticas y medioambientales de la zona, integrando la publicidad en el conjunto del proyecto a realizar. En este caso, se fijarán en la licencia las condiciones particulares y de inversión en el proyecto.

4. Autorizar transitoriamente la instalación o el desarrollo de cualquier tipo de actividad publicitaria en zona o lugares determinados de la ciudad en caso de acontecimientos especiales, aunque no sean tratadas o expresamente autorizadas por esta Ordenanza.

5. Interpretar, en casos de duda o imprecisión, el sentido propio de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

6. Suscribir convenios con gremios o empresas del sector publicitario, con el objeto de llevar a cabo campañas o desarrollar determinadas actividades publicitarias encaminadas a posibilitar soluciones de conjunto para determinadas situaciones urbanísticas concretas, así como la fijación de límites al número de soportes publicitarios a ubicar en el término municipal.

B) En los tres primeros supuestos del apartado "A" del presente artículo, será preceptivo la evacuación de un Informe por la Agencia del Paisaje Urbano de Las Palmas de Gran Canaria. En dicho informe se concretará todos aquellos aspectos que se relacionen con cuestiones que puedan incidir en el Paisaje Urbano de nuestra ciudad, además de resolver sobre la procedencia o no de otorgar la oportuna licencia, o limitar determinadas zonas al ejercicio de la actividad publicitaria.

TÍTULO II. CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS

Artículo 4.

1.- Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad.

2.- Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasará los 25 cm.

3.- Cuando las instalaciones produzcan limitaciones de las luces o vistas de las fincas urbanas o colindantes al que están situadas en una distancia de 20 metros, o molestias a sus ocupantes, es requisito indispensable acreditar documentalmente la aceptación por los afectados de dichas limitaciones o molestias. En este supuesto la solicitud de licencia deberá publicarse en uno de los diarios de mayor difusión dándose un plazo de quince días desde dicha publicación para la presentación de cualquier tipo de alegaciones.

Artículo 5.-

1.- La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología zonal.

2.- Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia, si bien en caso de que no se utilice en su totalidad , estará obligado a cubrir el espacio sobrante con algún elemento decorativo que respete la estética del emplazamiento.

3.- A efectos del posterior control sobre las correspondientes licencias la superficie publicitaria se expresará en múltiplos del módulo básico de 4x3 m**.**

4.- Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, no se permitirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edificios, muros u otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de soportes externos.

5.- A efectos de medición de alturas ésta se realizará desde la rasante de la acera o terreno. En el caso de vías con pendiente se medirá desde el punto medio del soporte publicitario.

Artículo 6.-

En los Títulos Cuarto a Séptimo de la presente Ordenanza se indican las condiciones para que un soporte publicitario sea autorizable en función de su tipo, características y emplazamiento. Cualquier otro posible caso fuera de los indicados se considerará no autorizable sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo tres de la presente Ordenanza.

TÍTULO III. CALIFICACIÓN TIPOLÓGICA DEL SUELO

Artículo 7.-

A efectos de esta Ordenanza se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal:

ZONA 1: Comprende todo el suelo rústico menos el residual, vías públicas, sistemas generales y espacios libres y zonas verdes de titularidad pública. En esta zona, no se permitirá la instalación de soportes publicitarios sin perjuicio de lo dispuesto en el Título IV de la presente Ordenanza.

ZONA 2: Comprende los edificios y zonas catalogados por el PGMOU de Las Palmas de Gran Canaria. Igualmente comprende las zonas delimitadas en el Anexo I de la presente Ordenanza.

ZONA 3: Vías de carácter eminentemente comercial o de servicios, definidas en el Anexo II de esta Ordenanza o en posteriores Decretos de calificación.

ZONA 4: Resto del suelo del Término Municipal.

TÍTULO IV. PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADOS EN SUELO DE TITULARIDAD PÚBLICA

Artículo 8.-

1.- Toda publicidad que utilice soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad pública será objeto de concurso convocado por el Ayuntamiento y se regirá por los Pliegos de condiciones y características de la adjudicación.

