

VISTO:

El Expediente Interno HCD N° 1768/14 caratulado: "Proyecto de Código de Publicidad del Partido de Pinamar" y el Expediente Interno HCD N° N° 1782/14, caratulado: "Código de Publicidad"; la Ordenanza N° 3188/04 que regula el modo de publicidad en grandes dimensiones denominada gigantografía y la publicidad de tipo vallas. Asimismo, la Ordenanza N° 3308/05 amplía las zonas urbanas dentro del Partido de Pinamar en donde se autoriza la colocación de las mencionadas formas de publicidad, abarcando, de esta manera, a las zonas: lp, lov, U1p, U1ov, U2p, U2ov, y U3p.

CONSIDERANDO:

Que la debida preservación del espacio público de elementos contaminantes, obstruccionistas y visualmente agresivos resulta ser una obligación esencial del Estado municipal para una correcta planificación del desarrollo urbanístico y arquitectónico del partido de Pinamar.

Que la existencia de tales formas de publicidad mediante el uso de ciertos elementos no arquitectónicos genera un severo impacto ambiental a través de la agresiva contaminación por saturación visual, además de resultar altamente contrastante con el paisaje, el medio ambiente natural y la urbanización propia del partido de Pinamar. Siendo éstas particulares características, además, los principales recursos estéticos y turísticos que ofrece nuestra localidad.

Que el constante aumento de la actividad comercial debe generar para el Estado municipal la prioridad de su correcta regulación en cuanto a los medios y los modos de su publicidad, principalmente en el uso de los espacios públicos, de manera que ésta no menoscabe al medio ambiente ni a la urbanización planificada y arquitectónica del partido.

Que el ingreso económico que pueda generar para el Estado municipal el pago de los respectivos derechos de publicidad mediante banderas, "vallas" y "gigantografía" no puede justificar la aceptación de tal severo impacto urbanístico, arquitectónico y ambiental por contaminación visual a cambio de los ingresos públicos percibidos.

Que urbanísticamente el Partido de Pinamar debe planificar hacia el futuro un desarrollo sustentable preservando reglamentariamente sus espacios públicos y privados, sus recursos naturales y arquitectónicos, no sólo como forma de proteger y fomentar la calidad de su perfil turístico, sino, también, en pos de la calidad de vida de todos sus habitantes permanentes.

POR ELLO:

El Honorable Concejo Deliberante de Pinamar, en uso de facultades que le son propias sanciona la siguiente:

#### ORDENANZA N° 4519/14

ARTICULO 1: La presente reglamentación constituye el Código de Publicidad del Partido de Pinamar, que en lo sucesivo reglamentará todas las actividades publicitarias desarrolladas dentro del Partido de Pinamar, que no estén comprendidas en un régimen especial. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.2)

ARTICULO 2: Establézcase a la Secretaría de Gobierno como autoridad de aplicación del Código de Publicidad. El Departamento Ejecutivo tendrá la facultad de reglamentar el presente Código de Publicidad del Partido de Pinamar.

ARTICULO 3: Deróganse todas las normas anteriores a esta Ordenanza que se opongan a lo establecido en el presente Código de Publicidad. En cuanto a las Ordenanzas que no se opongan a la presente se entenderán como complementarias a ésta.

ARTICULO 4: El presente Código entrará en vigencia a partir del 1° de abril de 2015.

ARTICULO 5: Sin perjuicio de lo expresado en el Artículo 5° queda prohibido, a partir de la promulgación de la presente, la instalación de cartelería y/o toda acción publicitaria que contraríe lo establecido en la presente Ordenanza.

#### ANEXO I.

##### CAPITULO 1

De los alcances:

ARTICULO 1: Se regirá por las disposiciones de la presente ordenanza toda actividad publicitaria que se desarrolle dentro del Partido de Pinamar, manifestada por cualquiera de las formas permitidas por este cuerpo normativo.

ARTICULO 2: Queda exceptuada de la regulación del presente código la actividad publicitaria efectuada en el interior de 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; la publicidad o anuncios exteriorizados en libros, radiofonía, cinematografía, televisión y prensa gráfica, en sus diversas formas.

