Ordenanzas municipales

Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano

Marginal: ANM 2001\41

Tipo de Disposición: Ordenanzas municipales

Fecha de Disposición: 31/05/2001

Publicaciones:
- BO. Comunidad de Madrid 12/07/2001 num. 164 pag. 52-59
- BO. Ayuntamiento de Madrid 05/07/2001 num. 5450 pag. 2292-2300

Notas:
- Aprobación inicial por Acuerdo Pleno de 26 octubre 2000, BAM núm.5421, de 14 diciembre 2000, págs. 3486-3495. - Subsanación Errores Disposición Adicional Tercera en BOCM núm.179, de 30 julio 2002, pág. 94

Afectada por:
- Modificado inicialmente por Acuerdo Pleno de 26 julio 2006, BOCM núm. 206 de 30 agosto 2006

Afecta a:
- Deroga a Ordenanza Municipal de 28 julio 1993, BOCM núm.237, de 6 octubre 1993, págs. 15-19 ANM 1993\2
- Deroga los artículos 6.10.11, 6.10.12 y 6.10.13 del Acuerdo Pleno de 17 diciembre 1996, BOCM núm.92 de 19 abril 1997, págs. 6-148 ANM 1996\5
- Modifica artículo 58.2 de la Ordenanza Municipal de 29 julio 1997, BOCM núm.280 (supl.) págs. 27-46 ANM 1997\4

PRESENTACIÓN

La Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano fue aprobada inicialmente por el Excmo. Ayuntamiento de Madrid en la sesión plenaria celebrada el día 26 de octubre de 2000.

Su texto fue sometido a información pública mediante anuncio publicado en el Boletín Oficial del Ayuntamiento nº 5.421 de 14 de diciembre de 2000 y en el Boletín de la Comunidad de Madrid nº 294 del día 11 de diciembre de 2000.

En la Sesión Plenaria celebrada el día 31 de mayo de 2001, el Ayuntamiento adoptó el Acuerdo de aprobación definitiva aceptándose en parte el contenido de las alegaciones y sugerencias presentadas en el período de información pública.

La Ordenanza entró en vigor al mes de la publicación de su texto en el Boletín de la Comunidad de Madrid nº 164 del día 12 de julio de 2001, de conformidad con lo dispuesto en su Disposición Final. Esta Ordenanza sustituye a la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior, aprobada por acuerdo plenario de 28 de julio de 1993 y modificada por acuerdo plenario de 23 de diciembre de 1998, dando cumplimiento con su aprobación a lo dispuesto en la Disposición Adicional del vigente Plan General de Ordenación Urbana de Madrid cuya revisión fue aprobada el 17 de abril de 1997.

La Ordenanza de Protección del Paisaje Urbano, de aplicación en el término municipal de Madrid tiene por objeto la protección del medio ambiente urbano y su aplicación al concepto de paisaje urbano.

Esta nueva Ordenanza se ocupa no solo de regular las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública sino de establecer además, como objetivo prioritario, la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano y la imagen de la ciudad de Madrid, protegiendo, conservando y fomentando los valores artísticos, históricos, arqueológicos y culturales del patrimonio arquitectónico de la Ciudad y sus elementos naturales o urbanos de interés.

Hay que destacar entre las novedades que introduce la Ordenanza, por una parte, las referidas a las limitaciones para evitar la proliferación indiscriminada de anuncios regulando el número de ellos que pueden coronar los edificios e imponiendo un horario para los anuncios luminosos y, por otra, la obligación de suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubre los riesgos que pudieran derivarse de su instalación.

La innovación consistente en la creación de la Comisión de Estética Urbana, cuya función consiste en definir las grandes directrices en cuanto a la protección, mantenimiento y mejora de los valores fundamentales del paisaje urbano, garantizará la imagen de la Villa de Madrid.

TITULO I . DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

Artículo 1.

La presente Ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones publicitarias visibles desde la vía pública, con el objeto primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad de Madrid, así como de todos aquellos aspectos relativos a la protección, conservación, restauración, difusión y fomento de los valores artísticos, históricos, arqueológicos, típicos o tradicionales del patrimonio arquitectónico de la ciudad y de los elementos naturales o urbanos de interés.

Queda sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje los 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

La utilización de medios publicitarios sonoros si bien se considera comprendida dentro del ámbito general de esta Ordenanza se regirá por la normativa de la Protección del Medio Ambiente.

Asimismo la publicidad incontrolada a base de carteles, pegatinas, etiquetas etc., fijada sobre paramentos de edificios e instalaciones, monumentos, obras públicas, elementos de mobiliario urbano etc., no es permisible dentro del término municipal, siendo de aplicación el régimen sancionador establecido en la Ordenanza de Protección del Medio Ambiente.

TITULO II . CARACTERISTICAS DE LOS SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS

Artículo 3

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.

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 0,30 metros.

Artículo 4

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

Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. En la zona 2, si el titular decidiera no explotar la totalidad de la superficie autorizada, estará obligado a colocar, en las zonas no ocupadas por instalaciones publicitarias, hasta completar los límites de la superficie autorizada, elementos de carácter decorativo que respeten la estética del emplazamiento.

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.

Artículo 5

No se autorizarán en ningún caso actuaciones que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural, excepción hecha de las provisionales que utilicen lonas o cualquier otro elemento que hayan de ser colocados con motivo de las operaciones de restauración de fachadas, las cuales se ajustarán a las condiciones establecidas en el art. 20 de esta Ordenanza. En cualquier licencia se podrá imponer el uso de materiales, técnicas o diseños específicos si se considera necesario para lograr la debida integración en el ambiente urbano.