2.- Las instalaciones publicitarias sobre soportes de mobiliario urbano se sujetarán a lo dispuesto en la Ordenanza correspondiente.

3.- Con carácter excepcional, la utilización de los báculos de alumbrado público como soporte de publicidad política, será autorizable durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones que en cada una de ellas promulgue previamente el Alcalde además de lo dispuesto en el título noveno de la presente Ordenanza.

Artículo 9.-

No está permitida dentro del término municipal, la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículo o remolque, salvo que los mismos estén especialmente diseñados para dicha actividad y siempre y cuando ésta no se efectúe mediante estacionamiento o aparcamiento del vehículo o remolque.

Artículo 10.-

Los denominados "banderines" situados en las fachadas de edificios, si bien vuelan sobre suelo de titularidad pública se regirán, a efectos de esta Ordenanza, por las reglas del apartado primero del artículo 13 de la presente Ordenanza.

Artículo 11.-

Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombres de establecimientos no son autorizables en suelo de titularidad pública, como tampoco la utilización de señales de circulación o rótulos viarios para incluir dicho tipo de mensajes.

Artículo 12.-

A efectos de esta Ordenanza, se consideran los siguientes supuestos de utilización de edificios como elementos de fijación del soporte publicitario:

a.- Muestra y banderines.

b.- Publicidad en coronación de edificios.

c.- Publicidad en paredes medianeras.

d.- Superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas.

e.- Superficies publicitarias opacas o luminosas sobre locales en planta baja.

f.- Rótulos informativos.

Artículo 13.

1.- Los anuncios a través de banderines se permitirán en las zonas (3) y (4), debiendo cumplir con los siguientes requisitos:

a.- Estarán situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de doscientos veinticinco (225) centímetros, con un saliente máximo que no sobrepasará 1/3 del ancho de la acera y sin excederse en todo caso de (60) centímetros.

b.- Se podrá adosar en su totalidad a los laterales de las marquesinas. En las plantas de pisos únicamente se podrán situar a la altura de los antepechos.

c.-En zonas de edificación no residencial se permitirán los banderines verticales con altura superior a noventa (90) centímetros, con un saliente que no excederá del ancho de la acera menos sesenta (60) centímetros.

d.- Los banderines luminosos, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situados a una altura superior a tres (3) metros sobre la rasante de la calle o terreno.

2.- Las muestras son los anuncios paralelos al plano de fachada y se permitirán en las zonas (3) y (4) y excepcionalmente en la zona (2) para el supuesto de ubicación en planta baja. Tendrán un saliente máximo respecto a ésta de catorce (14) centímetros, debiendo cumplir además las siguientes condiciones:

a.- En planta baja podrán ocupar únicamente una faja de ancho inferior a noventa (90) centímetros, situada sobre el dintel de los huecos y sin cubrir éstos. Deberán quedar a una distancia superior a cincuenta (50) centímetros del hueco del portal , dejando totalmente libre el dintel del mismo. Se exceptúan las placas que, ocupando como dimensión máxima un cuadrado de cuarenta (40) centímetros de lado y dos (2) centímetros de grueso, podrán situarse en las jambas. Las muestras se podrán adosar en su totalidad al frente de las marquesinas.

b.- Las muestras colocadas en plantas de piso de los edificios podrán ocupar únicamente una faja de setenta (70) centímetros de altura como máximo, adosada a los antepechos de los huecos y deberán ser independientes para cada uno, no pudiendo reducir la superficie de iluminación de los locales.

c.- En zonas de uso no residencial, podrán colocarse anuncios opacos como coronación de los edificios, que podrán cubrir toda la longitud de la fachada, con una altura no superior al décimo (1:10) de la que tenga dicha fachada, sin exceder de cuatro (4) metros, y siempre que esté ejecutada con letra suelta.

d.- En los edificios exclusivos, con uso de espectáculos, comercial o industrial, en la parte correspondiente de la fachada, podrán instalarse con mayores dimensiones, siempre que no cubran elementos decorativos o huecos o descompongan la ordenación de la fachada para cuya comprobación será precisa una representación gráfica del frente de la fachada completa.

e.- Las muestras luminosas, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situadas a una altura superior a tres (3) metros sobre la rasante de la calle o terreno.

