Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



ORDENANZA N° 962/2017

VISTO:

LO contemplado en El Código Municipal de Convivencia, en el Código Municipal de Tránsito y en el Código de Edificación Municipal vigente y sus modificatorias, respecto de la necesaria autorización municipal para el emplazamiento de publicidad en la vía pública a través de diversos soportes y su consiguiente contralor;

Y las atribuciones conferidas por el artículo 30º, 33º, 49º de la Ley 8102;

Y CONSIDERANDO:

LA necesidad de construir un marco regulatorio para que el legítimo ejercicio de la actividad publicitaria visible desde los espacios públicos, se desarrolle dentro del respeto y mejora de los valores del paisaje urbano, del medioambiente, del patrimonio histórico-artístico-cultural y natural, es decir, de la imagen de la localidad de Devoto;

QUE la regulación de la publicidad exterior, además de establecer el régimen aplicable a la actividad publicitaria privada visible desde la vía pública, se constituye como una herramienta que contribuye al desarrollo del paisaje urbano como manifestación formal de una realidad social, cultural e histórica.

Y que la propia evolución de la localidad, de la actividad publicitaria y de las costumbres de los vecinos, exige a la administración municipal una actitud receptiva con las tendencias actuales y activa en la adopción de medidas protectoras de estas nuevas actividades, como así también del bienestar y seguridad de los vecinos de la localidad;

POR ELLO

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA LOCALIDAD DE DEVOTO SANCIONA CON FUERZA DE ORDENANZA:

Artículo 1º: APRUÉBASE el Código de Publicidad Exterior de la localidad de Devoto que como Anexo único forma parte de la presente.

Artículo 2º: CRÉASE un “Fondo Especial de Publicidad Exterior” afectado, del cual, el cincuenta por ciento (50%) de lo recaudado anualmente en concepto de Tasa por Publicidad y Propaganda Exterior, que podrá ser destinado prioritariamente:

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



a) Al mantenimiento y puesta en Valor de los Inmuebles declarados o a declarar de Interés Patrimonial a cargo del Municipalidad de Devoto,
b) A solventar los gastos de refuncionalización y parquización de las aéreas de uso público de la localidad, con prioridad de las áreas propuestas por los distintos centros vecinales autorizados por la Municipalidad.

c) A solventar gastos para construcción, refacción y refuncionalización de edificios municipales de uso público.

d) Para acciones promocionales para el comercio e industria de la localidad.

Artículo 3º: **REGÍSTRESE** en el Libro de Protocolo de Ordenanzas, pase al Departamento Ejecutivo para su promulgación y cumplimiento,-
Devoto, 13 de Octubre de 2017.-

La presente Ordenanza fue promulgada por Decreto Nº 128 de fecha 17 de Octubre de 2017.-

Jonatan E. Bartellone
Secretario del H.C.D.

Marina E. Rinaudo
Presidenta del H.C.D.

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



ANEXO
CODIGO DE PUBLICIDAD EXTERIOR
DE LA LOCALIDAD DE DEVOTO

TITULO I
CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1° Ámbito de Aplicación: La presente ordenanza tiene por objeto regular la publicidad efectuada mediante anuncios publicitarios en espacios o lugares del dominio público municipal o susceptibles de ser percibidos directamente desde los mismos, con el propósito de salvaguardar la seguridad pública, como así también preservar y promover los valores culturales, estéticos, paisajísticos, urbanísticos e históricos dentro del ejido urbano municipal. En todo momento deberán observarse los límites y restricciones que contemplen los Códigos Municipales de Falta y de Edificación Municipal vigentes y sus modificatorias, como así también toda otra legislación pertinente.-

Art. 2º Autoridad de Aplicación: de la presente Ordenanza será la Secretaría de Infraestructura Municipal o la que la reemplace en el futuro**,** que se conformará, por representantes municipales de las áreas involucradas como espacios públicos, infraestructura, medio ambiente, protección civil, seguridad, comunicación, etc. y será la encargada de evaluar y dictaminar sobre la procedencia de las solicitudes para autorización de publicidad, pudiendo solicitar informes de profesionales ad hoc.-

Art. 3º Definiciones: A los fines de la presente ordenanza, entiéndase por:
a) Publicidad: es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.
b) Publicidad Exterior: es aquella publicidad susceptible de captar la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares en los espacios públicos.
c) Publicidad Visual: Publicidad efectuada mediante anuncios publicitarios visuales.
d) Publicidad Sonora: Publicidad efectuada mediante anuncios publicitarios sonoros.
e) Espacio Público: El espacio sometido a una regulación específica por parte de la Municipalidad, ya sea como propietaria o poseedora de la facultad de dominio del suelo y que garantiza su accesibilidad a todos y fija las condiciones de su utilización y de instalación de actividades.-

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



CAPITULO II
DE LOS SUJETOS DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

Art. 4º Sujetos: Son considerados sujetos de la actividad publicitaria las personas físicas o jurídicas que desarrollan actividades publicitarias ocasional o permanentemente, en el ámbito de la localidad de Devoto y se encuentren debidamente inscriptos. Se clasifican en:

a) Anunciante: la persona física o jurídica que a los fines de su industria comercio, profesión o actividad propia, realiza con o sin intervención de uno o algunos de los restantes sujetos de la actividad publicitaria, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.

b) Agencia de publicidad: la persona física o jurídica que toma a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir anuncios, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con dicho objeto.

