

ANEXO

INDICE

**REGIMEN REGULATORIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA EN LA VIA PÚBLICA Y EN
ESPACIOS PRIVADOS CON ACCESO O VISTA AL PÚBLICO**

CAPITULO I

OBJETO Y ALCANCE

ARTICULO 1º: OBJETO Y DEFINICIONES

ARTICULO 2º: SUJETO OBLIGADO

ARTICULO 3º: REVOCABILIDAD

CAPITULO II

NORMAS GENERALES

ARTICULO 4º: TIPOLOGIA DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS

ARTICULO 5º: TIPOLOGIA NO CONTEMPLADA

ARTICULO 6º: PERMISO Y CONDICIONES

ARTICULO 7º: CALIDAD DE TERMINACIÓN Y MATERIALES

ARTICULO 8º: PROHIBICIONES

CAPITULO III

NORMAS PARTICULARES

ARTICULO 9º: PROHIBICIONES DE CONTENIDO

ARTICULO 10º: PLAZO DE ADECUACIÓN

CAPITULO IV

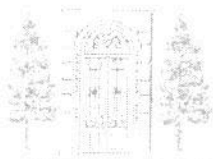
DE LOS REQUISITOS PARA ANUNCIAR

ARTICULO 11: REQUISITOS PARA ANUNCIAR

CAPITULO V

SANCIONES

ARTICULO 12º: SANCIONES



CAPITULO VI

TRIBUTOS

ARTICULO 13°: DERECHO PUBLICITARIO

ARTICULO 14°: SUJETO PASIVO DEL DERECHO PUBLICITARIO

ARTÍCULO 15°: EXENCIONES

REGIMEN REGULATORIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA EN LA VIA PÚBLICA Y EN ESPACIOS PRIVADOS CON ACCESO O VISTA AL PÚBLICO

CAPITULO I

OBJETO Y ALCANCE

ARTICULO 1°: OBJETO:

Establécese el presente **REGIMEN REGULATORIO DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA, EN LA VÍA PÚBLICA Y EN ESPACIOS PRIVADOS CON ACCESO O VISTA AL PÚBLICO** dentro del ejido de la ciudad, debiendo realizarse todo tipo de anuncio publicitario e instalación de elemento publicitario conforme a las limitaciones y restricciones que disponga el presente, y su reglamentación. La finalidad que persigue el presente régimen normativo es evitar la superpoblacion y/o superposición de elementos publicitarios de manera tal, que resulte eficazmente resguardado el ordenamiento físico, la estética y el paisaje de los distintos ámbitos urbanos de la ciudad, preservando los valores culturales, patrimoniales e históricos de sus sitios, y salvaguardando la seguridad y la comodidad de los ciudadanos y sus bienes, en caso de duda sobre los alcances y/o aplicación de esta norma o sus reglamentaciones, deberá tenerse en cuenta esta finalidad para su interpretación.

DEFINICIONES:

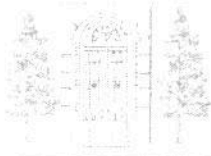
PUBLICIDAD O ANUNCIO PUBLICITARIO: Se trata de un mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan conocer un producto, servicio, hecho o acontecimiento, en un soporte visual, auditivo o audiovisual, cualquiera sea el material en el que se exhiba, propale o que se entregue en la vía pública y/o se perciba desde la misma y/o en lugares privados con acceso al público; que se realiza o no con fines comerciales.

ELEMENTO PUBLICITARIO (EP): Es todo objeto, figura, soporte, estructura, que contiene la publicidad o anuncio publicitario, incluye todos sus elementos constitutivos -instalaciones, estructura, iluminación, contenido, etc.-. Se considerará parte del elemento publicitario toda la superficie que abarque los colores corporativos que identifican la marca o al anunciante.