Artículo 14.

1. Las superficies publicitarias luminosas en coronación de edificios deberán ser construidas de forma que tanto de día como de noche se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, como del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su aspecto cuando no están iluminadas.

2. Sólo podrán instalarse sobre la coronación de la última planta del edificio y siempre que ninguna zona de la misma se dedique al uso de vivienda. Su iluminación será por medios eléctricos integrados y no por proyección luminosa sobre una superficie.

3. Estos soportes publicitarios no deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales ni inducir a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la normativa sobre balizamiento para la navegación aérea.

4. En ningún caso alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

5. Son autorizables los anuncios luminosos con mensaje o efectos visuales variables obtenidos por procedimientos exclusivamente eléctricos o electrónicos, no así los dotados de movimiento por procedimientos mecánicos.

6. La superficie opaca del anuncio no podrá sobrepasar el 25 % del total de la superficie publicitaria y no existirán zonas del mismo a menos de 15 metros de huecos de ventanas de viviendas.

7. El Ayuntamiento podrá fijar en la licencia limitaciones de horario de encendido o suprimir los efectos luminosos cuando existan reclamaciones justificadas de vecinos residentes en viviendas próximas.

8. En las zonas (1), (2) y primera línea edificatoria de costa, así como en edificios exclusivos de carácter oficial, sanitario, religioso o docente no se autorizarán estos soportes publicitarios.

9. En las zonas (3) y (4) el ancho mínimo de calle será 12 metros, la altura del soporte no sobrepasará 1/10 de la del edificio y en ningún caso superará los cuatro (4) metros.

Artículo 15.

1. A efectos de esta Ordenanza se clasifican las paredes medianeras en las que tienen carácter provisional y las que deben ser objeto de un tratamiento de fachada.

2. En las primeras, dentro de la zona (4) se admite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado hasta una altura máxima de 5 metros sobre la rasante de la vía pública y de superficie máxima ½ de la total del paramento.

En las zonas (2) y (3) no se autorizan estos soportes en medianerías.

3. En medianeras objeto de tratamiento de fachadas, así como en las ubicadas en la zona (3) se requerirá un estudio de adecuación de toda la superficie de medianería, debiendo proyectarse un soporte publicitario o mural de larga duración e integrado en el tratamiento global de todo el paramento de forma que se mejoren las condiciones estéticas y medioambientales del conjunto.

4. Las paredes medianeras formadas como consecuencia de diferencias de alturas en la edificación por razones de planeamientos urbanísticos de las zonas (3) y (4) llevarán la misma consideración que las objeto de tratamiento de fachada.

Artículo 16.

Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas, tales como lonas decoradas, etc., con motivos publicitarios, sólo serán autorizables sobre fachadas sin huecos de edificios de uso comercial así como en edificios desocupados en su totalidad, siempre y cuando tanto unos como otros se encuentren situados en las Zonas (3) y (4).

Artículo 17.

1. Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja.

2. El borde superior de la superficie publicitaria permanecerá por debajo del plano inferior del forjado del suelo de la planta primera.

3. El plano de fachada del local que no quede cubierto por la superficie publicitaria deberá dotarse del cerramiento adecuado.

4. En la zona (2) no se autorizarán estos soportes publicitarios

Artículo 18.

Los carteles o rótulos que, en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el servicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, se regirán cuando se sitúen en edificios por las mismas normas que las establecidas en esta Ordenanza para las "muestras".

TÍTULO VI. PUBLICIDAD EN OBRAS

Artículo 19.

1. A efectos de esta Ordenanza las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de nueva planta, remodelación total o derribo de edificios en las zonas (2), (3) y (4).

2. En todo caso deberán contar previamente con la preceptiva licencia de obras en vigor, y la publicidad en ellas solo será autorizable durante la duración de las mismas.

Artículo 20.