c) Titular del medio de difusión: la persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de anuncios, por cuenta y orden de terceros o propia, mediante elementos publicitarios de su propiedad instalados en bienes muebles o inmuebles propios o de terceros con autorización suficiente otorgada por sujeto con derechos sobre el inmueble, de acuerdo con lo que establezca la reglamentación.

e) Difusor de publicidad: la persona física o jurídica cuya actividad en relación con la publicidad consista en la colocación de afiches y/o distribución de elementos con sujeción a las normas de la presente.

f) Industrial publicitaria: toda persona física o jurídica que elabora, fabrica, instala, ejecuta, produce los elementos publicitarios.

g) Instalador publicitario inscripto: persona física o jurídica autorizado o registrado por la autoridad de aplicación, que mantiene en perfecto estado de conservación y seguridad el elemento publicitario, como así también la limpieza del sector.

La Municipalidad deberá conformar un Registro de Sujetos de Publicidad Exterior.-

Art. 5º Responsabilidad: Todos los sujetos de la actividad publicitaria serán solidariamente responsables, por la violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria referente a la instalación del anuncio, mantenimiento etc., con excepción a las referentes a las obligaciones fiscales. En el caso de elementos publicitarios destinados a instalarse en locales industriales, comerciales o de servicios, es responsabilidad del titular de la habilitación del local

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



tanto la gestión y obtención de los permisos pertinentes, como el cumplimiento de las especificaciones y obligaciones que regulan la publicidad.-

Art. 6º Cláusula de Indemnidad: El titular de la autorización se compromete y acuerda en forma irrevocable, a mantener indemne a la Municipalidad concedente del permiso, por cualquier reclamo, acción judicial, demanda, daño o responsabilidad de cualquier tipo y naturaleza que sea entablada por cualquier persona pública o privada, física o jurídica o dependientes del titular de la autorización o sus subcontratistas o los dependientes de éstos, cualquiera fuera la causa del reclamo, responsabilidad que se mantendrá aún terminada la autorización otorgada por cualquier causa. El texto de esta Cláusula de Indemnidad deberá estar incluido y ser parte integrante del acto administrativo que autorice la actividad.-

Art. 7º Seguro: Los permisionarios y/o autorizados estarán obligados a contratar un seguro de responsabilidad civil de una Aseguradora reconocida, por los daños y perjuicios que pudieran ocasionar a terceros o a sus bienes, los elementos publicitarios colocados por los mismos, debiendo ser el mismo presentado para obtener el permiso correspondiente.-

CAPITULO III
TIPOS DE PUBLICIDADES

Art 8º CLASIFICACION:
8.1 SEGÚN EL CONTENIDO, LA UBICACIÓN Y LA PERMANENCIA:
a) ANUNCIO: Toda imagen, leyenda, inscripción, signo, símbolo, dibujo y/o emisión luminosa, que pueda ser percibido en o desde el espacio público y realizado o no con fines comerciales.
b) AVISO: Anuncio publicitario colocado en un sitio y/o local donde no se desarrolla el comercio, industria y/o no se expenden los productos o no se prestan los servicios publicitados.
c) LETREROS: Anuncio colocado en el mismo sitio y/o local donde se desarrolla la actividad, comercio, industria y/o profesión y que publicita exclusivamente la misma.
d) LETREROS COMBINADOS: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria y/o profesión y que publicita simultáneamente dicha actividad y a productos y servicios que expenden o presten en dicho local. Queda exceptuada de tal definición la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados para el ejercicio del comercio, referida a productos o servicios que en los mismos se ofrecen o venden.
e) LETREROS OCASIONALES: se considera el anuncio que corresponda a remate, venta, locación de inmuebles o cambio de domicilio o sede y/o liquidación de mercaderías.-



8.2 SEGÚN EL EMPLAZAMIENTO DEL SOPORTE:

a) FRONTALES: aviso o letrero adosado a la fachada y dispuesto paralelamente a la línea municipal.

b) SALIENTES: aviso o letrero dispuesto perpendicularmente u oblicuo en relación a la línea municipal o de retiro obligatorio.

c) DE MEDIANERA: sobre muro divisorio de predio.

d) SOBRE CUBIERTAS: sobre techos, azoteas, terrazas de inmuebles o salas de máquinas y/otras.

e) INTERIOR DE PREDIOS: sobre suelo natural o solados.

f) SOBRE VALLAS: sobre cerramientos de obras destinado a tal fin.-

8.3- SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS:

a) AFICHES: Anuncio publicitario pintado o impreso en papel vinilo o cualquier otro sustrato que se utiliza a tales efectos para ser fijado en lugares permitidos.

b) ILUMINADO: Anuncio que recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas instaladas exprofeso delante, atrás, arriba, abajo, a uno o ambos costados del mismo.

c) LUMINOSO: Anuncio que emite luz propia con instalaciones ejecutadas al efecto incluidas en el cuerpo de la pieza publicitaria.

d) ANIMADO: Anuncio que produce sensación de movimiento por articulación de sus partes y/o por efectos de medios mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros.

e) ELECTRONICO: Anuncio que funciona mediante la aplicación de circuitos electrónicos, para emitir, captar y reproducir mensajes e imágenes.

f) MOVIL: Anuncio fijado en transporte público de pasajeros: colectivos, automóviles de alquiler con taxímetro o transportes privados de empresas de servicios.

g) MIXTO: Anuncio que reúne más de una de las características enunciadas en los incisos anteriores.