Respecto al pié o estructura de sostén del mensaje publicitario, se considerarán 0,50m² por cada metro de altura que posea el pié, los que sumados a la superficie del soporte del mensaje publicitario propiamente dicho, conforman en conjunto la superficie del Elemento Publicitario.

MARQUESINA: Protección volumétrica que contiene el mensaje publicitario y avanza hacia la vía pública.

AUTOPORTANTE: Estructura sin bastidor, en la que el propio cuerpo constituye un conjunto único y



resistente, capaz de sostener el mensaje publicitario.

PANTALLA LUMINOSA: Dispositivos electrónicos compuestos por diodos emisores de luz Led, de gran luminosidad, emplazados generalmente en espacios exteriores, visibles desde la vía pública. Pueden desplegar imágenes, audios y videos, portadores del mensaje publicitario, capaces de emitir o proyectar múltiples mensajes y repetirlos en forma intermitente.

ARTICULO 2°: SUJETO OBLIGADO

Son Sujetos Obligados al cumplimiento de la presente Reglamentación toda persona, física o jurídica, que realice publicidad, propia o de terceros, mediante la utilización de Elementos Publicitarios contemplados en las tipologías previstas en los artículos 4o y 5o de la presente norma. Son responsables solidarios los propietarios de los Elementos Publicitarios que cedan a terceros dichos Elementos.

Para el caso del **tipo 01** y del **tipo 02** del artículo 4° del presente, la responsabilidad recaerá sobre el titular del comercio.

ARTICULO 3°: REVOCABILIDAD

Todo permiso para la colocación de cualquier elemento publicitario, ya sea en sitios públicos o privados con acceso y/o vista al público, tendrá carácter de “precario”, pudiendo revocarlo el Departamento Ejecutivo en cualquier momento siempre que por razones fundadas de interés público así lo aconsejaren, o en los casos en que no se cumplan las especificaciones bajo las cuales ha sido acordado el permiso.

CAPITULO II NORMAS GENERALES

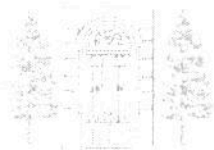
ARTICULO 4°: TIPOLOGIA DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS

a) **Tipo 01:** Publicidad del comercio habilitado, aún cuando incluya marcas de productos que comercializa, siempre que el objeto publicitario esté principalmente relacionado a la actividad o denominación del comercio habilitado, realizada dentro del local o adherida a la piel del inmueble y/o a vehículos.

La siguiente enumeración no es taxativa:

- Dentro del local, con vista a la vía pública.
- Adosados a la fachada sobre la línea de edificación
- En voladizo, perpendicular al plano de fachada.
- Oblicuos con relación al plano de fachada o línea de edificación.
- Fijados al plano lateral de muros divisorios, o en la pared externa, cuando la fachada del local, esté retirada de la línea de edificación
- Marquesina o elemento afín sobre la terraza del local o pinturas sobre toldos.
- Sobre vehículos particulares, comerciales o de servicio público, que circulen dentro de la ciudad.

b) **Tipo 02:** Publicidad del comercio habilitado a través de Elemento Publicitario sobre vereda frente al local, aún cuando incluya marcas de productos que comercializa, siempre que el objeto



publicitario esté principalmente relacionado a la actividad o denominación del comercio habilitado. Incluye autoportantes y/o estructuras con o sin pié, fijos o trasladables (comprende un solo Elemento Publicitario, el que podrá estar colocado en cualquier lugar de la vereda que autorice la Municipalidad y cuyo emplazamiento no podrá exceder los límites del frente del local).

c) **Tipo 03:** Elementos Publicitarios autoportantes y/o con estructuras; pantallas luminosas con una o múltiples publicidades; colocados sobre terrenos de propiedad privada o terrazas y techos o sobre muros divisorios o caras externas de edificios; visibles desde la vía pública; no incluidos en Tipo 01.

d) **Tipo 04:** Elementos Publicitarios autoportantes y/o con estructuras; pantallas luminosas con una o múltiples publicidades, que se instalen sobre terrenos o bienes del dominio público del Estado Municipal, en forma permanente. Incluye elementos del VG. GALVEY equipamiento urbano (columnas de alumbrado, refugio de pasajeros, cabinas telefónicas, buzones, garitas, semáforos, otros.).

e) **Tipo 05:** Elementos Publicitarios autoportantes y/o con estructuras; pantallas luminosas con una o múltiples publicidades, y/o con soportes en todas sus variantes, instalados sobre el dominio privado municipal.