1. Los soportes publicitarios en obras no podrán sobresalir del plano de la valla de obras o andamiaje.

2. En el caso de soportes para papel pegado o pintura, la altura máxima de éstos será de cinco (5) metros sobre la rasante del terreno.

3. Se admiten los soportes publicitarios no rígidos situados sobre estructuras de andamiaje y deberán cubrir la totalidad de la línea de fachada teniendo como limitación la altura máxima del futuro edificio.

Artículo 21.

Los carteles o rótulos que, en las fincas en obras sobre la que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas, y tengan la exclusiva finalidad de dar a conocer la clase de obra de que se trata, sus ejecutores, etc. y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, cumplirán las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento de obra.

TÍTULO VII. PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS URBANOS SIN USO

Artículo 22.

A efectos de esta Ordenanza los solares o terrenos urbanos sin uso susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los situados en las zonas (3) y (4).

Artículo 23.

1. Los soportes publicitarios en este tipo de emplazamientos se instalarán sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar o terreno y siempre en la alineación oficial.

2. Se exceptúan los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, en los que se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de cuatro (4) metros del vértice.

3. Los soportes publicitarios se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los divisorios con fincas colindantes.

4. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un solar o terreno.

Artículo 24.

La superficie publicitaria máxima será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del solar o terreno, debiendo cubrirse mediante lamas o celosía los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua.

La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de cinco (5) metros.

Artículo 25.

Los carteles o rótulos que, en solares o terrenos urbanos sin uso, sobre los que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a que las mismas se dediquen y no tengan finalidad estrictamente publicitaria, cumplirán las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento.

Artículo 26.

La concesión de licencias en este supuesto se considerará como la autorización de un uso provisional rigiéndose dicho otorgamiento, sin perjuicio de lo dispuesto en la presente Ordenanza, por lo establecido en el apartado segundo del artículo 58 del Real Decreto 1346/1976, de 9 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley sobre el Régimen del Suelo y Ordenación Urbana.

TÍTULO VIII. PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES

Artículo 27.

1. La Alcaldía podrá adoptar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares, de tal manera que cause los menores inconvenientes a los intereses de los ciudadanos.

2. En cualquier caso, la entidad interesada, siendo ésta en principio la misma que colocó la publicidad, deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes, una vez acabado el período festivo. En caso de no hacerlo en el plazo de 10 días, previo oportuno requerimiento lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del titular de la publicidad.

Artículo 28.

Durante el período de fiestas populares y tradicionales de los barrios, la Alcaldía podrá autorizar excepcionalmente la colocación, en los lugares públicos que señalen, de banderas y pancartas anunciadoras de los actos propios de los indicados festejos o con propaganda que se refieran a ellos.

En estos supuestos, además de lo que se disponga en las Ordenanzas Municipales de Limpieza, se aplicarán las normas siguientes:

a) En la solicitud de licencia se deberá expresar el contenido de la pancarta, el emplazamiento que se pretende, la altura mínima sobre la calzada en que se tenga que situar, el soporte donde se deberá fijar y el sistema de sujeción que tendrá.

b) Las pancartas se deberán colocar de manera que no perturben la libre circulación de peatones y vehículos, ni puedan ocasionar daños a las personas, a la vía pública, árboles o instalaciones. La parte inferior de la pancarta en toda su extensión no podrá quedar situada a menos de 5 metros de altura sobre calzada.

c) Si se solicitase la colocación de pancartas colgadas de los báculos y columnas de alumbrado público, será necesario acreditar que lo serán en las

condiciones que fije el Servicio Municipal de Alumbrado, a fin de garantizar, que no podrán causar ningún daño a dichos bienes de dominio público.

TÍTULO IX. PUBLICIDAD EN PERÍODO ELECTORAL

Artículo 29.

Todo lo que se refiera a publicidad electoral en los períodos electorales, oficialmente convocados, se ordenará por Acuerdo de la Comisión de Gobierno, previo dictamen de la Comisión Informativa de Urbanismo, y sin perjuicio de lo que pueda estar establecido por normas de rango superior.