ARTICULO 3: La finalidad que persigue la presente norma es evitar la superpoblación y/o superposición de elementos publicitarios de manera tal que resulte eficazmente resguardado el ordenamiento físico, la estética y el paisaje natural y de los distintos ámbitos urbanos, preservando los valores culturales, patrimoniales e históricos de sus sitios y salvaguardando la seguridad y la comodidad de los ciudadanos y sus bienes. En caso de duda sobre los alcances y/o aplicación de esta norma o sus reglamentaciones, para su interpretación deberá tenerse en cuenta esta finalidad.

## CAPITULO 2

De las definiciones:

ARTICULO 4: Se considera a la actividad publicitaria como parte del ordenamiento urbano ambiental y, por ello, deberá ejercerse de estricta conformidad con lo que establece esta ordenanza, con las limitaciones del Código de Ordenamiento Urbano (COU) y las normas nacionales, provinciales y municipales complementarias vigentes.

ARTICULO 5: Defínese como actividad publicitaria urbana a toda acción tendiente a dar a conocer una labor o un producto comercial, industrial o de servicio, público o privado, realizada en la vía pública y/o en sitios de acceso o vista al público, a través de medios adecuados para el cumplimiento de esos fines.

ARTICULO 6: Se considera elemento publicitario al objeto o medio (soporte, dispositivo, módulo o similar) mediante el cual se realiza la actividad publicitaria. Los elementos publicitarios son integrados por su estructura portante accesoria, sobre o dentro del cual se expone el anuncio publicitario, siendo conceptualmente parte del paisaje arquitectónico público de la ciudad y del ambiente visual.

ARTICULO 7: Se considera anuncio publicitario a todo mensaje, leyenda, inscripción, signo o símbolo, dibujo, logotipo, isotipo, estructura representativa o emisión de sonido o imagen que pueda ser percibida en o desde la vía pública, o en los lugares de carácter público, realizado o no con fines comerciales, informativos o promocionales; como así también aquellas actividades destinadas a la difusión publicitaria en la vía pública, parques, plazas, playas, lugares de acceso público o que se proyecten hacia la vía pública o sean visibles desde ésta, tanto sea, en bienes muebles y/o inmuebles de dominio público y/o privado.

ARTICULO 8: Son considerados sujetos de la actividad publicitaria las personas físicas o jurídicas que desarrollan la actividad en el ámbito del Partido de Pinamar y se encuentren debidamente inscriptos.

Se clasifican en:

**ARTICULO 9: Anunciante:** Se considera a 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.

**ARTICULO 10: Agencia de publicidad:** Se considera a la persona 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.

**ARTICULO 11: Titular del medio de difusión:** Se considera a 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.

**ARTICULO 12: Difusor de publicidad:** Se considera a 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 este código.

**ARTICULO 13:** Los elementos publicitarios se clasifican de la siguiente forma, según su ubicación y contenido:

- a) **Aviso:** Se considera al anuncio colocado en sitio o lugar distinto al destinado para el comercio o industria que se explotan o profesión o actividad que se ejerza.
- b) **Letrero:** Se considera al anuncio colocado sobre la fachada del comercio, industria o profesión y que se refiere exclusivamente a dicha actividad.
- c) **Letrero combinado:** Se considera a aquel que además de las características de letrero, contiene en parte de su superficie un anuncio publicitario.
- d) **Letrero ocasional:** Se considera el anuncio que corresponda a remate, venta, locación de inmuebles o cambio de domicilio o sede y/o liquidación de mercaderías.

**ARTICULO 14:** Según sus características físicas:

- a) **Afiche:** Es el 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) **Volante:** Anuncio impreso para ser distribuido en mano.
- c) **Muestra:** Producto ofrecido en forma gratuita para ser distribuido en mano.
- d) **Elemento publicitario iluminado:** Es el que recibe luz artificial mediante fuente de luz exterior a éste instalada para ese fin.

