

### III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

#### AYUNTAMIENTO DE

**48****TORREJÓN DE ARDOZ**

## ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Por el Ayuntamiento Pleno, en sesión ordinaria de 27 de junio de 2018, se aprobó por la mayoría legal de miembros de derecho de esta Corporación, y de modo definitivo, la Ordenanza sobre Protección del Paisaje Urbano en relación con Instalaciones Publicitarias de este Ayuntamiento, que dice lo siguiente:

«El 25 de abril de 2018 se publicó el anuncio de aprobación inicial de la Ordenanza de Protección de Paisaje Urbano sobre las instalaciones publicitarias.

No han existido alegaciones, se ha informado por Secretaria, y la ordenanza se ha actualizado, sin perjuicio de que el tiempo dirá las necesarias adaptaciones y se propone al Ayuntamiento Pleno la aprobación definitiva del texto de la ordenanza en los términos que se recogen.

**ORDENANZA SOBRE PROTECCIÓN DEL PAISAJE URBANO EN RELACIÓN CON INSTALACIONES PUBLICITARIAS**

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Ordenanza de protección del paisaje urbano sobre las instalaciones publicitarias aprobada el 29 de marzo de 2012 y publicada el 31 de marzo del mismo año tenía por objeto la protección del entorno y su aplicación al concepto de paisaje urbano. Se ocupaba como objetivo prioritario regular las instalaciones publicitarias visibles, así como el evitar la proliferación indiscriminada de anuncios, regulando el número de ellos desde la vía pública, además de establecer la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano y la imagen de la ciudad de Torrejón de Ardoz.

Por acuerdo de Pleno de fecha 22 de marzo de 2012, (BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID 31/03/2012), se introdujo en su texto una actualización por el tiempo transcurrido, así como sentencias habidas en la materia que nos ocupa, como también la transformación paisajística de la Plaza Mayor de Torrejón de Ardoz y su entorno y las nuevas técnicas publicitarias que hacían necesaria la adaptación y en consecuencia la modificación de ciertos aspectos regulados en la Ordenanza.

En la actualidad, para el año 2018 y años posteriores, parece preciso y se hace necesaria la nueva modificación y redacción íntegra de toda la ordenanza con el objetivo de ampliar nuevas ubicaciones y emplazamientos no regulados, así como modificar en lo preciso lo anterior.

Por lo expuesto la Ordenanza de protección del paisaje urbano sobre instalaciones publicitarias queda modificada y redactada como se transcribe.

## TÍTULO I

**Disposiciones de carácter general**

Artículo 1. 1. La presente ordenanza tiene por objeto regular las condiciones a las que habrán de someterse las instalaciones publicitarias, tanto se instalen en propiedad privada como en pública y 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 Torrejón de Ardoz.

2. 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.

Art. 2. *Utilización de medios publicitarios.*—1. 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.

2. Se prohíben los carteles movibles ocupando vía pública con publicidad.

3. Se prohíbe la fijación de carteles sobre edificios, paramentos, vallas de cerramiento o cualquier elemento visible desde la vía pública, con excepción del mobiliario urbano destinado a dicho fin o lugares expresamente preparados para esta finalidad con autorización municipal.

4. Se considerarán carteles los anuncios impresos por cualquier procedimiento sobre papel cartulina, cartón o similar.

5. Se incluye en la prohibición todo cartel en tres dimensiones o realizado sobre medios telemáticos o cualquier otro medio que el progreso permita.

6. La publicidad incontrolada basándose en carteles, pegatinas, etiquetas, rotulación, etcétera, fijada sobre paramentos de edificios e instalaciones, obras públicas, elementos de mobiliario urbano, etcétera, no es permisible dentro del término municipal, siendo de aplicación el régimen sancionador establecido en la ordenanza de protección del medio ambiente.

Art. 3. *Definiciones.*—1. Los “Rótulos” y “Carteles” podrán ser luminosos, iluminados y opacos y se consideran:

- A) “Carteleras”, “Mupis” o “Vallas publicitarias” los soportes estructurales de implantación estática susceptibles de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior por medio de carteles o rótulos.
- B) Se consideran “Rótulos” los anuncios fijos o móviles de larga duración por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro o cualquier otro material que asegure su permanencia.
- C) Se consideran “Carteles” los anuncios de duración reducida, normalmente no superior al mes, pintados y/o impresos por cualquier procedimiento sobre papel, cartulina, cartón, tela u otra materia de escasa consistencia y corta duración.
- D) Se consideran “Pancartas” los elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados sobre lonas, plástico o materiales parecidos, utilizados entre los báculos de las farolas del alumbrado público.
- E) Son “Muestras” los anuncios paralelos al plano de fachada y tendrán un saliente máximo respecto a esta de 15 centímetros.
- F) “Banderolas” y/o “Velas”. Son elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados y utilizados en los báculos de las farolas del alumbrado público.
- G) Se consideran anuncios luminosos los que dispongan de luz propia por llevar en su interior elementos luminosos de cualquier clase y se incluyen en este concepto aquellos anuncios que, no siendo específicamente luminosos, se realicen con técnicas modernas como vídeos, proyecciones de diapositivas y otros semejantes.
- H) Serán iluminados los anuncios que, careciendo de luz interior, llevan adosados elementos luminosos de cualquier clase.