Igualmente, se denegarán las solicitudes de licencia cuando con la instalación propuesta se perjudique o comprometa la visibilidad del tráfico rodado o a los viandantes.

Toda actuación que afecte a elementos catalogados o áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, deberá poner especial énfasis para su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se tendrá especial atención en el respeto a los valores paisajísticos, así como el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios sin que pueda llegar a ocultarse sus elementos decorativos y ornamentales. Para estos casos la actuación deberá contar con informe favorable de la Comisión Institucional para la Protección del Patrimonio Histórico Artístico y Natural (CIPHAN), quien podrá recabar toda la información necesaria para emitir el dictamen (estudios de impacto ambiental, reportajes fotográficos, infografías, etc.). Salvo las excepciones que la Comisión pueda admitir en función de las especiales características de un emplazamiento, las instalaciones se realizarán a base de elementos sueltos (letras, logotipos, etc.) debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción. Se podrán imponer tamaños y alturas menores a los permitidos con carácter general en función de las

características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos ambientales negativos.

De manera general, con las salvedades que más adelante se indican, se prohibe la publicidad en Bienes de Interés Cultural y sus entornos de protección, así como en los edificios, parques y jardines, establecimientos comerciales y elementos urbanos singulares incluidos en los Catálogos de Protección correspondientes. Igual determinación regirá para los Cementerios Históricos protegidos por el planeamiento específico.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley General de Publicidad, se prohibe la publicidad que atente contra la dignidad de las personas, o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer, pudiendo ordenarse la retirada inmediata de la publicidad que vulnere esta prohibición.

Artículo 6

No se consideran autorizables las actuaciones que no estén contempladas expresamente en la presente ordenanza.

No obstante, con carácter experimental, y previo informe favorable del Grupo Técnico de Publicidad, se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta Ordenanza a los efectos, en su caso, de incorporarlas posteriormente a la misma.

TITULO III . CALIFICACIÓN TIPOLÓGICA DEL SUELO

Artículo 7

Se establece la siguiente calificación tipológica del suelo del término municipal, adoptando la terminología del P.G.O.U.M. 1997.

Zona 1: Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable, los Sistemas Generales y Dotaciones Locales públicas.

Zona 2: Comprende las áreas o edificios considerados de interés histórico-artístico, distinguiéndose las siguientes subzonas:

2.1. La delimitada por la Cerca y Arrabal de Felipe II.

2.2. La comprendida por el Conjunto Histórico declarado Bien de Interés Cultural por la Comunidad de Madrid que esté incluida dentro de la Zona de Protección Arqueológica del Recinto Histórico.

Las Áreas de Planeamiento Específico de Colonias Históricas y de Cascos Históricos de los Distritos Periféricos.

2.3.Resto del Recinto Histórico y su entorno de protección.

Zona 3. Comprende el resto del Suelo Urbano

Zona 4. Comprende el suelo urbanizable.

Con carácter general no se permite publicidad de ningún tipo en la zona 1.

En las zonas 3 y 4, a efectos de condiciones de autorización de los elementos de publicidad exterior, se definen las siguientes VIAS ESPECIALES:

VIAS COMERCIALES. Los ejes terciarios señalados en el P.G.O.U.M.

VIAS DE CIRCULACIÓN RÁPIDA. Se definen como aquellas en las que la velocidad máxima de circulación autorizada, según debe estar indicado en la señalización específica correspondiente, sea superior a la genérica de las vías urbanas, que es de 50 kilómetros/hora.

TITULO IV . PUBLICIDAD SOBRE SOPORTES SITUADOS EN SUELO DE TITULARIDAD PUBLICA

Artículo 8

Toda publicidad que pretenda utilizar soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo las muestras, los banderines y las demás actuaciones expresamente reguladas en esta Ordenanza, será objeto de licitación pública de acuerdo con la legislación de contratos, excepto aquellas actuaciones puntuales que, justificadamente, puedan tramitarse como patrocinio, con arreglo a las normas reguladoras del mismo aprobadas por el Ayuntamiento de Madrid.

No estarán comprendidos en el párrafo anterior los soportes situados sobre cerramientos de obras previstos en el artículo 19 dado el carácter provisional de la instalación.

Las instalaciones publicitarias sobre soportes de mobiliario urbano se sujetarán a lo dispuesto en la ordenanza de mobiliario urbano.

La publicidad editorial en los puestos de venta de periódicos, revistas y publicaciones periódicas se regularán por lo dispuesto en la Ordenanza Reguladora de la Actividad de Venta en la Vía Pública de Periódicos, Revistas y Publicaciones Periódicas.

Artículo 9

No está permitida dentro del término municipal la utilización con fines publicitarios de cualquier tipo de vehículo o remolque, en circulación o estacionado, cuya finalidad principal sea la transmisión de un mensaje publicitario.

Artículo 10

Con carácter excepcional, el Ayuntamiento podrá autorizar discrecionalmente la utilización de los báculos de alumbrado público, como soporte de publicidad, con motivos de acontecimientos o programas de singular importancia, culturales o deportivos.

Su utilización, será igualmente, autorizada durante las campañas electorales, ajustándose a las disposiciones que en cada una de ellas promulgue la Alcaldía-Presidencia.

Articulo11

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.

TITULO V . PUBLICIDAD EN EDIFICIOS

Artículo 12

A efectos de esta ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de edificios como elementos de fijación del soporte publicitario:

a) Publicidad en coronación de edificios.

b) Publicidad en paredes medianeras.

c) Superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas

d) Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja

e) Rótulos informativos.

f) Muestras, banderines y toldos, que se regulan en el Título IX de esta Ordenanza.