h) SIMPLE: Anuncio que no reúne ni adiciona ninguna de las características señaladas en los incisos precedentes.

i) ESTRUCTURA REPRESENTATIVA: cuando remite a una estructura representativa, posea o no formas geométricas, materiales y características comunes, pertenecientes a alguna de las categorías precedentes y que constituyen un valor de símbolo específico o característico de alguna marca, empresa, producto o actividad.

j) STAND, EXHIBIDORES, VIDRIERA: o similares donde se muestren objetos y mensajes, se ejecuten exhibiciones que llamen la atención al público, o se anuncien productos y/o servicios sean o no de la misma marca y se ubiquen en lugar distinto del comercio o industria.



k) BANDERAS, BANDERINES, BANNER Y ESTANDARTES: que contenga los anuncios pintados o impresos, colocados en mástiles u otros tipos de soportes.
l) SOMBRILLAS, GAZEBOS, MESAS, SILLAS: y otros elementos que contienen en cualquiera de sus partes anuncios de marcas o servicios.
m) MUESTRA: producto ofrecido en forma gratuita para ser distribuido en mano.
n) VOLANTE: Anuncio impreso para ser distribuido en mano.
ñ) ESPACIOS DE PROYECCION: soporte publicitario en los cuales el mensaje se materializa mediante la proyección en el espacio fuera del dispositivo empleado.
o) EN MOBILIARIO URBANO: son elementos dispuestos en el espacio público que prestan un servicio de utilidad a las personas como refugios para los usuarios de transporte público de pasajeros, cestos de basura, bancos, asientos y cualquier mobiliario urbano que pueda actuar como soporte de avisos publicitarios.
p) ENTELADOS ARTISTICOS: imagen de obras pictóricas, escultóricas, fotográficas históricas, realizadas por artistas reconocidos en un tiempo anterior a los dos años de su emplazamiento y cuyo fin o mensaje no se relacione con intención comercial alguna, impresa en tela o soporte válido.-

8.4 SEGÚN SU SOPORTE:
a) CARTELERA PORTA AFICHE: Elemento destinado exclusivamente a la fijación de afiches.
b) ESTRUCTURA PORTANTE PUBLICITARIA: soporte de sostén de anuncios.
c) COLUMNA O TOTEM: Estructura de sostén de avisos publicitarios en predios públicos o privados.
d) MARQUESINAS PUBLICITARIAS: cubierta fija y no transitable colocada en edificaciones que avanzan hacia la vía pública, que contengan o puedan contener avisos o anuncios publicitarios.
e) TOLDO: cubierta no transitable, móvil y/o rebatible.-

8.5 SEGÚN SU TEMPORALIDAD:
a) PUBLICIDAD ELECTORAL: aquella que se realice en los días previos al acto eleccionario según las normas provinciales y nacionales que lo regulan.
b) MALLA PROTECTORA DE OBRA: Telón publicitario con la imagen de la obra terminada, elemento de tela o material similar colocado en forma vertical al frente de las obras en construcción, cubriendo la fachada y fijado a estructura de soporte.-

Art. 9º Publicidad Sonora: La publicidad emitida por medio sonoro sigue los requisitos de autorización de la presente. En relación al mensaje publicitario, el sonido o la vibración emitidos por los anuncios sonoros, no podrán alcanzar los niveles de ruidos excesivos o de vibraciones excesivas, ni superar los márgenes de tolerancia establecidos en el Código de Convivencia.-

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



Art. 10º Registro de Anuncios Publicitarios: La autoridad de aplicación llevará un registro de los anuncios publicitarios permitidos, a través de los Folios de Registración con datos que establezca la reglamentación. Aquellos anuncios que por su naturaleza o tipo no puedan o no convengan ser matriculados –tales como los anuncios sonoros, los anuncios humanos y los volantes-, serán registrados mediante el sistema de Folio Personal.-

TITULO II
CAPITULO I
CARACTERISTICAS DE LAS PUBLICIDADES

Art 11º Superficie: La superficie de un anuncio publicitario se mide por el área del polígono que lo circunscribe, pasando por los puntos extremos excluyendo el pedestal o estructura portante y se sumarán cuantas caras o planos de anuncio contenga. El marco no se tomará en cuenta a los fines de verificar la superficie del anuncio en tanto no supere los 15 cm. de ancho en cualquiera de sus caras. En el caso de los anuncios que contengan publicidad de terceros, la misma será incluida en la superficie total del elemento publicitario y deberá discriminarse su superficie con el fin de calcular su tasa diferencial.-

Art 12º Elementos publicitarios frontales: Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de marcas relacionadas con la actividad, la aplicación publicitaria no podrá exceder del cincuenta por ciento (50 %) de la superficie total empleada, siendo el cincuenta por ciento (50 %) restante para la fijación de la denominación de fantasía del local comercial. Podrán ser de tipo horizontal o vertical. Deberán respetar todo elemento compositivo de la fachada y no podrán obstruir los vanos de iluminación y de ventilación. Serán colocados de acuerdo a lo establecido en la reglamentación de la presente.-

Art. 13º Elementos Publicitarios Salientes: Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de una marca relacionada con la actividad. Tendrán una superficie máxima de 1 m2. La saliente máxima permitida es de 1 m. Estos elementos serán doble faz o tridimensionales. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2.40 m. medidos desde el nivel de la acera, con las excepciones establecidas en la reglamentación.-