## TÍTULO II

### Características de los soportes y emplazamientos

Art. 4. *Diseños y construcciones.*—1. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad, ornato, salubridad y calidad. Los proyectos de instalación deberán ir acompañados, obligatoriamente, de un proyecto de seguridad y estabilidad de la estructura a utilizar, firmado por técnico competente.

2. Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasará los 0,30 metros.

Art. 5. *Superficie y emplazamiento.*—1. La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo de soporte, lugar de ubicación y tipología zonal.

2. Dicha superficie podrá ser explotada libremente por el titular de la licencia. Si 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.

3. 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.

**Art. 6. *Condicionantes de emplazamiento.***—1. 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 artículo 19 de esta ordenanza.

1.1. 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.

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

3. 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.

4. Se tendrá especial atención en el respeto a los valores paisajísticos, así como el mantenimiento de las líneas esenciales de los edificios, sin que pueda llegar a ocultarse sus elementos decorativos y ornamentales.

5. De manera general, con las salvedades que más adelante se indican, se prohíbe 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.

6. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley General de Publicidad, se prohíbe 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, a personas con diversidad funcional y en lo que se refiera o afecte a la mujer, pudiendo ordenarse la retirada inmediata de la publicidad que vulnere esta prohibición, lo que no supondrá medida sancionadora de tipo o naturaleza alguna por los valores a proteger, que deberán motivar la resolución que ha de notificarse antes de la retirada y siempre a cargo y coste del titular que haya realizado la actuación, y sin perjuicio de los efectos económicos del correspondiente expediente sancionador.

**Art. 7. *Actuaciones no autorizables.***—1. No se consideran autorizables las actuaciones que no estén contempladas expresamente en la presente ordenanza y en los términos de la Ley 39/2015 no existirá y no se producirá silencio positivo para entender adquirido el derecho a licencia.

2. No obstante, con carácter experimental y previo informe favorable del técnico municipal pertinente, se podrán autorizar actuaciones no contempladas en esta ordenanza a los efectos, en su caso, de incorporarlas posteriormente a la misma por estimarse de mejora social y colectiva.

### TÍTULO III

#### Calificación Tipológica del suelo

**Art. 8. *Tipología del suelo.***—1. La tipología del suelo será la prevista y conforme a la terminología del Plan General de Ordenación Urbana.

2. A los efectos de delimitar los lugares permitidos para la instalación de “Carteleras”, se establece la siguiente clasificación tipológica del territorio municipal:

- Casco viejo, resto del casco y barrios.
- Zonas residenciales.
- Zonas industriales.
- Resto del suelo urbano del término municipal.
- Suelo no urbano.
- Vías de circulación rápida (vías rápidas se definen 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 40 kilómetros/hora).

— Plaza Mayor y calles peatonales que nacen en ésta.

Art. 9. *Publicidad por zonas.*—1. En el casco viejo, resto del casco y barrios se permitirá la instalación de publicidad para dar a conocer los proyectos y las obras a realizar:

- En las vallas de obras en edificios de nueva planta, mientras se encuentren en construcción y durante el período de vigencia de la respectiva licencia de obras.
- En las vallas de obras de reestructuración total de fincas durante el período de vigencia de la respectiva licencia de obras.

2. En las zonas residenciales se permitirá la instalación de publicidad para dar a conocer los proyectos y las obras a realizar:

- Los lugares señalados en el número anterior.
- Estructura que constituya de andamiaje de obras parciales de fachada.
- Solares que se encuentren dotados de cerramientos conforme a las ordenanzas municipales.

3. En las zonas industriales y el resto del suelo urbano municipal se permitirá instalar publicidad en los siguientes lugares:

- Los señalados en el número anterior de este artículo.
- En las vallas de cualquier tipo de obras.
- En las medianerías de los edificios, que no deben tener tratamiento arquitectónico similar al de la fachada del edificio.
- En cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja.
- En cerramientos de parcelas con edificios desocupados o deshabitados.
- En la planta baja de edificios totalmente desocupados.
- En los vallados que conformen alineación oficial se podrá disponer de una zona opaca entre el zócalo y la cumbra del cerramiento ajustándose a la modulación del cerramiento con una longitud que no supere al 10% del Total de la Fachada y nunca superior a 4 m.

4. La publicidad en los cerramientos se tendrá que ajustar a lo establecido en el art. 28 de esta ordenanza.

#### TÍTULO IV

##### Publicidad sobre soportes situados en suelo de titularidad pública

Art. 10. *Publicidad con licitación pública.*—1. Solamente la publicidad que pretenda utilizar soportes ubicados en suelo de titularidad municipal será objeto de licitación pública de acuerdo con la legislación de contratos.

2. No estarán comprendidos en el párrafo anterior los soportes situados sobre cerramientos de obras previstos en el artículo 17, dado el carácter provisional de la instalación.