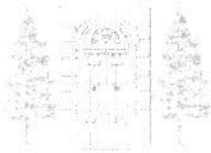
f) **Tipo 06:** Publicidad a través de Elementos Publicitarios Autoportantes y/o estructuras, pantallas luminosas con una o múltiples publicidades, con pie fijo, sobre propiedad del estado Nacional o Provincial con acceso Público (como: autopistas, rutas o vías del ferrocarril entre otros).

ARTICULO 5°: TIPOLOGIA NO CONTEMPLADA

De presentarse elementos publicitarios que no se encuadren estrictamente en lo estipulado en este ordenamiento, los mismos se encasillarán dentro del Tipo al que más se adapten, siéndoles de aplicación, por extensión, las especificaciones que rijan para dicho Tipo; quedando supeditado el otorgamiento del permiso reglamentario, al informe fundado de las dependencias técnicas municipales intervinientes, quienes determinarán si las circunstancias, por las que no se ajusten a las tipologías predeterminadas, afecten o trasgreden la normativa vigente .

ARTICULO 6°: PERMISO Y CONDICIONES

Por los elementos adheridos a la piel del inmueble y/o a vehículos propios o de terceros, y/o sobre la vereda frente al local habilitado -Elementos Publicitarios **Tipo 01** y **Tipo 02** según lo tipificado en el Art. 4° del presente Régimen Regulatorio-, el titular de la habilitación del local en el Derecho de Registro e Inspección será el responsable de dichos elementos. Se requiere de permiso municipal previo a la instalación del elemento publicitario, de la manera y con los requisitos que establezca la reglamentación, para las tipologías **02, 03, 04, 05** y **06**.



ARTICULO 7º: CALIDAD DE TERMINACION Y MATERIALES

Los fondos, letras, grafismos, figuras, ya sean pintadas, sobrepuestas, recortadas, etc., así como cualquier otra parte del elemento publicitario, deberán realizarse con materiales apropiados y de buena calidad y perfecto dominio de las técnicas usuales.

Los bastidores, soportes, tensores y demás elementos estructurales o de sostén, deberán estar realizados con materiales y técnicas adecuadas, de modo de obtener idéntica calidad y terminación en todo el conjunto.

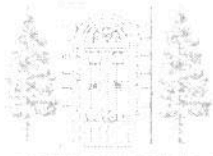
Los reflectores, soportes, tableros, cables y demás partes de los equipos necesarios para que los elementos publicitarios sean luminosos o iluminados, deberán colocarse de modo de no interferir la visibilidad del cartel mismo, debiendo estar montados prolija y en condiciones de seguridad.

Todos los elementos publicitarios instalados sobre la línea municipal o proyectados hacia el espacio público, deberán separarse como mínimo un (un) metro de todo elemento componente de los servicios públicos (cajas, cables, caños, etc.)