PUBLICIDAD EN CORONACION

Artículo 13

Las superficies publicitarias 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 las del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas. En cualquier caso, sólo se autorizará un mensaje publicitario por fachada con un máximo de dos en cada edificio.

Sólo podrá instalarse una superficie sobre la coronación de la última planta de cada edificio, entendiendo ésta como el plano de los petos de protección de cubierta, o en su defecto el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de uso.

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.

En la Zona 2 este tipo de soportes publicitarios sólo se autorizará dentro del ámbito de las áreas 2.2 y 2.3, siempre y cuando el edificio esté ubicado en alguna de las vías reguladas por el nivel D de usos de la Norma Zonal 1 y no esté incluido en algún nivel de protección.

Excepcionalmente podrán permitirse los soportes publicitarios en coronación cuando se trate de edificios catalogados con nivel 3 cuyas características arquitectónicas, estéticas y compositivas lo posibiliten. Para ello será necesario informe de la CIPHAN que podrá imponer las condiciones que se consideren oportunas en función de las características del edificio.

Con carácter general, no se autorizan en edificios exclusivos de carácter dotacional público este tipo de soportes publicitarios.

Artículo 14

Son autorizables los anuncios luminosos con mensaje o efectos visuales variables obtenidos por procedimientos exclusivamente eléctricos o electrónicos. 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 navegación aérea. Si la luz emitida lo es por proyección, la luz del foco no podrá exceder del área del anuncio, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo. Asimismo, el horario de funcionamiento de las fuentes de iluminación será de 7 de la mañana a 12 de la noche, debiendo estar apagadas el resto del tiempo. No obstante, previo informe del Grupo Técnico de Publicidad, se podrá definir un horario diferente para zonas o emplazamientos concretos.

Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán retranquearse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.

Las dimensiones de dichas superficies cumplirán las siguientes condiciones:

En los edificios entre medianerías deberán situarse retranqueados tres metros de los linderos.

La altura de los soportes publicitarios no podrá exceder del 10 por 100 de la del edificio y como máximo alcanzará los 5,5 metros.

La superficie de los soportes publicitarios no podrá exceder de noventa (90) metros cuadrados.

No existirán anuncios luminosos a menos de quince (15) metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial, sanitario u hotelero si las luces son oblicuas o veinte (20) metros si las luces son rectas. A estos efectos no se considerarán los huecos de ventana del propio edificio situados en el plano vertical del anuncio.

La superficie opaca del anuncio no podrá sobrepasar el 25 por 100 del total de la superficie publicitaria

En las zonas 2 y 3 el ancho mínimo de calle será de 12 metros, la altura del soporte no sobrepasará 1/10 de la del edificio.

En las vías de circulación rápida de esta zona, la altura mínima del edificio donde se instale el soporte a la vía de

circulación será de 25 metros y la altura del soporte no sobrepasará 1/10 de la del edificio.

El Ayuntamiento podrá imponer nuevas medidas correctoras cuando las impuestas en la licencia no fueran suficientes para garantizar la inocuidad de la instalación.

PUBLICIDAD EN MEDIANERAS.

Artículo 15

A efectos de esta ordenanza se clasifican las paredes medianeras entre las que tienen carácter provisional y las que están consolidadas. Las primeras son aquellas que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial, mientras que las segundas, por aplicación de las condiciones del planeamiento, tienen duración indefinida.

En las provisionales, dentro de la zona 3, salvo que estén catalogados con nivel 1 ó 2, se admite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado hasta una altura de 5 metros sobre la rasante de la vía pública y la mitad de la superficie de la total del paramento. En la zona 2 solo se autorizan para la subzona 2.3, siempre que el edificio no esté catalogado en el nivel 1 ó 2, quedando supeditada en cualquier caso al informe favorable de la CIPHAN.

Se permite la publicidad para el caso de medianerías consolidadas dentro de las zonas 2 y 3, quedando supeditadas en la zona 2 al dictamen favorable de la CIPHAN, que se concederá únicamente en función de la adecuación y mejora paisajística de un conjunto urbano y con las características que se indiquen.

En las medianerías consolidadas se requerirá un estudio de adecuación para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse un soporte publicitario 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.

En vías de circulación rápida comprendidas en zonas autorizables el edificio donde se sitúe la publicidad deberá estar a un mínimo de 25 metros de la vía de circulación.

En ningún caso la distancia del plano exterior del soporte publicitario o de alguno de sus componentes podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de la medianería.

Tanto las instalaciones de paredes medianeras provisionales, como las de consolidadas, podrán dotarse de sistemas de iluminación, ya sea interior o proyectada, siempre que disten más de 15 metros a huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, hotelero o sanitario.

En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,80 metros, y en todo caso el haz luminoso no deberá sobrepasar los límites de la medianera, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo.

SUPERFICIES NO RÍGIDAS SOBRE FACHADAS.

Artículo 16

1. Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas tales como lonas decoradas, etc., sólo serán autorizables en las superficies ciegas de fachadas de edificios exclusivos de uso Terciario Comercial, situados en Zonas 2.3, 3 y 4; si además se trata de vías de circulación rápida el edificio deberá estar al menos 25 metros de la línea del arcén.

2. No obstante, los edificios tales como museos, bibliotecas o análogos, con independencia de su nivel de catalogación, podrán publicitar sus exhibiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes no rígidos, tales como banderolas, paralelas o perpendiculares a fachada, ejecutadas en tela o materiales análogos. Para la concesión de los mismos se exigirá proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. En función de las características del proyecto, las autorizaciones serán temporales o indefinidas. En cualquier caso, será preceptivo y vinculante el informe de la CIPHAN para los edificios que se encuentran en Zona 2 o estén catalogados.