3. Las instalaciones publicitarias sobre soportes de mobiliario urbano se sujetarán a lo dispuesto en la ordenanza de mobiliario urbano y/o convenios específicos.

4. La publicidad editorial en los puestos de venta de periódicos, revistas y publicaciones periódicas se regulará por lo dispuesto en la legislación en vigor.

Art. 11. *Vehículo o remolque.*—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 de cualquier índole o naturaleza.

Art. 12. *Carácter excepcional.*—1. Con carácter excepcional, el Ayuntamiento podrá autorizar discrecionalmente y por razones motivadas y con tratamiento igual, si hubiera más de un interesado, la utilización de los báculos de alumbrado público como soporte de publicidad, con motivos de acontecimientos o programas de singular importancia, culturales o deportivos.

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

Art. 13. *Señalización direccional.*—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.

**TÍTULO V**
**Superficies no rígidas sobre fachadas**

Art. 14. *Soportes publicitarios no rígidos*.—1. Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas, tales como lonas decoradas, etcétera solo serán autorizables en las superficies ciegas de fachadas de edificios exclusivos de uso terciario comercial; 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, en los edificios exclusivos religiosos e institucionales, tales como 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.

3. Superficies publicitarias opacas o luminosas.

Art. 15. *Información específica*.—1. Se autorizarán soportes publicitarios para papel pegado o pintados, en cerramientos de locales comerciales desocupados y situados en planta baja, con información específica de la propiedad del local (alquiler, venta, etcétera). En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario podrá exceder de 0,10 metros sobre el plano de fachada del local.

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

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

3. Podrán dotarse de sistemas de iluminación, tanto interior como proyectada, siempre que disten más de 15 metros o menos de 15 metros con autorización expresa de los/as posibles afectados/as, a huecos de ventanas de edificios enfrentados y destinados a uso residencial, hotelero o sanitario, siempre ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público, respecto a lo referente a la contaminación lumínica.

3.1. Estarán provistos, entre otros elementos de protección, de regulación horaria para su conexión/desconexión.

4. En caso de iluminación proyectada, los elementos destinados al efecto, si vuelan sobre suelo público, no podrán sobresalir más de 0,60 metros ni a una altura inferior de 3 metros del ras de la acera; 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, ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público respecto a lo referente a la contaminación lumínica.

5. En edificios exclusivos con uso terciario comercial se permitirá soportes publicitarios rígidos luminosos en toda la dimensión de la fachada con la limitación del 30% de la superficie total de la misma. Y el deslumbramiento perturbador no superará los límites máximos fijados en el RD 1890/2008 y en las instrucciones técnicas complementarias ITC-BT y/o disposiciones en cada momento en vigor.

6. Rótulos informativos.

Art. 16. *Carteles o rótulos de denominación social*.—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 registrarán cuando se sitúen en edificios por las normas de esta ordenanza y del Plan General de Ordenación Urbana.

**TÍTULO VI**
**Publicidad en obras**

Art. 17. *Emplazamientos publicitarios*.—1. A efectos de esta ordenanza, las zonas susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las obras de nueva planta, sustitución, obras especiales de reconstrucción y recuperación tipológica, reestructuración general y total, demolición total, restauración de fachadas y urbanización, incluso en edificios u otros elementos catalogados.

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

3. 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 26.

Art. 18. *Soportes publicitarios en obras.*—1. 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.

2. También se admiten, 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.

2.1. Las obras susceptibles de servir para la instalación de estos soportes son las de su naturaleza.

3. 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.

3.1. Agotada la prórroga, no se volverá a conceder una nueva licencia hasta transcurridos tres años desde el fin de la misma.

Art. 19. *Carteles o rótulos ubicados en obras.*—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, etcétera, 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.

## TÍTULO VII

### Publicidad en solares o terrenos urbanos sin uso

Art. 20. *Solares susceptibles de emplazamientos.*—1. A efectos de esta ordenanza, en los solares susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios, los soportes se instalarán sobre el reglamentario cerramiento opaco del solar y siempre en la alineación oficial. Deberán contar con actividad reconocida.

2. Los soportes solo 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.

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

4. A efectos de la explotación publicitaria, no se autorizan segregaciones zonas parciales de un solar o terreno.

Art. 21. *Superficie publicitaria máxima.*—1. La superficie publicitaria máxima será de 75 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del solar. La distancia mínima entre vallas no será inferior a 25 metros. Deberán cubrirse mediante lamas o celosías los espacios no ocupados por publicidad, de modo que se cree una superficie continua.

2. 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.

Art. 22. *Solares con titularidad legal.*—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.

**TÍTULO VIII**
**Publicidad en terrenos sin uso próximos a vías de circulación rápida**

Art. 23. *Distancia mínima.*—A los efectos de la publicidad regulada en este título, los terrenos susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios, en ningún caso el soporte publicitario podrá estar a distancia inferior a 25 metros de la vía rápida. La distancia mínima entre vallas no será inferior a 30 metros.