- e) Elemento publicitario luminoso: Es cuando emite luz propia con instalaciones ejecutadas al efecto incluidas en el cuerpo de la pieza publicitaria.
- f) Elemento publicitario animado: Es el que produce sensación de movimiento por articulación de sus partes, o por efectos de luces.
- g) Elemento publicitario electrónico: Es el activado por dispositivo lumínico electrónico, display, monitores o paneles electrónicos, pudiendo estar constituidos por leds programables para la transmisión de mensajes.
- h) Elemento publicitario móvil: Es cuando puede trasladarse por cualquier medio.
- i) Elemento publicitario mixto: Es cuando reúne más de una de las características enunciadas en los incisos anteriores.
- j) Elemento publicitario referencial: 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.
- k) Stand: Exhibidor, vidriera o artefacto especial 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.
- l) Banderas, banner o estandartes: Elementos que contienen los anuncios pintados o impresos, colocados en mástiles u otras especies de soportes.
- m) Sombrillas, gazebos, mesas, sillas y otros elementos que contienen en cualquiera de sus partes anuncios de marcas o servicios.
- n) Espacio de proyección: soporte publicitario en los cuales el mensaje se materializa mediante la proyección, cualquiera fuera el dispositivo con el cual se proyecta.
- ñ) Totem publicitario: Consiste en un elemento arquitectónico monovolumen vertical fijado al suelo que contiene publicidad inserta en él.

ARTICULO 15: Según su emplazamiento:

- a) Frontal: Aviso o letrero adosado a la fachada y dispuesto paralelamente a la línea municipal.
- b) Saliente: Aviso o letrero dispuesto perpendicularmente u oblicuo en relación a la línea municipal o de retiro obligatorio.

- c) De medianera: Aviso dispuesto sobre la superficie exterior del edificio en el cual se emplaza.
- d) Entelado artístico: 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 similar.
- e) De marquesina publicitaria: Protección volumétrica colocada en edificaciones que avanzan hacia la vía pública, que contengan o puedan contener avisos o anuncios publicitarios.
- f) De toldo publicitario: Aviso o letrero dispuesto sobre una o más caras externas de estas estructuras que avanzan hacia la vía pública, adosadas a las edificaciones.
- g) Autoportante: Aviso o letrero que requiere de una estructura particular con base de sustentación propia ubicados sobre espacios privados.
- h) Pantalla: Es un elemento autoportante o aislado donde sólo se permite fijar un afiche.
- i) Cartelera: Es un elemento frontal sin sustentación propia donde sólo se permite fijar afiches.
- j) 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 otra instalación que facilite comodidades en el espacio público y pueda actuar como soporte de anuncios publicitarios.
- k) Mallas protectoras de obra: Imagen de la obra terminada impresa en malla o tela de protección.

#### ARTICULO 16: Según su temporalidad:

- a) Publicidad transitoria en eventos especiales: Es la publicidad que se realiza en actividades esporádicas tales como congresos, convenciones, torneos, celebraciones, exposiciones u otras, por un lapso no mayor a treinta (30) días.
- b) Publicidad política: Aquella que se realice en los días previos al acto eleccionario según las normas provinciales y nacionales que lo regulan.
- c) Publicidad temporaria: Es la publicidad que se realiza exclusivamente durante la temporada alta, desde el 1 de diciembre hasta semana santa del año siguiente.

#### CAPITULO 3

De las dimensiones, condiciones, características y formas de los elementos de publicidad.

ARTICULO 17: 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. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.3)

Elementos publicitarios frontales:

ARTICULO 18: Los elementos publicitarios frontales serán colocados paralelos a la línea municipal o de fachada y con una separación máxima de 25 cm de la misma. Deberán colocarse por encima de los 2,20 m. sobre el nivel de la acera, no pudiendo superar la altura del local habilitado, debiendo integrarse a los lineamientos de las fachadas. Por debajo de los 2,20 m. sólo se permitirán los anuncios sobre vidrieras. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.4)

ARTICULO 19: No está permitido instalar elementos publicitarios frontales sobre barandas, columnas, calados, aberturas, pérgolas, escaleras, toldos, bajo o alto relieve o cualquier elemento y/o tratamiento arquitectónico relevante que presenten las fachadas.