ARTICULO 8º: PROHIBICIONES

Queda expresamente prohibido:

- a) La colocación de elementos publicitarios que imiten, se asemejen o confundan con elementos del señalamiento urbano u otra información análoga, en especial, aquellos que por sus colores, luces y demás características puedan provocar confusión para el tránsito.
- b) La instalación de cualquier elemento publicitario que desde una distancia de 100 (cien) metros obstruya, dificulte o confunda la visualización de cualquier elemento de señalización (especialmente semáforos).
- c) Incluir o adosar cualquier clase de elemento publicitario al arbolado público o al señalamiento urbano, que estará a exclusivo cargo de la Municipalidad. La señalización de nomencladores de calles podrá contener publicidad, siempre que así lo disponga el municipio, previa firma de un convenio que deberá detallar dimensiones, estilos, tiempos de ejecución y demás cuestiones formales.
- d) La ocupación del sector de acera comprendido por la prolongación de la línea de ochava, a ambos lados, hasta su unión con el cordón de la vereda de las respectivas arterias que forman la esquina, exceptuando los parantes de toldos, a fin de dotar al transeúnte o conductor de rodados de la mayor visibilidad posible.
- e) Se prohíbe la instalación de cualquier elemento publicitario, dentro del espacio comprendido desde el filo de la ochava hasta 2 (dos) metros hacia el centro de la cuadra y el aviso publicitario desde el nivel de vereda hasta el comienzo del techo o primer piso para construcciones de más de una planta.
- f) Queda prohibida la instalación de elementos publicitarios en aquellos lugares del Municipio



donde se haga necesaria una clara visibilidad o atención de los conductores y que por su ubicación, dimensiones o características, configuren a juicio del organismo competente municipal, un factor de peligro para la seguridad pública.

g) Ruedan prohibidos en el perímetro de Parques y Páscaros Públicos todos los tipos de letreros, con excepción de los adosados a construcciones permanentes, transitorias o precarias que cuenten, con el respectivo permiso municipal para su funcionamiento (kioscos, etc.). El Dpto. Ejecutivo Municipal podrá autorizar en forma excepcional, la instalación de publicidad en dichos espacios, cuando con su autorización se contribuya al mejoramiento puntual del espacio, o para el caso que se publiciten temas de interés público.

h) Se prohíbe en todo el ámbito de la ciudad, la instalación de altavoces para la difusión de cualquier tipo de propaganda o música. Las casas de música deberán adecuar los parlantes de sus equipos de forma tal que la misma no trascienda del ámbito del local.

i) La instalación de elementos publicitarios que obstruyan o dificulten el paso de los transeúntes sobre veredas o pasos peatonales, con especial atención de asegurar el desplazamiento de personas con discapacidad o disminución motriz. De igual forma queda prohibida toda instalación publicitaria que obstruya o altere el normal desplazamiento vehicular

j) Queda prohibida toda publicidad que perjudique a la vecindad de su emplazamiento por:

- El brillo de sus luces, destellos o frecuencia de su encendido
- Producir ruidos o sonidos molestos
- Emitir radiaciones nocivas

k) Se prohíbe el abuso de elementos publicitarios cuando afecten la estética del entorno, alteren la imagen del paisaje o perturben la visualización de algún sitio, tanto urbano como rural, generando contaminación visual.

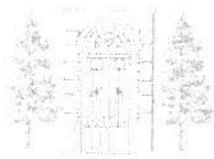
l) Queda prohibida la instalación de Elementos Publicitarios en la vía Pública, cuando afecten las instalaciones aéreas, sobre el suelo o subsuelo de cualquier servicio público y para el caso que en el futuro puedan llegar a afectarlas, el Elemento Publicitario deberá ser removido, sin derecho a reclamar indemnización alguna.

CAPITULO III NORMAS PARTICULARES

ARTICULO 9º: PROHIBICIONES DE CONTENIDO

Un anuncio no debe:

- Vulnerar las normas de la gramática castellana, incurriendo en errores de sintaxis o de



ortografía.

- Ofender la moral y las buenas costumbres.
- Incitar al odio racial, enfrentamientos religiosos, políticos o violencia de género.

No será autorizado todo anuncio que se contraponga a lo dispuesto en:

- Art. 1101° del Código Civil y Comercial de la Nación.
- Art. 9° de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802.
- Art. 4° de la Ley de Defensa al consumidor N° 24.240.