Art. 24. *Condicionantes para la autorización.*—1. En estos terrenos solo podrá autorizarse la instalación de soportes publicitarios cuando estos cuenten con cerramiento autorizado con arreglo a planeamiento y tengan licencia de actividad publicitaria.

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

3. En ningún caso la distancia a la vía rápida será inferior a 25 metros.

4. A efectos de la explotación publicitaria no se admite la segregación de un solar o terreno.

Art. 25. *Superficie instalada.*—1. La superficie publicitaria instalada dentro de terrenos dotados de cerramiento, la extensión máxima será de 75 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del terreno. En la longitud de la superficie publicitaria los espacios no ocupados habrán de cubrirse mediante lamas o celosías. La distancia mínima entre vallas no será inferior a 30 metros.

2. 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.

Art. 26. *Distancias y alturas.*—1. 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:

- 25 metros/5,50 metros.
- 40 metros/12 metros.
- 50 metros/15 metros.

2. Y así proporcionalmente, no pudiendo superarse, en ningún caso, la cota máxima de 17 metros de alto.

Art. 27. Los carteles o rótulos en terrenos sobre los que tenga título legal suficiente y 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.

**TÍTULO IX**
**Muestras, banderines y elementos análogos**

Art. 28. *Señalización de establecimientos.*—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.

Art. 29. *Muestras.*—1. Son los anuncios paralelos al plano de fachada y podrán tener un saliente máximo respecto a esta de 15 centímetros, salvo que el Plan General establezca otro régimen, en las zonas que a continuación se definen, casco viejo, resto del casco, barrios y zonas residenciales se autorizan este tipo de elementos publicitarios, debiendo cumplir, además, las siguientes condiciones:

- a) En el interior de los huecos de fachada de plantas baja y superiores siempre que permitan los elementos arquitectónicos de fachada. La altura máxima de las muestras será de 60 centímetros 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 o placa continua, con una longitud total que no supere la del dintel correspondiente y una altura máxima de 60 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 metros cuadrados.

- c) Se exceptúan las placas que, ocupando como dimensión máxima un cuadrado de 25 centímetros de lado y 2 milímetros de grueso, podrán situarse en las jambas. Se podrán adosar en su totalidad al frente de las marquesinas, cumpliendo las limitaciones señaladas.
- d) En planta primera con una altura máxima de 60 cm y ajustándose en longitud y dimensión a la composición de los huecos.
- e) En edificios con actividades que poseen como uso permitido el dotacional y servicios o terciario se admitirá en todas sus plantas muestras de 60 cm. de altura en toda la longitud de las fachadas incluso en los elementos salientes a la misma.

2. Para las restantes zonas descritas en la presente ordenanza excepto zona de Plaza Mayor y calles peatonales que nacen en ésta, además de las situaciones señaladas anteriormente, se permite lo siguiente:

- a) 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 de la que tenga dicha fachada, sin exceder de 90 centímetros cuando esté ejecutada con letra suelta o logotipo.
- b) 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 1/10 de la altura del edificio cuando esté ejecutada con letra suelta o logotipo.
- c) 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 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno. No existirán muestras luminosas a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios enfrentados de uso residencial u hospitalario, si las luces son oblicuas, o 20 metros si las luces son rectas. Se podrán autorizar a menor distancia con autorización expresa de los/as afectados/as, siempre ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público, respecto a lo referente a la contaminación lumínica.

c.i. Estarán provistos, entre otros elementos de protección, de regulación horaria para su conexión/desconexión.

3. Para la zona de Plaza Mayor y calles peatonales que nacen en ésta:

- a) Sobre los dinteles de los huecos de fachada en planta baja la altura de la muestra será de 60 centímetros, pudiendo llegar a tener la longitud del frente del local.
  - a.i. En la zona porticada se prohíbe en las pilastras y dinteles exteriores de planta baja la colocación de publicidad, así como la colocación de toldos.
- b) En planta primera se permite muestras colocadas en barandilla situándolas en la parte inferior de ésta con una altura de 60 Centímetros y la longitud de ésta coincidirá en dimensión y ubicación con el hueco de fachada según anexo gráfico. La muestra que se coloque en la Plaza Mayor deberá realizarse con placa continua de fondo blanco y letras en morado institucional número pantone 265 y tipo de letra Lucida Sans Roman.

4. Las muestras en la Plaza Mayor sólo podrán iluminarse en planta baja con las siguientes condiciones:

- Solo se podrá colocar un foco por muestra colocados en forma alineada a 60 cm de la fachada interior del soportal, con la luminaria e instalación empotrado en el falso techo en caso de existir éste.

5. En Plaza Mayor y en relación a estructuras de andamiajes y en general en las obras que se ejecutan en este ámbito deberán instalarse elementos de protección y ornato de los mismos, como lonas o similares, que deberán incluir una imagen o recreación de la fachada proyectada y podrán incluir, además, mensajes publicitarios integrados en su superficie, con presentación de documentación para ser aprobado por el órgano competente para resolver, que se incorporará al proyecto presentado para la licencia de obras de que se trate.

Art. 30. *Banderines*.—1. 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 255 centímetros, con un saliente máximo de 80 centímetros.