SUPERFICIES PUBLICITARIAS OPACAS O LUMINOSAS EN LOCALES EN PLANTA BAJA.

Artículo 17

Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja en las zonas 2.3 y 3.

En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de fachada del local.

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

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

Podrán dotarse de sistemas de iluminación, tanto interior como proyectada, siempre que disten más de 15 metros a huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, hotelero o sanitario.

En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,80 metros, y en todo caso el haz luminoso no deberá sobrepasar los límites de la medianera, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo.

RÓTULOS INFORMATIVOS

Artículo 18

Los carteles o rótulos que en las fincas sobre las 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, se regirán cuando se sitúen en edificios por las normas del Plan General de Ordenación Urbana para las denominadas "muestras".

TITULO VI . PUBLICIDAD EN OBRAS

Artículo 19

A efectos de esta Ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de nueva planta, sustitución, obras especiales de reconstrucción y recuperación tipológica, reestructuración general y total, demolición total, restauración de fachadas y urbanización en las zonas 2, 3, y 4, incluso en edificios u otros elementos catalogados.

En todo caso deberán contar previamente con la preceptiva licencia de obras y de su vallado en vigor, y la publicidad en ellas sólo será autorizable durante la duración de las mismas, en los términos previstos en los artículos siguientes.

En las vías de circulación rápida la distancia mínima del soporte publicitario a la línea de arcén será de 25 metros y la altura del mismo no superará la prevista en el artículo 28.

Artículo 20

Los soportes publicitarios en obras no podrán sobresalir del plano de la valla de obras o andamiaje autorizados en la licencia. En el caso de soportes para papel pegado o pintura, la altura máxima de estos será de 5,50 metros sobre la rasante del terreno en el exterior de la valla, en las Zonas 2 y 3.

También se admiten en las zonas 2 y 3, incluso en edificios u otros elementos catalogados, los soportes publicitarios no rígidos situados sobre estructuras de andamiaje que podrán cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como limitación la altura del edificio. Las obras susceptibles de servir para la instalación de estos soportes son las citadas en el artículo 19, en estos supuestos, dada su temporalidad, no será preciso el dictamen

de la CIPHAN.

Los soportes publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, siempre estarán condicionados a la licencia de obras correspondiente y tendrán un plazo máximo de validez de seis meses, el cual únicamente podrá ser prorrogado una sola vez por el mismo plazo mediante la correspondiente solicitud, aportando los documentos que justifiquen la necesidad de prorrogar la instalación del correspondiente andamiaje para la ejecución de la obra. Agotada la prórroga, no se volverá a conceder una nueva licencia hasta transcurridos tres años desde el fin de la misma.

Artículo 21

Los carteles o rótulos ubicados en obras cuya finalidad sea indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas que tengan título legal suficiente sobre las mismas o dar a conocer la clase de obra de que se trata, sus ejecutores, etc., y no tengan finalidad publicitaria, deberán solicitar la preceptiva licencia municipal para su instalación que les será otorgada siempre que cumplan las condiciones generales de los soportes publicitarios en estas ubicaciones, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento de obra.

TITULO VII . PUBLICIDAD EN SOLARES O TERRENOS URBANOS SIN USO

Artículo 22

A efectos de esta Ordenanza los solares susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los situados en las zonas 2.3 y 3.

Artículo 23

Los soportes publicitarios en este tipo de emplazamientos se instalarán sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar y siempre en la alineación oficial. Los soportes sólo podrán autorizarse cuando el cerramiento esté previamente realizado, excepto en los Suelos Urbanizables en desarrollo en su fase de obras de urbanización donde podrán eximirse estas condiciones durante el tiempo que duren las mismas.

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 4 metros del vértice.

Se situarán sobre el cerramiento de separación con la vía pública y no sobre los divisorios con fincas colindantes.

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. En la zona 2.3 deberán cubrirse mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua. En la zona 3 si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 60 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 5,50 metros respecto a la rasante de la acera en la alineación oficial, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

Artículo 25

Los carteles o rótulos que en solares 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.

TITULO VIII . PUBLICIDAD EN TERRENOS SIN USO PRÓXIMOS A VÍAS DE CIRCULACIÓN RÁPIDA

Artículo 26

A los efectos de la publicidad regulada en este título, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán los correspondientes a las zonas 3 y 4.

En ningún caso el soporte publicitario podrá estar a distancia inferior a veinte (20) metros de la vía rápida.

Artículo 27

En los terrenos situados en la zona 3, sólo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios cuando éstos cuenten con cerramiento autorizado con arreglo a planeamiento.

Los soportes podrán situarse sobre el cerramiento o, alternativamente, en el interior de la parcela, pero no en ambas posiciones a la vez.

En ningún caso la distancia a la vía rápida será inferior a veinte (20) metros.

A efectos de la explotación publicitaria no podrá segregarse un solar o terreno.

Artículo 28

Si la superficie publicitaria se instala sobre el cerramiento de terrenos situados en zona 3, la extensión máxima será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del terreno. Si la longitud de la superficie publicitaria ocupa el 60 por 100 de la fachada los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías.

La altura máxima de los soportes, en estos emplazamientos, será de 5,50 metros respecto a la rasante del terreno exterior en contacto con el vallado, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

Si la superficie publicitaria no se instala sobre el cerramiento del terreno, se aplicarán las condiciones del artículo 30.

Artículo 29

En los terrenos situados en zona 4, los soportes publicitarios se podrán situar libremente, si bien las licencias que se otorguen tendrán el carácter de provisionales de conformidad con lo dispuesto en la legislación urbanística aplicable. No podrán instalarse sobre las líneas divisorias con fincas colindantes.