No obstante, la publicidad electoral deberá observar en todo momento lo dispuesto en los artículos 30 y 31 de la presente Ordenanza.

Artículo 30.

1. Queda totalmente prohibida la publicidad electoral incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas, panfletos, etc.., que queden pegados directamente sobre paramentos de edificios, monumentos, árboles, obras y vías públicas y elementos de mobiliario urbano.

2. En consecuencia con el punto anterior, se permitirá en el municipio de Las Palmas de Gran Canaria, la publicidad electoral exterior a través de medios sonoros y carteles, respetando en todo momento el paisaje urbano, y debiendo ubicarse principalmente:

a) En la parte interior de las ventanas, ubicadas en locales en planta baja, de las sedes de los partidos políticos o de los particulares que así lo permitan.

b) En los báculos y columnas de alumbrado público del municipio, a través de anillas o abrazaderas galvanizadas que permitan la colocación de los carteles. En este supuesto la parte inferior de la pancarta no podrá quedar situada a menos de 5 metros de altura sobre la calzada o acera.

c) Se permitirá en este supuesto la publicidad electoral a través de cualquier tipo de vehículo o remolque, incluida la sonora.

d) En balcones de edificios, a través de anillas o abrazaderas, siempre y cuando se adopten las medidas de seguridad oportunas para evitar que los mismos se desprendan sobre la vía pública.

e) En pancartas colgadas de los báculos y columnas de alumbrado público, aunque en este supuesto será necesario acreditar que lo serán en las condiciones que fije el Servicio Municipal de Alumbrado, a fin de garantizar, que no podrán causar ningún daño a dichos bienes de dominio público.

f) En los soportes publicitarios que los partidos políticos contraten con las agencias de publicidad correspondientes.

Artículo 31.

Terminado el período electoral, los partidos políticos deberán retirar los elementos publicitarios subsistentes en los soportes descritos en los apartados "b", "c", "d" y "e" del artículo anterior, incluyéndose las abrazaderas colocadas en los báculos o columnas de alumbrado. En caso de no hacerlo en el plazo de 10 días, previo oportuno requerimiento lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del partido político anunciante.

TÍTULO X. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

CAPÍTULO I. NORMAS GENERALES

Artículo 32.

1. Todos los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales a que hubiera lugar, sin perjuicio de lo dispuesto en el Título IV de la presente Ordenanza para los soportes situados en suelo de titularidad pública.

2. No necesitarán licencia municipal:

a) Las placas y escudos indicativos de dependencias públicas, sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas y dispensarios, actividades profesionales y similares, colocadas sobre puertas de acceso o cerca de ellas.

b) Las banderas, banderolas o estandartes y elementos similares representativos de los diferentes países, estados, organismos oficiales, centros culturales, religiosos, deportivos, políticos, colegios profesionales y centros con actividades similares.

c) Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, que se limiten a indicar los horarios en que permanecen abiertos al público, precios de los artículos en venta, los motivos de un posible cierre temporal, de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, siempre con carácter circunstancial.

d) Los que se limiten a indicar las situaciones de venta o alquiler de un inmueble.

Artículo 33.

Los actos de publicidad exterior, realizados mediante instalaciones eléctricas o mecánicas, además de la normativa específica, deben acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que utilicen.

Artículo 34.

La persona física o jurídica propietaria de los soportes publicitarios está obligada a la perfecta conservación de los mismos, de tal forma que dichos soportes publicitarios se encuentren en perfecto estado de seguridad y ornato.

Artículo 35.

El Ayuntamiento podrá exigir, para la concesión de licencias de las actividades publicitarias que, a juicio de los servicios técnicos, presenten algún riesgo o peligro, la formalización previa de un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños a terceros que pudieran causarse, con una duración que coincida con la de la actividad que desarrollará.

Asimismo, se podrá exigir el depósito de una fianza o aval que garantice la reposición o restauración de los elementos de la urbanización que a juicio de los servicios técnicos pudiesen quedar afectados, o bien para cubrir los gastos de limpieza subsidiaria de la vía y espacios públicos, cuando se trate de determinadas actividades publicitarias que puedan causar daños en ellos.