1.1. Su dimensión vertical máxima será de 70 centímetros. Se tendrán presentes también las siguientes particularidades:

- a) En zonas de uso calificado no residencial se permiten banderines de hasta 2 metros de altura e idéntico saliente al ya mencionado. En edificios de uso exclusivo hotelero o edificios no catalogados, 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 3 metros sobre la rasante de la calle o terreno. No existirán banderines luminosos a menos de 15 metros de huecos de ventanas de edificios enfrentados, de uso residencial u hospitalario, si las luces son oblicuas, o 20 metros si las luces son rectas. Se podrán autorizar a menor distancia con autorización expresa de los/as afectados/as, siempre ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público, respecto a lo referente a la contaminación lumínica.
- c) No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y 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 prohíbe la instalación de este tipo de elementos en los edificios catalogados sin previa autorización, sometida a la valoración de su integración en la estética del edificio.
- e) En la Plaza Mayor se permitirán banderines exclusivamente en la fachada interior de la zona porticada.

Art. 31. *Banderolas y/o velas*.—1. Son elementos publicitarios realizados con materiales efímeros realizados sobre lonas, plástico o panel y utilizados en los báculos de las farolas del alumbrado público o similar en retranqueos de edificaciones.

2. Se podrán colocar en las siguientes ubicaciones:

- a) En las farolas de alumbrado público por motivo de campañas electorales, celebraciones municipales o institucionales extraordinarias y por un período no superior a dos meses.
  - a.1. Para su autorización deberán reunir los requisitos contemplados en el artículo 32, que regula la utilización de pancartas, a una altura mínima sobre calzada que no interfiera en el tránsito peatonal o de vehículos.
- b) En zonas clasificadas en el PGOU con uso Industrial, Terciario o Equipamiento se permitirán en la franja entre cerramientos y la línea de edificación se permiten banderolas en poste de sección no superior a los báculos de alumbrado público una altura máxima de 5 m con una densidad no superior de 0.25 unidades por ml de alineaciones siempre y cuando no obstaculicen los movimientos internos de vehículos no pudiendo invadir el vuelo el espacio público, ajustándose a lo establecido en el Art. 28 de esta ordenanza.

3. No será necesario presentar proyecto técnico visado ni dirección facultativa visada por Colegio Profesional, pero sí será obligatorio el seguro de responsabilidad civil, en función de los posibles riesgos ocasionales.

Art. 32. *Pancartas*.—1. Las pancartas podrán ser autorizadas por el Ayuntamiento, en lugares visibles desde la vía pública en situaciones excepcionales como fiestas patronales, celebraciones deportivas o similares, con las condiciones siguientes:

- A) En la solicitud de licencia se deberá expresar la forma, dimensiones, materiales, emplazamiento, altura mínima sobre la calzada y tiempo de duración.
- B) La pancarta en ningún caso limitará el tráfico rodado o peatonal, así como la visibilidad de señalización urbana. En ningún caso podrán utilizarse árboles para su sujeción.
- C) La pancarta tiene una utilización limitada exclusivamente a las celebraciones que le justifiquen, debiendo ser retiradas a su costa en el plazo máximo de cinco días siguientes a la terminación.
  - C.1. En este caso, no será necesario presentar proyecto técnico visado, ni dirección facultativa visada por Colegio Profesional, pero sí será obligatorio el seguro de responsabilidad civil en función de los posibles riesgos ocasionales.

Art. 33. *Publicidad en monopostes.*—1. En las zonas en que expresamente se admite en esta ordenanza, se permitirá la instalación de monopostes, que consisten en un cartel de 5 por 12 metros máximo, sujetado por un soporte de 12 metros de altura, como máximo, contada desde la rasante natural del terreno no superando la altura de edificación de la ordenación que le sea de aplicación.

2. La instalación de monopostes solo se autorizará en suelos clasificados como industriales, deportivos o comerciales y en suelos públicos, así como en suelo no urbanizable, con su cercado de seguridad pertinente, con acabado agradable, estético y contribuya al ornato de la ciudad y su entorno.

Art. 34. Para la instalación de este tipo de publicidad será necesario presentar las autorizaciones oportunas por el Ayuntamiento.

Art. 35. 1. La instalación de este tipo de publicidad conllevará obligatoriamente la previa presentación de un proyecto técnico visado por el Colegio correspondiente.

2. Los proyectos de instalación deberán ir acompañados, obligatoriamente, de un proyecto de seguridad y estabilidad de la estructura, firmado por técnico competente.

Art. 36. *Toldos y otros elementos flexibles.*—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.

Art. 37. *Otras actuaciones.*—1. 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.

2. Se permite la publicidad en el interior de los huecos de plantas baja y primera mediante cristales grabados, muestras luminosas y elementos análogos, sin que puedan componer textos o dibujos con otros huecos del edificio.

2.1. 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, y siempre con iluminación integrada, ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público, respecto a lo referente a la contaminación lumínica.