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



Art. 14º Afiches en Pantallas y Carteleras: Este tipo de elemento publicitario podrá colocarse sobre propiedad privada y cercos de obras en construcción de carácter transitorio. Las mismas deberán ocuparse con afiches blancos o institucionales públicos. La superficie máxima de las carteleras será de 2 m2 por unidad.-

Art. 15º Carteleras de Vallas o Séxtuples y Telones:
a) Cartelera de vallas o séxtuple: Es un composé de carteleras que forman una imagen de mayor tamaño, con una altura máxima de 3 metros desde el nivel de acera no pudiendo sobrepasar la altura de los cercos, con una superficie máxima de 12 m2 por unidad.
b) Telón Publicitario: Los anuncios publicitarios en los telones sobre frentes de obras nuevas, obras de refacción y/o remodelación de fachadas deben ser de características simples y/o iluminados, pudiendo contener publicidad.-

Art. 16º Pantallas Electrónicas: Todas aquellas estructuras que contengan una superficie sobre la cual se proyecten o reproduzcan anuncios publicitarios en forma de imágenes electrónicas o digitales- luminosas, de acuerdo a las siguientes condiciones particulares:
a) No podrán atentar contra la seguridad vial.
b) Sus características y dimensiones deberán ser acordes con el entorno paisajístico y arquitectónico.
c) Para su aprobación será necesaria la presentación de planos detallados con especificación técnica de los cálculos estructurales, suscriptos por profesionales habilitados.
d) Deberán exhibir noticias alternadamente con la hora y la temperatura, en intervalos no inferiores a quince minutos.
Las instaladas sobre el techo de edificios tendrán una altura máxima de diez (10) metros.-

Art. 17º Vehículos de Uso Privado: Los vehículos decorados u ornamentados podrán desfilar en arterias permitidas por la legislación vigente, siempre que no afecten la circulación de peatones o el tránsito vehicular, no pudiendo emitir sonido alguno amplificado ni mensajes publicitarios verbales, aunque sea en forma de cantos, ni en forma directa por amplificación. El responsable podrá optar por agregar un letrero o identificación no sujetos a gravámenes, de 0,40m. por 0,40m., con el nombre, apellido, domicilio y teléfono en caso de la persona física o jurídica titular del mismo. Quedan incluidas en este ítem la promoción que se lleve a cabo a través de los vehículos de carga y reparto.-

Art. 18º Transporte Público Colectivo de Pasajeros, Taxis, Remises y Autos Rurales: La utilización de los espacios publicitarios gráficos y/o de cualquier otro tipo

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



en el transporte público de pasajeros estará sujeta a las disposiciones de la presente y no podrá distorsionar la normal identificación del vehículo como parte del sistema de transporte público, ni la visual del conductor.-

Art. 19º Publicidad en inmuebles del Estado Municipal: Toda explotación publicitaria que se realice en inmuebles pertenecientes al dominio municipal será objeto de convocatoria a través del régimen de contrataciones previsto para los entes municipales, quedando sometida a las condiciones que a tales fines establezca el Departamento Ejecutivo y a las excepciones previstas en la reglamentación.-

Art. 20º Mobiliario Urbano: Son elementos dispuestos en el espacio público que prestan un servicio de utilidad a las personas como refugios para los usuarios de transporte público de pasajeros, cestos de basura, bancos, asientos y cualquier otra instalación que facilite comodidades en el espacio público y pueda actuar como soporte de anuncios publicitarios. Se prevé la inclusión de publicidad en las piezas y componentes de los sistemas de estos mobiliarios urbanos, a través del llamado a licitación pública por el Poder Ejecutivo.-

Art. 21º En Señalética Urbana: La autoridad de aplicación regulará la inclusión de publicidad en las piezas y componentes del sistema de señalética urbana que no podrá superar 1/3 de la superficie total de la pieza y deberá estar colocada sobre la franja inferior de la misma. Las piezas y componentes de la señalética urbana, serán objeto de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que establezca el Poder Ejecutivo en el pliego de bases y condiciones.-

Art. 22º Stands o Exhibidores, Vidrieras y Promociones: Aquellos artefactos donde se muestran objetos y mensajes, se ejecuten exhibiciones que llamen la atención al público o se anuncien productos y/o servicios sean o no de la misma marca y se ubiquen en lugar distinto del comercio o industria. En espacios públicos, la promoción y entrega de productos o servicios temporarios desde espacios fijos (stands) o exhibidores, no deberá afectar la circulación de peatones o vehículos. Deberá tramitarse su autorización en cada caso particular, con proyecto y planos en escala. En dichas instalaciones no podrá efectuarse venta, salvo autorización expresa de la Municipalidad. Se podrán autorizar muestras y/o instalaciones relacionadas con empresas automotrices dentro de los espacios privados.-

Art. 23º Gazebos, Sombrillas, Mesas y Sillas: Se permite el sponsoreo de las sombrillas mesas y sillas ubicadas en espacio público pertenecientes a locales gastronómicos habilitados por la Municipalidad.-