ARTICULO 10°: PLAZO DE ADECUACION

Todos los tipos de elementos publicitarios que se encuentren instalados con antelación comprobable de forma fehaciente, a la sanción y puesta en vigencia del presente Régimen Regulatorio, tendrán un plazo de hasta ciento ochenta (180) días para su regularización.

CAPITULO IV DE LOS REQUISITOS PARA ANUNCIAR

ARTICULO 11°: REQUISITOS PARA ANUNCIAR

Toda persona física o jurídica que efectúe publicidad dentro del municipio de Villa Gobernador Gálvez, contemplada en el artículo 4o deberá cumplimentar los siguientes requisitos generales e indispensables:

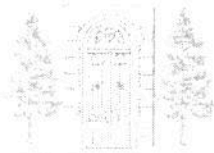
- ❖ Para las Topologías **2, 3, 4, 5 y 6**
 - a) Cada elemento publicitario que contendrá el anuncio, deberá estar previamente habilitado mediante Resolución de la Secretaría de Gobierno
 - b) Se deberá presentar un seguro de Responsabilidad civil por el Elemento Publicitario, cuya habilitación se solicita.
- ❖ Además, para las Topologías **3, 4, 5 y 6**
 - c) Acreditar capacidad legal para obligarse y en caso de actuar por un tercero.
 - d) Constituir domicilio en la ciudad de Villa Gobernador Gálvez y en caso que el solicitante tuviere domicilio real fuera de la jurisdicción del municipio, deberá declararlo y acreditarlo obligatoriamente en su solicitud con fines notificadorios.

CAPITULO V SANCIONES

ARTICULO 12°: SANCIONES

La exhibición de elementos publicitarios sin el permiso correspondiente dará lugar a una multa equivalente al importe resultante de la determinación fiscal del tributo por el plazo de dos años y su correspondiente clausura.

Si hubiere reincidencia en la conducta descrita, se fijará sobre el elemento publicitario una faja con la leyenda "publicidad en infracción".



CAPITULO VI TRIBUTOS

ARTICULO 13°: DERECHO PUBLICITARIO:

Es el tributo que grava el ELEMENTO PUBLICITARIO con el objeto de garantizar la seguridad común y el ordenamiento urbano de todo el territorio municipal; por el servicio que realiza el municipio de registro, habilitación y control de Elementos Publicitarios ya sean emplazados en forma física en el espacio público o cuando estando emplazados en un espacio privado su proyección visual, sonora, lumínica o de cualquier otra forma ostensiblemente se refleje sobre la vía pública; así como los emplazados en los espacios privados de la Municipalidad y en espacios del Estado Nacional o Provincial, siempre que sean de libre circulación o acceso público.

El sujeto pasivo tributará **Derecho Publicitario** por cada elemento publicitario con las variantes previstas en el artículo 4o, únicamente por los Tipos **3, 4, 5 y 6**, debiendo abonar lo establecido en la Ordenanza Tributaria por períodos anuales.

ARTICULO 14: SUJETO PASIVO DEL DERECHO PUBLICITARIO

Los propietarios de Elementos Publicitarios o los terceros que realicen publicidad en forma comercial o publiciten su propio comercio, industria y/o actividad; mediante Elementos publicitarios enmarcados en las tipologías 3, 4, 5 y 6 del art. 4o del presente Régimen Regulatorio, son sujetos Pasivos del Derecho Publicitario, aún cuando siendo contribuyentes del Derecho de Registro e Inspección estén alcanzados por el Adicional de Publicidad.

ARTICULO 15°: EXENCIONES

Los sujetos que resulten exentos expresamente del Derecho de Registro e Inspección según disposiciones del Código Tributario Municipal, así como los sujetos que publiciten únicamente dentro del encuadre o modalidad de las topologías 1 y 2 del artículo 4°, están exentos de abonar Derecho Publicitario, sin perjuicio de la obligación de cumplimentar lo dispuesto en el artículo 11° de la presente reglamentación.