Art. 38. *Otras condiciones.*—1. Se podrá autorizar la instalación de muestras o banderines luminosos, pancartas y lonas que tengan por objeto indicar la localización de locales y entidades que presten servicios de interés para la colectividad y equipamiento, 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, edificios dotacionales, etc...

2. 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 frailerros, etcétera).

Art. 39. *Materiales.*—1. Los materiales serán adecuados a las condiciones estructurales, estéticas del ambiente urbano y constructivas del edificio o elementos en que se instalen.

2. 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

#### Capítulo 1

##### *Normas Generales*

Art. 40. *Requisitos indispensables.*—1. Para poder realizar la actividad publicitaria será condición indispensable que las empresas o agencias interesadas se hallen debidamente legalizadas en los términos previstos en la legislación, y si son personas físicas, será aplicable el punto 3 de este artículo y, en todo caso, deberán cumplir para el ejercicio la obtención de pertinente licencia municipal, sin que puedan adelantar el inicio de la publicidad sin esa licencia, y, si lo hicieran, será inicialmente falta muy grave.

1.a Prohibición de publicidad en la que se recojan alguno de estos casos:

- Se frivolicen o justifique comportamientos o actitudes que contribuyan o ayuden a la violencia de género.
- Sitúe a las mujeres en posiciones de subordinación o inferioridad, con menores capacidades o no aptas para asumir responsabilidades.
- Menosprecie o ridiculice las actividades o valores atribuidos a las mujeres, o contraponer la superioridad de los masculinos.
- Presente el cuerpo femenino Como objeto, Como valor añadido a los atributos de un determinado producto, servicio o actividad.
- Ridiculice, infravalore o presente de forma vejatoria a las mujeres en cualquier clase de actividad profesional.
- Utilice el cuerpo femenino como un reclamo o un objeto sexual, pasivo y al servicio de la sexualidad del hombre.
- Fomente un modelo de belleza femenino basado en la juventud, delgadez o perfección corporal, de acuerdo a cánones poco reales, y que puedan proponer comportamientos lesivos para la salud de las mujeres o asociarse a su éxito personal y social.
- Asigne a las mujeres las responsabilidades del hogar y los cuidados, excluyendo no asignando un plano secundario a los hombres.
- Atribuya capacidades, según el sexo, para el ejercicio de diferentes profesiones o categorías profesionales, sugiriendo falta de aptitud de mujeres u hombres para alguna de ellas.
- Exista cualquier tipo de discriminación por motivo de raza, sexo o religión, o en relación a cualquier tipo de diversidad funcional.

2. Las personas físicas o jurídicas que tengan el carácter de empresa de promoción y/o construcción de obras, únicamente podrán instalar vallas para hacer publicidad de la propia actividad, siempre y cuando se hubiera obtenido la correspondiente licencia de obras y con las condiciones fijadas en el artículo 17.

3. La referida condición deberá estar acreditada ante el Ayuntamiento previamente a que se formule cualquier solicitud de colocación de “Carteleras”, “Mupis” o “Vallas publicitarias” o semejantes; a tal efecto, estará constituido en las Oficinas Municipales el oportuno Registro de Empresas Legalizadas, a base de los datos que se hayan certificado por el citado organismo.

4. Las personas físicas o jurídicas que no tengan el carácter de empresa publicitaria, en los bienes de su propiedad, únicamente podrán solicitar la instalación de publicidad para dar a conocer sus propias actividades.

5. Asimismo, podrán solicitar la instalación de publicidad que indique la venta o alquiler del lugar donde se ubique el mismo.

Art. 41. *Condicionantes de la licencia.*—1. 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.

2. 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.

3. No será transmisible la explotación de su actividad en las licencias de publicidad, sin perjuicio de la aplicación de la normativa en vigor.

Art. 42. *Publicidad con medios o elementos eléctricos o electrónicos.*—Toda actividad o instalación publicitaria que emplee medios o elementos eléctricos o electrónicos para su difusión, además de lo estipulado en esta ordenanza, deberá ajustarse a la normativa técnica que le resulte de aplicación.

Art. 43. *Conservación y mantenimiento.*—1. 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.

2. Asimismo, durante la vigencia de la licencia y, en su caso, prórrogas reconocidas, los propietarios o titulares de las instalaciones señaladas 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.

3. La compañía aseguradora emitirá certificado acreditando la existencia de la póliza de seguros a que se refiere esta ordenanza, junto con compromiso escrito del solicitante de mantener dicha cobertura durante todo el tiempo que dure la instalación publicitaria solicitada, asumiendo la responsabilidad que pueda derivarse por daños causados por la misma.

Art. 44. *Identificación de las instalaciones.*—1. 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.

2. Cuando la instalación carezca de los datos identificativos señalados en el párrafo precedente o estos 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.

## Capítulo 2

### *Documentación y procedimiento para la autorización*

Art. 45. *Requisitos para la autorización.*—1. La solicitud de licencia se formalizará en el modelo normalizado correspondiente. El peticionario de la licencia tendrá la obligación, como condición de la misma, de mantener la parcela de que se trate en las debidas condiciones de limpieza. El incumplimiento de esta obligación determinará la caducidad de la licencia.