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



Art. 24º Banderines, Estandartes, Banners y Banderas:
a) Banderines: son los carteles perpendiculares al plano de fachada del local realizados en cualquier material rígido. Estarán ubicados a 2.20 m. del nivel de acera, y su saliente máximo será de 0,80 m. Su dimensión vertical máxima será de 0.90 m. y el espesor máximo de los banderines será de 5 cm. Podrán ser simples o iluminados. Y se permitirá un banderín por cada fachada del local al que se refiere y exclusivamente se colocaran en planta baja, haciendo referencia únicamente a la actividad y nombre del establecimiento.
b) Estandartes: carteles realizados en lonas, telas plastificadas, materiales textiles u otra clase de materiales flexibles que se coloquen en toda clase de edificios con un ancho máximo de 50 cm. con una longitud máxima de 1,20 m. y a 2.20 m. del nivel acera. Sólo se colocará un solo estandarte por establecimiento.
c) Banners: especie de estandarte que se encuentra en publicidad externa de forma vertical adosado a columnas públicas. El saliente máximo será de 50 cm., su dimensión vertical máxima será de 90 cm., y se colocarán a 4 m. de nivel de vereda. Sólo será permitida su colocación, con motivo de acontecimientos y programas culturales, deportivos, información institucional del Municipio y otros de singular importancia, los mismos serán reglamentados por autoridad competente. Podrán ser sponsoreados y la publicidad no podrá superar los 2/3 de la superficie total de la pieza, debiendo estar colocada en la parte inferior de la misma.
d) Banderas: Pieza de tela rectangular generalmente con franjas de color, escudos o figuras simbólicas que suele estar sujeta por uno de sus lados cortos a un mástil o a una cuerda.-

Art. 25º En Toldos: Podrán contener anuncios publicitarios referidos a la identificación del local y/o actividad que se desarrolle en el mismo, pudiendo publicitarse simultáneamente los productos o marcas que se expenden en dicho local. Se permitirán estructuras fijas, rebatibles, retráctiles o enrollables, con un saliente de hasta 2,00 m. y su vértice inferior deberá estar colocado por encima de 2,20 m. de altura de la acera y cualquier parte de su estructura deberá distar de 0,15 m. de los ejes medianeros.-

Art. 26º En Vidrieras: Se podrá pintar o rotular publicidad sobre cristales. Cuando la superficie de vidriera esté compuesta por anuncios permanentes (período igual o superior a seis meses), salvo autorización expresa de la autoridad de aplicación, no podrán superar el 50% de la superficie de la misma y deberán ser declarados ante dicho organismo. Los teatros y cines también tendrán la obligación de declararlo ante la autoridad competente.-

Art. 27º En Medianeras: Aviso dispuesto sobre el paramento medianero del edificio en el cual se emplaza. En muros divisorios la publicidad será predominantemente de imágenes por lo que se podrán instalar entelados artísticos, imágenes de obras pictóricas, escultóricas, fotográficas, e históricas, realizadas por artistas reconocidos,



impresas en tela o similar. No deberán superar más del 70% de la superficie visible del muro ni la altura del mismo. Dentro del entelado también se podrán colocar avisos, según lo estipulado en la reglamentación.-

Art. 28º En Centros y Paseos de Compras: Los soportes publicitarios sobre frentes y muros exteriores del inmueble comercial que enfrenta al espacio público, deben ajustarse a las características y medidas fijadas para los elementos frontales y elementos salientes artículo de la presente. Se permitirá la colocación de carteles gigantográficos frontales, con una superficie máxima de hasta 60 m2. Pueden ser luminosos, electrónicos o animados, y deberán respetar una distancia mínima de 1,50 m. de vanos de ventanas de edificios de uso residencial. En ningún caso podrán atentar contra la seguridad del tránsito vehicular y/o peatonal, provocar situaciones de riesgo, ocasionar distracciones o factibilidad de accidente, debiendo respetar todo elemento compositivo de la fachada y no podrán obstruir los vanos de iluminación y de ventilación. La autoridad de aplicación podrá reglamentar las condiciones de luminosidad e intensidad de los mismos.
Centros comerciales a cielo abierto: Cada centro podrá presentar a la Municipalidad su proyecto de publicidad, que deberá ser aprobado por el Poder Ejecutivo con acuerdo del Honorable Concejo Deliberante.-

Art. 29º Rótulos de Publicidad en construcciones complementarias de casas o edificios: Se refiere al volumen materializado por la torre tanque y/o sala de máquina de ascensores, que se enmascara con el elemento publicitario y servirá de soporte para el mismo, previa verificación técnica estructural. El elemento publicitario por su emplazamiento, se asimilará a los elementos publicitarios frontales y sólo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada casa o edificio, que se podrá emitir con efectos visuales siempre que no emita destellos intermitentes, deslumbramiento, fatigas o deslumbramientos visuales, ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir asimismo con la norma de balizamiento de navegación aérea. Se considerará como superficie publicitaria el rectángulo virtual que comprenda la totalidad de los elementos del mensaje. La superficie opaca del rótulo no podrá sobrepasar el 20% del total de la superficie publicitaria, y las instalaciones carecerán de fondos visibles durante el día. Su altura no podrá exceder del diez por ciento (10%) de la de la casa o edificio, medido desde el murete de cierre de terraza. La superficie publicitaria total tendrá como máximo 70 m2.