Artículo 36.

1. Las licencias se otorgarán dejando a salvo los derechos de propiedad y sin perjuicio de terceros.

No podrá ser invocado dicho otorgamiento para tratar de excluir o disminuir en alguna forma, las responsabilidades civiles o penales, que deben ser asumidas íntegramente por los titulares de las licencias o propietarios de las instalaciones, incluso en lo que respecta a cualquier defecto técnico de la instalación o a efectos del mensaje publicitario.

2. El Ayuntamiento exigirá que todos los soportes publicitarios tengan colocada una placa de identificación numerada, además de hacer constar en la misma el número del expediente de la licencia. Dicha placa, deberá ubicarse en un lugar visible de la instalación publicitaria y se ajustará, en todo momento, al modelo que los Servicios Técnicos Municipales dispongan al efecto.

CAPÍTULO II .DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO

Artículo 37.

1. La solicitud de licencia para la instalación de soportes de publicidad exterior, deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente en impreso oficial que al efecto tenga establecido el Ayuntamiento.

2. El procedimiento a seguir para la aprobación de la licencia será el establecido en la Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico, tal como se dispone en su Disposición Final Cuarta.

Artículo 38.

1. A la solicitud se acompañarán, sin perjuicio de lo exigido en el artículo 80 de la Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico, los siguientes documentos:

a) Memoria descriptiva y justificativa de la actuación, donde se deberá hacer constar los materiales, calidades, texturas y colores de la instalación prevista.

b) Presupuesto, por capítulos, de la instalación.

c) Plano parcelario oficial a escala 1/2000 marcando claramente los límites del lugar donde se pretenda realizar la instalación, señalando en todo momento una referencia a un punto conocido, de forma que se pueda determinar su situación sin confusión.

d) Fotografías del emplazamiento desde diferentes ángulos y tomadas desde la vía pública, de modo que permitan la perfecta identificación del mismo en formato mínimo de 8x11 centímetros.

e) Autorización de la propiedad del emplazamiento, con menos de tres meses desde su expedición, indicando nombre y apellidos del firmante, calidad en que actúa, número de identificación fiscal, dirección y teléfono.

f) Fotocopia de la licencia de obras cuando la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén ejecutando o vayan a ejecutarse obras.

g) Fotocopia del Alta en el Impuesto de Actividades Económicas o resguardo de estar al corriente del pago de dicho impuesto por parte del empresario, que ejecute la instalación correspondiente, y del anunciante sólo para el supuesto de que la actividad anunciada sea de carácter empresarial, profesional o artística.

h) Si fuere necesario, como pueda ser el caso de carteleras, se deberá presentar croquis por duplicado a escala no menor de 1/100 y acotado de las características de la instalación, con la relación de los diversos elementos que la constituyan, incluso los de apoyo y anclaje con vista de frente, sección y planta, todas ellas referidas a las alineaciones y rasantes oficiales y reales de los viales.

2. Será preceptiva la presentación de Proyecto Técnico suscrito por facultativo competente cuando la actividad a realizar, ya sea por la característica o complejidad de la instalación o porque la misma se pretenda instalar en la zona (2), conllevare la obligación de iniciar el procedimiento normal y no abreviado previsto en la Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico.

3. Para el supuesto de instalación de soportes publicitarios luminosos, el solicitante de la licencia deberá aportar los nombres y dirección de los usuarios de viviendas o locales con huecos situados a menos de diez (10) metros del anuncio o quince (15) metros si los tuviera en frente.

4. De concurrir el supuesto de hecho previsto en el apartado anterior, el Ayuntamiento, antes de la concesión o no de la licencia, deberá dar audiencia previa, por un plazo de veinte (20) días hábiles, a las personas que se puedan ver afectadas por la instalación del anuncio luminoso, para que de esta forma las mismas puedan alegar lo que estimen conveniente.