2. La solicitud de licencia para instalaciones publicitarias deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente y referencias completas de identificación, y contendrá la siguiente documentación:

- a) Proyecto de instalación duplicado por ejemplar, suscrito por técnico competente, e integrado por:
  - Proyecto de ejecución visado 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.
  - Memoria descriptiva de la instalación que se pretende y justificativa del cumplimiento de esta ordenanza, con referencia técnica a la estructura e instalación proyectada.
  - Plano de situación a escala 1/2.000 sobre cartografía municipal o, en su defecto, plano catastral.
  - Plano de emplazamiento a escala 1/500.
  - Alineación oficial, si la instalación pretende ubicarse en un solar.
  - Planos de planta, sección y alzado a escala 1/20 y acotados, con exposición del número de carteleras a instalar y sistema de sujeción de las mismas.
  - Descripción fotográfica a color del emplazamiento en tamaño mínimo de 10 por 15 centímetros, de forma que permita su perfecta identificación.
  - Presupuesto total de la instalación.
  - 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.
- b) Estudio básico de seguridad y salud.
- c) Compromiso de dirección facultativa por técnico competente.
- d) Compromisos del solicitante de mantener la instalación en perfecto estado de seguridad, salubridad y ornato público, y de retirarla cuando cese la vigencia de la autorización solicitada y de sus posibles renovaciones.
- e) Autorización escrita del titular del inmueble sobre el que se emplace la instalación publicitaria.

3. La licencia se concederá, previo informe técnico municipal y abono de la tasa correspondiente, por Decreto de la Alcaldía o del concejal en quien delegue.

Art. 46. *Publicidad luminosas en edificios de uso no residencial.*—1. En las solicitudes de superficies publicitarias luminosas en coronación de edificios exclusivos con uso no residencial, 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, siempre

ajustándose a lo que contemple la ordenanza sobre alumbrado público respecto a lo referente a la contaminación lumínica. Su iluminación será por medios eléctricos integrados y no por proyección luminosa sobre una superficie.

2. 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.

Art. 47. 1. Corresponde, en todo caso, a los servicios competentes para la concesión de la licencia la emisión de los correspondientes informes técnicos y jurídicos.

2. Las licencias y autorizaciones que regula esta ordenanza serán tramitadas y resueltas por el concejal competente.

### Capítulo 3

#### *Plazos de vigencia*

Art. 48. Se establece que las licencias se conceden por plazo finalizando su efectividad el último día y tendrán que renovarse antes de la finalización, pues si no será entendido como ocupación indebida de espacio.

Art. 49. *Incumplimiento de las condiciones.*—Las licencias de publicidad quedarán sin efecto si se incumpliese cualquiera de las condiciones a que estuvieren subordinadas.

### Capítulo 4

#### *Régimen disciplinario*

Art. 50. *Infracciones y sanciones.*—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 o parcela 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.

Art. 51. *Procedimiento sancionador.*—Los procedimientos sancionadores se seguirán conforme a la legislación en vigor en cada momento

Art. 52. El plazo de prescripción, en su caso, de estas infracciones empezará a computarse a partir de la finalización de la actividad publicitaria ilegal.

Art. 53. *Infracciones de la presente ordenanza.*—1. Se considerarán infracciones de la presente ordenanza:

- a) La instalación de publicidad exterior sin licencia municipal.
- b) La instalación de publicidad exterior sin ajustarse a las condiciones de la licencia concedida.
- c) El mantenimiento de las instalaciones publicitarias sin las debidas condiciones de seguridad, salubridad y ornato público.
- d) El incumplimiento de las órdenes de ejecución municipales respecto a las condiciones de la instalación y de su emplazamiento.
- f) La instalación de publicidad en soportes situados en suelo de titularidad municipal, sin ser el adjudicatario del correspondiente concurso público. g) Cualquier otra vulneración de lo dispuesto en esta ordenanza.
- h) De las infracciones cometidas contra lo preceptuado en esta ordenanza, serán responsables las empresas publicitarias o la persona física o jurídica que hubieran efectuado el acto publicitario, así como el propietario del terreno en el cual se cometa o se haya cometido la infracción cuando haya tenido conocimiento de la instalación. Salvo prueba en contrario, se presumirá ese conocimiento cuando por cualquier acto haya cedido el uso del suelo al responsable directo o material de la infracción, incluida la mera tolerancia.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. En cualquier caso, podrá llevarse a cabo la retirada inmediata de cualquier instalación publicitaria cuando concurren razones de urgencia relacionadas con el medio ambiente urbano, la seguridad de la instalación y el peligro para el tráfico o las personas que aconsejen la inmediata ejecución de dicha medida. Dicha actuación material no exigirá la previa adopción de resolución alguna. Los funcionarios intervinientes levantarán acta sucinta de lo actuado y de las circunstancias concurrentes.

6. 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, para que en plazo de tres días lo retire y advirtiendo expresa de que, si no lo hace, se hará municipalmente a su costa.

6.1. 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.