Art. 30º Elementos Publicitarios Autoportantes: Son los avisos o letreros que requieren de una estructura particular con base de sustentación propia, y se hallan ubicados sobre espacios privados, debiendo presentar ante la autoridad de aplicación un informe técnico, avalado por un profesional responsable sobre el

Rivadavia 498 - Devoto - Córdoba
Tel: 03564 - 481227
municipalidad@devoto.gov.ar



estado de los componentes, como así también de las condiciones generales de seguridad. La reglamentación establecerá la modalidad según se trate de elementos sobre terrenos, azoteas o techos privados en la localidad o en las rutas de acceso a la misma.
Quedan expresamente excluidos del presente régimen los siguientes elementos publicitarios:
a) Los emplazados en zonas de riesgo, protección o afectadas por servidumbres de electroducto o gasoducto;
b) Los situados en parcelas declaradas de utilidad pública y/o sujetas a expropiación;
c) Los que atenten contra la seguridad, salubridad e higiene pública;
d) Los que se vinculen con inmuebles incluidos dentro del régimen de preservación patrimonial;
e) Los antirreglamentarios que, por razones de interés público, a juicio de la autoridad de aplicación, deban ser excluidos.-

Art. 31º Marquesinas: Protección volumétrica colocada en edificaciones que avanzan hacia la vía pública, que contenga o pueda contener avisos o anuncios publicitarios. Las mismas según sus características, podrán ser:
a) Iluminada: la que recibe luz artificial mediante fuente de luz exterior a ésta instalada para ese fin. El Poder Ejecutivo podrá reglamentar las condiciones de luminosidad e intensidad de las mismas.
b) Luminosa: es cuando emite luz propia con instalaciones ejecutadas al efecto incluidas en el cuerpo de la pieza publicitaria. La autoridad de aplicación determinará la condición e intensidad lumínica de las mismas.
c) Sin iluminación: sin luz artificial o propia.
Si frente al predio en que se instalará la marquesina, hay instalaciones para el servicio público, la misma deberá adecuarse a lo siguiente:
a) frente a columnas de alumbrado, postes telefónicos y/o eléctricos, columnas de señalización de tránsito, cámaras de seguridad u otro tipo de columna o poste, con destino similar, el borde más saliente se mantendrá a 0,60m del eje del poste o columna, en toda su circunferencia, medido sobre nivel de vereda, en toda su altura, hasta sobrepasarlo en 1 m. b) frente a refugios peatonales, kioscos o puestos de exposición y venta, la marquesina deberá instalarse dejando una luz de 1 m. entre la parte más alta del techo de los mismos y la parte más baja de la marquesina.
c) frente a cámaras subterráneas de servicios públicos, instalados sobre la vereda, se podrá construir una marquesina, previo a dejar constancia en la solicitud de permiso, de que será retirada, cuando por el tipo de reparación a realizarse en la cámara subterránea así se lo exija.-

Art. 32º Publicidad Electoral: Autorizase la colocación de afiches y propaganda política partidaria o sindical, inclusive la referente a elecciones internas de partidos



políticos, organizaciones sindicales y centros vecinales de la localidad, en los lugares que se indican a continuación, debiendo ser removidos dentro de los quince días posteriores a los actos comiciales de que se trate.
a) Muros o tapias que encierren exclusivamente lotes baldíos.
b) Espacios gratuitos de publicidad determinados por la Municipalidad.
c) En muros, tapias y cercas de inmuebles edificados de propiedad de particulares, sólo con autorización de sus propietarios extendida por escrito ante autoridad policial o escribano público.

Art. 33º Mantenimiento y Renovación: En forma periódica deberá realizarse el mantenimiento y, de corresponder, la sustitución de elementos deteriorados o precarizados, un visible deterioro de la imagen de marca colocada o de los materiales, sea por acción natural o provocada. La sustitución se hará por igual elemento e igual material o superior calidad y se hará en todas las ocasiones que la Autoridad de Aplicación así lo disponga.-

CAPITULO II
DE LAS PROHIBICIONES

Art. 34º Prohibiciones:
a) Ningún anuncio visual comercial podrá contener alusiones que promuevan, inciten o importen cualquier tipo de discriminación, agravien confesiones, países y sus símbolos, colectividades, minorías, entidades, personas o figuras históricas.
b) Ningún mensaje, sea o no comercial, tendrá contenido que resulte contrario a los símbolos nacionales, los derechos humanos y la paz.
c) Ningún elemento de publicidad podrá distorsionar el entorno, ni afectar estéticamente el paisaje.
d) No se podrán instalar elementos publicitarios que impliquen riesgo alguno para la seguridad de las personas y de los bienes, así como aquellos que causen molestias, ya sea con vibraciones, ruidos y/o deslumbramiento.
e) Ningún elemento publicitario podrá restringir las condiciones de movilidad y circulación peatonal y vehicular.
f) Todo anuncio relativo al consumo de alcohol o la práctica de juegos de azar que se hallen en la vía pública o trascienda a ésta, deberá contener de manera visible la leyenda “el consumo excesivo es perjudicial para la salud” o, según el caso, “el juego compulsivo es perjudicial para la salud” o cualquier otra leyenda que establezca la legislación vigente.
g) La instalación de elementos publicitarios sobre aceras, calzadas, cordones, rotondas, isletas de calles, avenidas o rutas, cementerios, árboles, señalización