A efectos de explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales de un terreno.

Artículo 30

En terrenos situados en la zona 4 con frente a una vía rápida la superficie publicitaria máxima será de 150 metros cuadrados por cada 100 metros lineales de fachada del terreno con la vía rápida.

La parte más próxima del soporte publicitario a la alineación de la vía rápida en el Plano de Ordenación será como mínimo de 20 metros.

Para distancias superiores a 20 metros, la proximidad desde el borde inferior del soporte al punto de medición de la rasante será de 2/3 de la altura máxima.

La altura máxima del soporte publicitario sobre la rasante del terreno en la alineación de la vía rápida será fijada mediante la siguiente tabla en función de la parte más próxima del mismo a la alineación.

Distancia Altura máxima

20 metros 5,50 metros

40 metros 12 metros

50 metros 15 metros

Y así proporcionalmente, no pudiendo superarse en ningún caso la cota máxima de 20 metros de alto.

Artículo 31

Los carteles o rótulos en terrenos sobre los que tenga 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 según los terrenos tengan o no cerramiento, no pudiendo sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento.

TITULO IX . MUESTRAS, BANDERINES Y ELEMENTOS ANÁLOGOS

Artículo 32

Se regula en el presente título la publicidad que tiene por fin exclusivo la señalización de establecimientos. Salvo las excepciones que más adelante se indican, no podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad del local de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a la que se dedique.

Muestras.

Artículo 33

Son los anuncios paralelos al plano de fachada. Tendrán un saliente máximo respecto a ésta de quince (15) centímetros, debiendo cumplir además las siguientes condiciones:

1.- Salvo que el Plan General establezca otro régimen, para la zona 2 se admiten en las situaciones que a continuación se definen, siempre que se cumpla con las siguientes particularidades:

a) En el interior de los huecos de fachada de planta baja y primera. La altura máxima de las muestras será de 60 centímetros en planta baja y de 40 centímetros en planta primera, sin que puedan sobresalir del hueco, debiendo quedar retranqueadas en el interior del mismo 10 centímetros con respecto al plano de fachada.

b) Sobre el dintel de los huecos de fachada en planta baja. En este caso la muestra deberá realizarse con letras sueltas, con una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura máxima de 30 centímetros.

c) En los macizos de fábrica entre huecos de planta baja, únicamente en forma de logotipo o texto de letra suelta inscribible en un polígono de superficie no mayor a 0,20 m².

d) En el interior de los huecos de planta de pisos en edificios de uso terciario exclusivo no incluidos en la subzona 2.1 o no catalogados en los niveles 1 y 2 se permiten muestras de altura no mayor de 30 centímetros y ancho igual al del hueco, formados por lonas, cristal o elemento transparente, sobre el que se grabará el letrero del establecimiento.

2.- Para las restantes zonas descritas en la presente Ordenanza, además de las situaciones señaladas anteriormente se permite lo siguiente:

a) En planta baja, las muestras podrán ocupar únicamente una faja de anchura 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 veinticinco (25) centímetros de lado y dos (2) milímetros de grueso, podrán situarse en las jambas. Se podrán adosar en su totalidad al frente de las marquesinas, cumpliendo las limitaciones señaladas para éstas y pudiendo sobrepasar por encima de ellas una altura máxima igual al espesor de las mismas.

b) En edificio exclusivo de uso no residencial, podrán colocarse muestras opacas 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 dos (2) metros, cuando esté ejecutada con letra suelta, y tres (3) metros cuando se trate del logotipo.

c) En los edificios exclusivos, con uso no residencial, podrán también instalarse muestras en fachada, previa presentación de un proyecto arquitectónico conjunto de la misma, mediante letras sueltas que no podrán exceder de dos (2) metros de altura, o tres (3) metros si se trata del logotipo.

d) Las muestras luminosas, además de cumplir con las normas técnicas de la instalación y con las condiciones anteriores, irán situadas a una altura superior de tres (3) metros sobre la rasante de la calle o terreno. No existirán muestras luminosas a menos de diez (10) metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte (20) metros si las luces son rectas.

Banderines

Artículo 34

Son los anuncios perpendiculares al plano de fachada. 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 de ochenta (80) centímetros. Su dimensión vertical máxima será de noventa (90) centímetros, salvo en la Zona 2 donde su altura no superará los 60 centímetros. Se tendrán presentes también las siguientes particularidades:

a) En zonas de uso cualificado no residencial se permiten banderines de hasta 200 centímetros de altura e idéntico saliente al ya mencionado. En edificios de uso exclusivo hotelero no situados en zona 2.1, 2.2 o edificios no catalogados en los niveles 1 ó 2 también se permite este tipo de banderín , pudiendo tener una altura igual a la de la mitad del edificio con el saliente ya mencionado.

b) 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. No existirán banderines luminosos a menos de diez (10) metros de huecos de ventanas de edificios de uso residencial u hospitalario si las luces son oblicuas o veinte (20) metros si las luces son rectas.

c) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente en planta baja. Harán siempre referencia a la actividad y nombre del establecimiento en cuestión, tolerándose en ellos la publicidad de tipo comercial siempre que sea compatible con la antedicha condición.

d) Se prohibe la instalación de este tipo de elementos en los edificios catalogados en los niveles 1 ó 2, salvo los que la CIPHAN autorice por considerar que se integran en la estética del edificio.

Toldos y otros elementos flexibles

Artículo 35

Se permite la publicidad referente al establecimiento en la falda de los toldos rectos y móviles que puedan instalarse cumpliendo las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas para este tipo de elementos. En plantas de pisos no tendrán una anchura mayor que la del hueco, recogiéndose en el interior del mismo.