Art. 54. *Retirada de instalaciones.*—Retirada de instalaciones publicitarias sin licencia o autorización municipal:

1. El Ayuntamiento requerirá a la empresa responsable de la instalación de carteleras publicitarias para que legalice en el plazo de dos meses las obras de la instalación de la valla que se encuentren instaladas sin licencia municipal, si bien, en ningún caso podrán exhibir publicidad.

2. Cuando la cartelera carezca de marca de identificación y no exhiba el número de expediente, o cuando este no se corresponda con el existente en los archivos municipales, será considerada anónima y, por tanto, carente de titular. Sin perjuicio de las sanciones que puedan corresponderle, el órgano municipal competente podrá disponer, tan pronto se tenga conocimiento de su colocación, el desmontaje de aquellas carteleras cuya instalación resulte anónima por aplicación de los párrafos anteriores de este artículo, así como la retirada de la publicidad.

3. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados anteriores, el Ayuntamiento podrá, además, incoar expediente sancionador por infracción urbanística.

4. El mismo tratamiento se dará a las instalaciones publicitarias que se coloquen en suelo de titularidad municipal por empresa distinta de la adjudicataria del correspondiente concurso público o sin licencia municipal en el supuesto previsto en la presente ordenanza, con la salvedad de que, al no ser legalizables, el plazo para proceder a su desmontaje será de diez días.

5. En caso de incumplimiento de la orden de desmontaje, los Servicios Municipales procederán a la ejecución subsidiaria a costa de los obligados, que deberán abonar los gastos de desmontaje, transporte y almacenaje, procediéndose, en su caso, contra la fianza, que será siempre a primer requerimiento e Independientemente de las sanciones a que hubiere lugar.

6. La retirada de cualquier instalación publicitaria efectuada por la Administración Municipal, en cumplimiento de los preceptos de esta ordenanza, se entenderá efectuada después de un plazo de tres días para que la retire el interesado, siempre a costa del obligado, a quien se exigirá el abono correspondiente por la vía de apremio, si fuese necesario, estimándose un coste de retirada de 2.000 euros.

## Capítulo 5

### *Infracciones y sanciones*

Art. 55. *Sanciones.*—1. De conformidad con lo dispuesto en la presente ordenanza, la cuantía de las sanciones que el Ayuntamiento podrá imponer como consecuencia del expediente de infracción mencionado en el artículo 54.3 de esta ordenanza será hasta de 3.000 euros, atendiendo a las características de los elementos publicitarios colocados, su posibilidad de legalización, la reincidencia del responsable de los mismos y demás circunstancias legalmente establecidas para graduar la responsabilidad de los ilícitos urbanísticos. Teniendo en cuenta que, en ningún caso, la comisión de la infracción pueda significar beneficio económico para el infractor.

2. Lo establecido en el punto anterior será asimismo de aplicación a los casos de instalación de soportes publicitarios en suelo de titularidad municipal, por empresa distinta de la adjudicataria Del correspondiente concurso público.

Art. 56. *Recursos*.—Contra los actos municipales de resolución de los expedientes, dictados en aplicación de lo dispuesto en esta ordenanza, podrá interponerse recurso de reposición potestativo o recurso contencioso-administrativo.

#### DISPOSICIÓN ADICIONAL

Única.—La póliza del seguro de responsabilidad civil establecida en el artículo 43 de la vigente ordenanza deberá concertarse garantizando, al menos, los siguientes importes:

- En los casos de carteleras publicitarias: 300.550 euros.
- En los casos de superficies publicitarias en coronación de edificios: 601.100 euros.
- En los casos de lonas publicitarias: 1.202.200 euros.

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.

#### DISPOSICIÓN ADICIONAL

No se aplicará la ordenanza a la publicidad en el momento de las elecciones locales, autonómica, europeas o cualquier otra convocada legalmente.

#### DISPOSICIONES DEROGATORIAS

Queda derogado todo acto o norma que contradiga la ordenanza dentro del orden competencial de ejercicio de las decisiones.

#### DISPOSICIÓN TRANSITORIA

- A) Los soportes publicitarios que se encuentren instalados y no cuenten con licencia en el momento de entrar en vigor esta ordenanza y posterior modificación tendrán de moratoria de dos años para adaptarse a los preceptos de la misma. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la presente ordenanza establece.
- B) La ordenanza no será de aplicación a quienes en el momento de entrada en vigor tuvieran licencia y mientras no se modifique la petición de licencia del interesado.

#### DISPOSICIONES FINALES

Primera.—Se elaborará un plan de ubicación y número de las mismas de instalaciones publicitarias con la audiencia de las empresas que tenga en la actualidad concedida autorizaciones o cuenten con soporte publicitario aun sin licencia para fijar el número de las mismas en todo el término.

Segunda.—La presente ordenanza entrará en vigor en los términos dispuestos en la Ley 7/85 de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local”.

Con esta publicación de la aprobación definitiva, y no habiendo habido alegaciones, la entrada en vigor de esta Ordenanza se produce en los términos de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local».

En Torrejón de Ardoz, a 7 de agosto de 2018.—El alcalde en funciones, Valeriano Díaz Baz.

(03/27.236/18)