vertical reglamentaria histórica y turística oficial, semáforos y demás construcciones de dominio público, a excepción a las permitidas por la presente ordenanza.
h) La colocación de elementos publicitarios que impidan o dificulten la contemplación de monumentos, edificios o conjuntos de valor histórico, arquitectónico o paisajístico. Para la colocación de elementos publicitarios en edificios declarados de interés patrimonial, deberá tramitarse su autorización en cada caso particular ante la dependencia competente del Departamento Ejecutivo.
i) La instalación de elementos publicitarios que atenten contra la seguridad del tránsito vehicular y/o peatonal, provoquen situaciones de riesgo, ocasionen distracción o factibilidad de accidente o puedan provocar confusión en el tránsito.
j) Que los elementos publicitarios interrumpan el cono de visión de la bocacalle, como así el espacio comprendido desde el filo de las ochavas hasta 2 m. hacia el centro de la cuadra, no pudiendo los mismos ser salientes.
k) La colocación de los denominados pasacalles.
l) La fijación compulsiva, furtiva y sin autorización de afiches murales.
m) Utilizar carteleras como cerramiento de terrenos baldíos o edificios abandonados o en desuso, a excepción de los supuestos expresamente contemplados en la presente.
n) El retiro o desmantelamiento en forma parcial de los elementos de publicidad.
o) No está permitido instalar elementos publicitarios frontales sobre barandas, columnas ubicadas en sectores de dominio público (excepto en lo referente a permisos concedidos a través de la presente), calados, aberturas, pérgolas, escaleras, toldos, bajo o alto relieve o cualquier elemento y/o tratamiento arquitectónico relevante que presenten las fachadas, con excepción de los contemplados en el presente.
p) La instalación de carteles políticos en calles, parques, plazas, playas, espacios verdes públicos y mobiliario urbano.
q) Los que utilicen como material lámina reflectora, siempre que impliquen un riesgo para el tránsito.
r) La colocación de balizas de todo tipo ubicadas sobre anuncios publicitarios, exceptuándose las exigidas por los organismos de control de aviación. Los anuncios que ofendan la moral o las buenas costumbres.-

CAPITULO III
DEL PROCEDIMIENTO

Art. 35º: Alcance: La realización de cualquier clase de actividad, acción o actuación de publicidad exterior, aunque no esté contemplada expresamente en este Código, queda sometida a la previa obtención de autorización administrativa, permiso



especial, o aviso previo, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean pertinentes con arreglo a la legislación sectorial aplicable.

Art. 36º Denegación: La autoridad de aplicación podrá denegar los permisos y/o autorizaciones cuando existan razones graves de seguridad, salubridad o de higiene, o cuando su instalación no se adecue a lo normado en la presente o cuando el solicitante no acredite una correcta conducta fiscal. Todo ello será mediante acto administrativo debidamente fundado.

Art. 37º Vigencia: Los permisos y/o autorizaciones tendrán una vigencia de dos (2) años, a excepción de aquellos solicitados y autorizados por un plazo menor, que podrán ser renovados ante pedido expreso del interesado, con una antelación no inferior a los noventa (90) días de su vencimiento ante la autoridad de aplicación, siempre que reúna las condiciones, conforme a las cuales hubiese sido concedido y se adecue a la normativa vigente. La denegatoria, que deberá estar debidamente fundada, no generará derecho a indemnización alguna para el o los beneficiario/s del permiso. Para el caso de extinción del permiso y/o autorización, cualquiera sea el motivo que lo origine, o cuando el estado de las instalaciones así lo ameriten, la autoridad de aplicación podrá ordenar el retiro de los elementos publicitarios, intimando a los responsables, bajo apercibimiento de disponerlo la propia Municipalidad, con costas y costos. En todos los casos, los responsables deberán abonar los montos en concepto de tasa por publicidad y propaganda, proporcionales al tiempo en que la publicidad dejó de realizarse.-

Art. 38º: Nuevas habilitaciones o transferencias: Para el caso de nuevas habilitaciones de locales o transferencias de las mismas, en las que se pretenda conservar un elemento publicitario, podrá ser autorizada la continuidad de los mismos, debiendo cumplir con los requisitos establecidos por la presente, para lo cual deberá registrarse como nuevo sujeto de publicidad, previo pago de deudas fiscales, derechos, tasas y multas contravencionales si existieren.-

Art. 39º: Cambios del Mensaje Publicitario: Los cambios en el mensaje publicitario de los anuncios visuales con permiso vigente, no requerirán de nueva autorización, salvo que el mismo hubiese sido condición esencial para su otorgamiento.-

Art. 40º: De las Excepciones: No se deberá solicitar autorización, ni dar cuenta a la Municipalidad, respecto de los siguientes elementos publicitarios y anuncios:
a) Los que contengan exclusivamente una advertencia de interés público.
b) Las placas de tamaño hasta un (1) m2 de superficie, donde consten solamente nombre y especialidad de profesionales con título habilitante.



c) Los letreros indicadores de turnos de farmacias en cuanto no contengan publicidad.
d) Los insertos en programas de espectáculos públicos y telones de salas de espectáculos públicos.
e) La publicidad de espectáculos públicos colocada en el interior de las respectivas salas.
f) La publicidad realizada en el interior de los locales habilitados para el ejercicio del comercio, industria y/o espectáculos, referida a productos, servicios y actividades que en los mismos se ofrecen o venden.
g) La publicidad o anuncios de exteriorización en libros, radiofonía, cinematografía, televisión y prensa gráfica, en sus diversas formas.
h) La publicidad o anuncios de exteriorización en libros, radiofonía, cinematografía, televisión y prensa gráfica, en sus diversas formas.-

Art. 41º Aviso por Escrito: No se deberá solicitar permiso, pero si dar cuenta por escrito a la Municipalidad respecto a los siguientes elementos publicitarios:
a) Los exigidos por la legislación Nacional Provincial y Municipal vigente.
b) Los anuncios realizados por entidades oficiales o reparticiones oficiales.
c) Los letreros ocasionales que anuncien venta, remate o locación de inmuebles y cambio de domicilio. En los anuncios de remates deberá asignarse en todos los casos, el nombre del rematador, su domicilio y fecha de la venta o remate, especificando si es judicial, transcurrido éste deberá procederse al retiro de los anuncios dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes al mismo.-

Art. 42º Permisos Especiales: Excepcionalmente, el Poder Ejecutivo, previo informe favorable de la autoridad de aplicación, podrá autorizar tanto la eximición total o parcial de la tasa, como el emplazamiento de anuncios publicitarios que no respondan a las características de los tipos previstos en la presente ordenanza, siempre que cumplan con los requisitos y prohibiciones generales establecidos en la misma, fundado en criterios de razonabilidad e interés público.