En los edificios situados en la zona 2 solo se autorizan en planta baja y primera y siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños en planta baja cuando las características de la portada lo justifique arquitectónica y estéticamente.

Otras actuaciones

Artículo 36

En los casos que se considere conveniente para la mejora del paisaje urbano, el Ayuntamiento podrá promover programas de adecuación arquitectónica para ordenar la publicidad en un determinado conjunto, barrio edificio o

ambiente.

Se permite la publicidad en el interior de los huecos de planta baja y primera mediante cristales grabados, muestras luminosas y elementos análogos sin que puedan componer textos o dibujos con otros huecos del edificio. En ningún caso estos elementos supondrán una merma de las condiciones estéticas de la finca o de iluminación natural del local al que pertenezca el hueco.

Otras condiciones

Artículo 37

1. Los elementos publicitarios no podrán alterar las características físicas del hueco y sus carpinterías (despiece en dovelas, piedras de salmer o clave, curvatura de los arcos, rejerías, carpintería de ventanas o fraileros, etc.)

2. Se prohibe la instalación en el ámbito de la Zona 2 de muestras o banderines con mensaje luminoso y variable.

3. Se podrá autorizar la instalación de muestras o banderines luminosos que tengan por objeto indicar la localización de locales que presten servicios de interés para la colectividad, mediante la homologación de dichas instalaciones por el Ayuntamiento, que además establecerá las condiciones a que hayan de sujetarse, previo, en su caso, acuerdo con las entidades representativas de este tipo de establecimientos, tales como farmacias, clínicas, etc..

Materiales

Artículo 38

Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas del ambiente urbano y constructivas del edificio en que se instalen. Para justificar debidamente el cumplimiento de esta condición, en la solicitud de licencia se documentará con total precisión la ubicación, dimensiones, materiales, colores y diseño de los elementos publicitarios solicitados.

TÍTULO X . RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD

CAPITULO 1 . NORMAS GENERALES

Artículo 39

Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas aplicables, toda actividad o instalación publicitaria perceptibles desde la vía pública, salvo las excepciones expresamente previstas en esta Ordenanza. Las licencias de esta naturaleza que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la Administración Municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben.

Las licencias de publicidad exterior serán transmisibles, pero el antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento adjuntando la documentación prevista en el artículo 46 de esta Ordenanza, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia.

Artículo 40

Toda actividad o instalación publicitaria que emplee medios o elementos eléctricos o electrónicos para su difusión deberá ajustarse, además, a la normativa técnica que le resulte de aplicación.

Artículo 41

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad y ornato público, pudiendo ordenarse por el Ayuntamiento la ejecución de las obras necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

Asimismo, durante la vigencia de la licencia los propietarios de las instalaciones señaladas en la Disposición Adicional Primera están obligados a suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra, sin franquicia alguna, los riesgos que pudieran derivarse de la instalación o explotación publicitaria en la cuantía que determina la Disposición Adicional Primera.

Artículo 42

Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible su nombre o denominación social y el número de expediente en el que se concedió la correspondiente licencia.

Cuando la instalación carezca de los datos identificativos señalados en el párrafo precedente o éstos no se correspondan con los existentes en los archivos municipales, se considerará que no está garantizada la seguridad de la misma al no existir constancia de Dirección facultativa, ni compromiso cierto del mantenimiento de la instalación en condiciones adecuadas.

CAPITULO 2 . DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO

Artículo 43

La solicitud de licencia se formalizará en el modelo normalizado correspondiente, adjuntándose a la misma los siguientes documentos:

a) Proyecto técnico suscrito por facultativo competente, visado por su Colegio profesional, integrado por memoria, planos y presupuesto.

b) Dirección facultativa, visada por el Colegio profesional correspondiente y compromiso de asumir el mantenimiento de las condiciones de la instalación durante la vigencia de la licencia, caso de otorgarse.

c) Plano parcelario a escala 1/2.000 en el que se señalen claramente los límites del lugar donde se pretenda llevar a cabo la instalación.

d) Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 x 15 centímetros de forma que permita su perfecta identificación.

e) Autorización del propietario del emplazamiento con una antigüedad no superior a tres meses.

f) Fotocopia de la licencia de obras u orden de ejecución para aquellos casos en los que la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén efectuando o vayan a efectuarse las obras; en su defecto, el peticionario podrá aportar los datos concretos del expediente en el que se adoptó la resolución con la claridad precisa para permitir su inmediata localización y comprobación.

g) Alineación oficial, si la instalación pretende ubicarse en un solar.

Artículo 44

La solicitud de licencia se tramitará por el procedimiento normal previsto en el artículo 16 y siguientes de la Ordenanza Especial de Tramitación de Licencias y Control Urbanístico. En las solicitudes de superficies publicitarias luminosas en coronación de edificios, se acordará un período de información pública y trámite de alegaciones a los propietarios de los edificios colindantes al de la instalación y enfrentados a ellos. No obstante, el Grupo Técnico de Publicidad a que se refiere la Disposición Adicional Segunda podrá acordar la necesidad de dicho trámite en otros supuestos con carácter general.

Cuando la actuación publicitaria consistiera en una muestra, toldo o banderín podrá tramitarse su autorización incluida en la licencia de obras o en la licencia única, en las que quedará subsumida.

Si se solicitase autónomamente la instalación de una muestra, toldo o banderín, dicha solicitud se tramitará por el procedimiento abreviado previsto en la Ordenanza de Tramitación de Licencias. En este caso no será necesario

presentar proyecto técnico visado ni Dirección Facultativa visada por Colegio Profesional.