Para el supuesto de que el solicitante de la licencia no pueda aportar con exactitud lo datos personales señalados en el apartado anterior, el Ayuntamiento publicará mediante edicto, en cualquier periódico de máxima difusión de la provincia, la solicitud de licencia del soporte publicitario, dando un período de audiencia de veinte (20) días hábiles a fin de que las personas que se consideren perjudicadas puedan aducir sus reclamaciones.

CAPÍTULO III .PLAZOS DE VIGENCIA

Artículo 39.

1. El plazo de vigencia de las licencias de los actos de publicidad exterior será de tres años, prorrogable por períodos iguales, previa petición expresa del titular quince días antes del cumplimiento de la fecha de caducidad.

2. Con la solicitud de prórroga se deberán acompañar los siguientes documentos:

a.- Fotografías actualizadas del emplazamiento en las cuales se refleje claramente el estado actual del soporte publicitario.

b.- En el supuesto de que la solicitud inicial de licencia se haya resuelto por el procedimiento normal, se deberá presentar certificado de facultativo competente donde se testifique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y que se mantienen las condiciones de seguridad previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.

Artículo 40.

1. La licencia quedará invalidada cuando varíen:

a.- las características del emplazamiento o condiciones de la instalación.

b.- la titularidad, para el supuesto de que el número de las licencias otorgadas, por cualquier causa, fuere limitada.

2. En el caso del anterior apartado, así como en el supuesto de que no se haya solicitado prórroga de la licencia, el titular estará obligado al desmontaje a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación, en el plazo máximo de un mes previo requerimiento municipal. En caso de incumplimiento, procederán a retirarlas los servicios municipales a costa de los responsables de la infracción, los cuales tendrán que pagar los gastos correspondientes a la ejecución subsidiaria además de pagar la multa que proceda ,siendo aplicable

en este caso lo dispuesto en artículo 113 de la Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico.

3. Si la titularidad de la instalación se modificara, será necesario solicitar el cambio de nombre reglamentario en la licencia, aportando la misma documentación que la prevista en el artículo 39.

CAPÍTULO IV. INFRACCIONES

Artículo 41.

Los actos u omisiones relacionados con la actividad publicitaria que, conforme al artículo 37 de la Ley 7/1990, de 14 de mayo, de Disciplina Urbanística y Territorial de la Comunidad Autónoma de Canarias, tengan la consideración de infracciones urbanísticas, quedarán sometidas a las disposiciones de dicha Ley, al derecho supletorio de la misma y a lo dispuesto en esta Ordenanza en cuanto le sea de aplicación.

Artículo 42.

Serán personas responsables de la infracción las señaladas en el artículo 39 de la Ley citada en el artículo anterior, considerando a estos efectos como promotor tanto la empresa publicitaria como la del producto o servicio anunciado, sean ambos personas físicas o jurídicas, así como el propietario del terreno, inmueble o concesionario de la instalación donde hayan sido colocados los anuncios.

Artículo 43.

1. Para la identificación de los propietarios de instalaciones publicitarias, únicamente tendrá validez el número asignado en la correspondiente licencia, expresamente colocados en aquéllas.

2. A estos efectos no se considerará elemento de identificación las marcas, señales, productos anunciados, nombre de la empresa u otras indicaciones que pudieran contener los soportes instalados.

3. Cuando la instalación carezca del citado número o placa indentificativa o cuando éstos no se correspondan con el existente en los archivos municipales será considerada anónima, y por tanto, carente de titular.

Artículo 44.

A los efectos de graduar la responsabilidad por las infracciones éstas se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 45.

1. Se considerarán muy graves las infracciones en materia de publicidad exterior que afecten a suelos ordenados como sistemas generales, zonas verdes, espacios libres públicos, viales, bienes catalogados, equipamientos comunitarios, espacios naturales protegidos y a sus zonas periféricas de protección.

2. Se considerarán infracciones graves:

a.- La instalación de soportes publicitarios sin licencia municipal o sin ajustarse a las condiciones de la misma.

b.- El incumplimiento de los requerimientos municipales, ya sean para la corrección de deficiencias advertidas en las instalaciones o ejecutar obras necesarias para la conservación y ornato de las mismas.

c.- La reincidencia en faltas leves en un período de treinta días consecutivos en una o varias instalaciones.

d.- La utilización de elementos de mobiliario urbano como soportes de publicidad no autorizada de cualquier tipo.