Art. 43º Extinción: Las autorizaciones se extinguirán;
a) Por cumplimiento del plazo.
b) Por baja solicitada por el titular del permiso.
c) Por revocación fundada en razones de seguridad y salubridad pública.
d) Si la autoridad de aplicación comprobare falseamiento y/o documentación apócrifa, u observare alteración de la situación fáctica que se tuvo en cuenta al otorgamiento.
e) Por caducidad.
f) No se encuentre en buen estado de conservación y mantenimiento o ponga en riesgo la seguridad pública.
g) Se incumplieran las obligaciones tributarias municipales
h) Por no acreditar la constitución de los seguros exigidos.



i) No tener registrado el pago de los derechos de instalación del elemento publicitario en el plazo de 5 (cinco) días hábiles de recibida la intimación.
j) No cumplir con lo estipulado en el respectivo instrumento de otorgamiento de las autorizaciones o permisos.
k) Cuando el elemento publicitario no cumpla con las condiciones necesarias para su funcionalidad.-

ART. 44º Requisitos de Presentación y Procedimiento: El sujeto de publicidad deberá iniciar el trámite para obtener la autorización municipal presentando el proyecto ante la autoridad de aplicación, suscripto por el interesado, acompañado la documentación requerida y siguiendo el procedimiento establecido en la reglamentación.-

CAPITULO IV
DE LAS SANCIONES

Art. 45º Sanciones: Se aplicarán cuando se compruebe una infracción a las normas contenidas en el presente ordenamiento o a las disposiciones que para el caso resulten de aplicación. Si el elemento publicitario fuera susceptible de ser adecuado, se cursará intimación a los permisionarios, a fin de lograr la adecuación en plazo que dispondrá la autoridad de aplicación, bajo apercibimiento de disponer las medidas sancionatorias del caso. Si el elemento publicitario no fuera susceptible de ser adecuado se intimará al retiro del mismo en el plazo tres (3) a cinco (5) días a partir de la notificación.-

Art. 46º Deuda: En el caso de falta de pago de la Taza por Publicidad y Propaganda Exterior y sin perjuicio de las medidas a adoptar por la autoridad de aplicación cuando se incumplieran las obligaciones tributarias municipales, ésta podrá proceder del siguiente modo:
a) Intimará a los sujetos responsables, por medio fehaciente, a que en un plazo de tres (3) días hábiles regularice su situación fiscal con la Municipalidad;
b) De no registrarse el pago en el tiempo indicado dará derecho a la reclamación por las vías administrativas correspondientes y/o judiciales para lograr su regularización.-

Art. 47° Casos prohibidos: En los casos de elementos publicitarios que afecten a la seguridad pública, se encuentren prohibidos por este ordenamiento, ofrezcan o representen peligrosidad por su estado de deterioro o sus responsables no exhiban sus comprobantes de subsistencia de la póliza de seguro se procederá del siguiente modo:
a) Se labrará el acta de Inspección respectiva.



b) Se intimará al permisionario y/autorizado al inmediato retiro, bajo apercibimiento de rechazar el permiso.
c) Para el caso de Personas Físicas y/o Personas Jurídicas con contrato de concesión con el Municipio, la acumulación de tres (3) sanciones por contravenciones al presente implicará la aplicación automática de las Actas de Infracción Contractual determinadas en las normativas particulares para el caso de incumplimiento a las obligaciones contractuales.-

Art. 48º Tipo de sanciones: Los distintos sujetos de la actividad publicitaria serán pasibles, de acuerdo a la gravedad o reiteración de las infracciones en que incurrieren, de las siguientes sanciones:
a) Multa establecida entre 1 a 50 sueldos mínimos de un agente de la Administración Municipal categoría I.
b) Suspensión del permisionario y/o autorizado en los registros municipales previstos en el presente.
c) Inhabilitación del permisionario y/o autorizado. La suspensión en el registro municipal implica la imposibilidad de tramitar nuevos permisos hasta tanto sea cumplida en su integridad la sanción aplicada. La inhabilitación implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto haya desaparecido la causa que lo motivó. En caso de reincidencia por parte de los sujetos de la actividad publicitaria en la inobservancia o violación a las normas relacionadas con esta actividad, serán excluidos del registro de sujetos de la publicidad y quedarán inhabilitados para operar en la localidad.-

Art. 49º- Inspección: El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en el presente corresponderá a los servicios técnicos del órgano municipal competente, encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.-

TITULO III
DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Art. 50º Adecuación: Todos los tipos de elementos publicitarios que se encuentren instalados con antelación comprobable de forma fehaciente a la sanción y puesta en vigencia de la presente, tendrán un plazo de hasta seis (6) meses para su regularización.-