En los supuestos en que se exija el seguro de responsabilidad civil, la eficacia de la licencia quedará condicionada a la presentación de la copia del correspondiente contrato, no pudiendo hasta entonces retirarse la licencia.

Artículo 45

1. Corresponde en todo caso a los Servicios del Organo competente para la concesión de la licencia la emisión de los correspondientes informes técnicos y jurídicos.

2. Las licencias y autorizaciones que regula esta Ordenanza, excepto las recogidas en el Título IX, serán tramitadas y resueltas por un órgano centralizado.

CAPITULO 3 . PLAZOS DE VIGENCIA

Artículo 46

1. El plazo de vigencia de las licencias reguladas en esta Ordenanza, salvo las actuaciones recogidas en el Título IX, será de dos (2) años desde la fecha de su concesión, prorrogables hasta un máximo de seis (6) años por períodos bianuales.

Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de tres meses a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- fotografías actualizadas del emplazamiento.

- certificado de facultativo competente donde se testifique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estéticas previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.

- Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.

La prórroga se entenderá automáticamente concedida transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de la misma, salvo que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias y éstas no hayan sido resueltas antes de finalizar el plazo de vigencia.

En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la licencia quedará automáticamente sin vigencia.

2. Cuando la licencia pierda su vigencia, el titular de la misma estará obligado al desmontaje y retirada a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación en el plazo máximo de un mes. En caso de no hacerlo, el Ayuntamiento podrá retirarlo en la forma establecida en el artículo 51 de esta Ordenanza.

Artículo 47

Las licencias de publicidad exterior quedarán sin efecto si se incumpliese cualquiera de las condiciones a que estuvieren subordinadas.

CAPITULO 4 . REGIMEN DISCIPLINARIO

Artículo 48

Las infracciones y sanciones en esta materia se ajustarán a lo dispuesto en la legislación urbanística y de protección del medio ambiente, considerándose a estos efectos como promotor de la infracción la empresa de publicidad responsable, la entidad promotora del producto o servicio anunciado y el propietario del inmueble sobre el que se cometió la infracción. En particular, al imponer las sanciones se observará el principio de comiso del beneficio de forma que en ningún caso la infracción pueda suponer un beneficio económico para el infractor.

Si la infracción afectase a un ámbito o inmueble protegido en virtud de la legislación del Patrimonio

Histórico-artístico, se aplicará lo dispuesto en dicha legislación.

Artículo 49

Los procedimientos sancionadores se tramitarán de acuerdo con la legislación general sobre Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y, en su caso, la normativa correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Artículo 50

El plazo de prescripción, en su caso, de estas infracciones empezará a computarse a partir de la finalización de la actividad publicitaria ilegal.

Artículo 51

Las actuaciones ilegales en esta materia darán lugar, además de a la imposición de la sanción correspondiente, a la adopción de las medidas necesarias para la restauración del orden jurídico infringido o de la realidad física alterada como consecuencia de dicha actuación.

A estos efectos, si la actuación consistiese en la implantación sin licencia de una instalación publicitaria, la autoridad competente dispondrá su inmediato desmontaje, al no existir garantías de sus condiciones de seguridad.

Si se tratase de una actuación efectuada sin ajustarse a las condiciones señaladas en la licencia, la autoridad competente dispondrá su desmontaje en el plazo de ocho días, previa audiencia al titular, procediéndose, en caso de incumplimiento a su retirada por la Administración Municipal.

En cualquier caso podrá llevarse a cabo la retirada inmediata de cualquier instalación publicitaria cuando concurran razones de urgencia relacionadas con la seguridad de la instalación que aconsejen la inmediata ejecución de dicha medida. Dicha actuación material no exigirá la previa adopción de resolución alguna, pero los funcionarios intervinientes levantarán acta sucinta de lo actuado y de las circunstancias concurrentes.

Si la instalación publicitaria se encontrase situada sobre el suelo o el vuelo de la vía pública, la Administración Municipal dispondrá sin más trámite su retirada inmediata en ejercicio de sus potestades de recuperación de oficio de sus propios bienes, notificando esta decisión al titular si fuese conocido.

Las medidas anteriormente citadas no están sujetas a plazo de caducidad para su adopción al dirigirse contra actos de uso del suelo que generan una relación permanente con la Administración.

La retirada de cualquier instalación publicitaria efectuada por la Administración Municipal en cumplimiento de los preceptos de esta Ordenanza se entenderá efectuada siempre a costa del obligado, a quien se exigirá el abono correspondiente por la vía de apremio si fuese necesario.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera: La póliza del seguro de responsabilidad civil establecida en el artículo 41 de la vigente Ordenanza deberá concertarse garantizando, al menos, los siguientes importes:

- En los casos de carteleras publicitarias: 50.000.000 ptas.

- En los casos de superficies publicitarias en coronación de edificios: 100.000.000 ptas.

- En los casos de lonas publicitarias: 200.000.000 ptas.

El seguro cubrirá la responsabilidad civil derivada de los daños personales y materiales que puedan ocasionarse por el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Segunda: Grupo Técnico de Publicidad.

Se constituirá un Grupo Técnico de Publicidad, formado por funcionarios de las Concejalías de Urbanismo, Obras

e Infraestructuras y Coordinación, con la finalidad de unificar los criterios técnicos de general aplicación y alcance, así como resolver las cuestiones generales que puedan plantearse respecto a la interpretación de la presente Ordenanza.

A las reuniones podrán ser convocados representantes del sector, que actuarán con voz y sin voto, cuando la índole del asunto a tratar así lo aconseje.

La Presidencia corresponderá al Concejal de Urbanismo o Director de Servicios en quién delegue.

Tercera: De la Comisión de Estética Urbana.