3. Se considerarán infracciones leves las demás no calificadas como muy graves y graves.

Artículo 46.

En el procedimiento sancionador que proceda se tendrán en cuenta las circunstancias que puedan agravar o atenuar la responsabilidad y las reglas para la aplicación de sanciones contenidas en la Ley 7/1990 de Disciplina Urbanística y Territorial de Canarias.

Artículo 47.

La cuantía de las multas con que se sancionen las infracciones cometidas se ajustarán a las prescripciones de la Ley 7/1990 de Disciplina Urbanística y Territorial de Canarias, aplicándose para la colocación de soportes publicitarios sin licencia el artículo 59 de la misma, que establece una multa de 25.000 a 500.000 pesetas.

Especialmente se tendrá en cuenta lo dispuesto en el artículo 43 de dicha Ley, de forma que en ningún caso la infracción pueda suponer un beneficio económico para el infractor.

Artículo 48.

1. En el supuesto de la comisión de una infracción grave o muy grave, aparte de la sanción que en cada caso corresponda, la Administración Municipal podrá disponer el desmontaje o retirada de los soportes publicitarios con reposición de las cosas al estado anterior de la comisión de la infracción.

2. Las órdenes de desmontaje se comunicarán expresamente por escrito al titular de la licencia, viniendo éste obligado a la retirada de los soportes en el plazo de ocho días siguientes a la fecha de recibo de la comunicación.

3. En caso de incumplimiento, los Servicios Municipales procederán a la ejecución subsidiaria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y depósito de los materiales retirados.

Artículo 49.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, el órgano municipal competente podrá disponer por razones de seguridad el desmontaje inmediato de cualquier instalación publicitaria y en todo caso aquellas consideradas anónimas por el artículo 43 de la presente Ordenanza.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA

Los soportes publicitarios que se encuentren instalados y cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta Ordenanza, contarán con el plazo de un año para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no caduca la licencia que posean.

SEGUNDA

Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la Ordenanza establezca.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA

De conformidad con lo establecido en el artículo 70 de la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor a los (quince) 15 días de la publicación completa de su texto en el Boletín Oficial de la Provincia de Las Palmas de Gran Canaria.

SEGUNDA

Queda derogado el anterior texto de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior vigente en nuestro municipio, así como las demás normas que siendo de igual o inferior rango a la presente Ordenanza se opongan a la misma.

ANEXO I

1. Todas aquellas zonas calificadas por el Plan General de Ordenación Urbana con las ordenanzas Cj-1, Cj-2 y CH, u otras ordenanzas cuyas características sean similares a las anteriores.

2. Barrios de Vegueta y Triana según la delimitación del Plan Especial de Protección y Reforma Interior Vegueta-Triana.

3. Playa y Paseo de las Canteras y calles adyacentes en los tramos que completan las manzanas que dan frente a la Avenida, en el sector comprendido entre El Confital y el Rincón.

ANEXO II

-C/. José Mesa y López.

-C/. Juan Manuel Durán.

-C/. Néstor de la Torre.

-C/.General Mas de Gaminde.

-C/. Fernando Guanarteme.

-C/. Olof Palme.

-C/. Galicia.

-C/. La Naval.

-C/. Juan Rejón.

-C/. Albareda.

-C/. Presidente Alvear.

-C/. León y Castillo.

-C/. Rafael Cabrera.

-C/. Francisco Gourié.

-C/. Luis Doreste Silva.

-Avenida de Juan XXIII.

-Paseo de Tomás Morales.

-C/. Pedro Infinito.

Las Palmas de Gran Canaria, a 1de Abril de 1.998.
EL ALCALDE ,P.D. EL CONCEJAL DE URBANISMO, Jorge Rodríguez Pérez, firmado.

B.O.P. 17/04/1998