A los efectos de definir las grandes directrices de actuación de la Administración Municipal en cuanto a la protección, mantenimiento y mejora de los valores fundamentales del paisaje urbano y la imagen de la Villa de Madrid se crea la Comisión de Estética Urbana. Esta Comisión deberá informar preceptivamente respecto a la idoneidad y ubicación de los grupos escultóricos y elementos ornamentales singulares, incluidos o no en el mobiliario urbano, a ubicar en la ciudad.

La Comisión de Estética Urbana estará compuesta por:

- Presidente: El Alcalde Presidente .

- Vicepresidente: El Concejal competente en materia de urbanismo.

- Vocales:

- El Concejal de Cultura.

- El Concejal de Obras e Infraestructuras

- El Gerente Municipal de Urbanismo

- El Concejal de Vivienda y Rehabilitación Urbana.

- El Concejal de Medio Ambiente.

- Un representante de cada uno de los Grupos Políticos Municipales sin responsabilidad de gobierno, designado por el Alcalde Presidente a propuesta del respectivo portavoz.

- Un representante de la Real Academia de Bellas Artes, designado por el Alcalde Presidente a propuesta de su órgano de gobierno.

- Un representante del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, designado por el Alcalde Presidente a propuesta de la Junta de Gobierno del Colegio.

- Dos representantes de las Asociaciones, Fundaciones o Instituciones que tengan entre sus fines la mejora y salvaguardia de los valores arquitectónicos y estéticos de la Ciudad, designados por el Alcalde Presidente, a propuesta de las mismas.

- Un representante de los Cronistas de la Villa, designado por la Mesa de Cronistas.

- Podrán asistir a las reuniones de la Comisión, con voz pero sin voto, otras personas convocadas bien en razón de su especialización o en representación de colectivos u órganos administrativos competentes en los asuntos incluidos en el orden del día . En particular, podrán asistir a las reuniones un representante de la CIPHAN cuando se aborden temas relacionados con las funciones de dicha Comisión.

Actuará como Secretario de la Comisión el Secretario General del Ayuntamiento o funcionario en quien delegue.

Cuarta

a) La Comisión se reunirá, al menos, una vez al trimestre, previa convocatoria de su Presidente, en la que se

incluirá el orden del día con los asuntos a tratar en ella.

b) La comisión podrá solicitar, para mejor proceder, dictamen o informe a otras Administraciones Públicas, Instituciones, Universidades, Fundaciones o Asociaciones declaradas de utilidad pública o a personas de relevante prestigio y reconocida capacidad profesional en razón de la materia.

c) Los acuerdos serán adoptados por mayoría de votos de los presentes. Para su válida constitución será necesaria la presencia de al menos la mitad de sus miembros, pudiendo otorgarse representación nominal para cada sesión.

d) El Presidente será sustituido en caso de ausencia o imposibilidad por el Vicepresidente.

e) De los acuerdos de la sesión se levantará acta suscrita por Secretario.

Quinta

Se modifica el art. 58.2 de la Ordenanza Especial de tramitación de licencias y control Urbanístico, señalada con una letra f) tendrá la siguiente redacción:

"f) Los soportes publicitarios.".

Sexta

La descripción literal o gráfica de los distintos tipos de suelo o edificios figuran en los siguientes documentos del Plan General de Ordenación Urbana:

a) Zona 1. Planos de Ordenación

b) Zona 2:

Cerca y Arrabal de Felipe II

Catálogo de Elementos Protegidos

Planos del Catálogo de Protecciones Especiales

Zona de Protección Arqueológica del Recinto Histórico (Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid del 11 de diciembre de 1989)

Catálogo de Elementos Protegidos

Planos del Catálogo de Protecciones Especiales

Recinto Histórico y Entorno de Protección (Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid del 22 de Mayo de 1995)

Planos del Catálogo de Protecciones Especiales.

Monumentos Históricos y Entornos de Protección

Planos del Catálogo de Protecciones Especiales.

Edificios catalogados

Catálogo de Elementos Protegidos

Planos del Catálogo de Edificios Protegidos

Establecimientos comerciales, jardines y elementos urbanos singulares

Catálogo de Elementos Protegidos

Planos del Catálogo de Elementos Singulares

Cementerios Históricos

Plano EC de Estructura General

Colonias Históricas y Cascos Históricos Periféricos

Plano EC de Estructura General

Catálogo de Elementos Protegidos

Planos de Ordenación

Planos del Catálogo de Edificios

Ejes Terciarios

Art. 8.10.1. de las NN.UU. del Plan General

Áreas de Aplicación de la Norma Zonal 1 nivel D

Plano de Usos y Actividades del APE 00.01.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

ÚNICA . Los soportes publicitarios que se encuentren instalados y cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta ordenanza tendrán el plazo de dos años para adaptarse a los preceptos de la misma, si antes no caduca la licencia que posean. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la presente Ordenanza establece.

DISPOSICIONES DEROGATORIAS

PRIMERA

Quedan derogados los artículos 6.10.11, 6.10.12 y 6.10.13 de las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid.

SEGUNDA.

Queda derogada la Ordenanza reguladora de la publicidad exterior mediante carteleras, aprobada por acuerdo plenario de 28 de julio de 1993 y modificada por acuerdo plenario de 23 de diciembre de 1998, así como las demás normas que siendo de igual o inferior rango a la presente ordenanza se opongan a la misma.

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA.

La presente Ordenanza entrará en vigor al mes de la publicación de su texto en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid. Y/1

Documento de carácter informativo. La versión oficial puede consultarse en el Boletín del Ayuntamiento de Madrid o en el Boletín de la Comunidad de Madrid.