ARTICULO 20: Se podrán colocar anuncios publicitarios como parte integrante de una fachada, sean en bajo o alto relieve o esculpidos, a condición de que armonicen con su arquitectura y no obstaculicen la vista a un medio natural, respetando los máximos y mínimos establecidos para el elemento publicitario frontal.

ARTICULO 21: Los frontales revestirán únicamente la categoría de letrero (anuncio colocado sobre la fachada del comercio, industria o profesión y que se refiere a dicha actividad), consignándose el rubro y los datos del establecimiento. Se permitirán sponsors que acompañen dicho anuncio, debiendo ser declarados y que deberán abonar el canon de publicidad que corresponda por el mismo. La medida de la sumatoria de dichos sponsors no será mayor al 50% del tamaño del letrero. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.5)

ARTICULO 22: Elemento Publicitario Electrónico y Animado: Únicamente podrán instalarse como elementos publicitarios frontales, debiendo ser autorizados en cada caso particular por el Honorable Concejo Deliberante, previo dictamen a través del área que corresponda del Departamento Ejecutivo. En ningún caso podrán superar los tres (3) m<sup>2</sup> de superficie máxima establecida en la presente ordenanza, ni atentar contra la seguridad del tránsito vehicular y/o peatonal, provocar situaciones de riesgo, ocasionar distracción o factibilidad de accidente.

ARTICULO 23: Vidrieras: Pintados o rotulados sobre cristales: (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.6)

a) Siendo que los anuncios temporarios en interiores de los comercios o sobre la vidriera responden a la dinámica de comercialización y/o promoción propia de cada establecimiento de comercio, éstos no deberán ser declarados ante la autoridad municipal.

b) Cuando la superficie de la vidriera esté compuesta por anuncios permanentes de marcas comerciales (período igual o superior a seis meses), no podrán superar el 50% de la superficie de la misma.

c) En caso de suspender temporal o definitivamente las actividades de establecimientos comerciales, sus vidrieras deberán intervenir artísticamente de manera que se "minimice" el impacto negativo de mantener cerrado el local con el fin de mejorar su aspecto y el de la calle donde se ubican.

#### ARTICULO 24: Afiches en pantallas:

La fijación de afiches se podrá realizar solamente en los siguientes lugares:

a) Pantallas emplazadas en la vía pública. Estas últimas serán concedidas únicamente a través de los mecanismos de licitación pública conforme la normativa vigente.

#### ARTICULO 25: En vehículos de uso privado: (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.7)

a) En vehículos de promoción: La promoción de productos o servicios desde vehículos podrá realizarse bajo las siguientes condiciones, ya sea que circulen o estacionen en lugares autorizados:

b) Los vehículos decorados u ornamentados podrán desfilan en avenidas y arterias principales del partido de Pinamar siempre que no afecten la circulación de peatones o el tránsito vehicular, no pudiendo emitir sonido alguno amplificado.

c) No podrán emitirse mensajes publicitarios verbales, aunque sea en forma de cantos, ni en forma directa por amplificación.

d) Quedan incluidas en este ítem la promoción que se lleve a cabo a través de los vehículos de carga y reparto.

e) Se exceptúa del pago de canon publicitario a los vehículos que consignen sólo el rubro y los datos del establecimiento o actividad a la cual pertenecen, siempre que circulen por la vía pública de manera habitual.

#### ARTICULO 26: Transporte público de pasajeros, taxis, remises y autos rurales:

a) La utilización de los espacios publicitarios gráficos y/o de cualquier otro tipo en el transporte público de pasajeros estará sujeta a las disposiciones de este Código de Publicidad Urbana. Los concesionarios del transporte público de pasajeros deberán adecuar la publicidad existente y los vehículos cumplimentar las disposiciones de este Código bajo apercibimiento de incurrir en las sanciones que se dispongan tanto en materia publicitaria como las dispuestas en los pliegos generales, particulares y contrato de concesión.

ARTICULO 27: Las empresas concesionarias del transporte público de pasajeros y titulares de licencias, serán los responsables del pago de los Derechos por Publicidad y Propaganda que



efectuaren, tanto en el exterior como en el interior de las unidades del transporte público de pasajeros, taxis y remises.

ARTICULO 28: Se prevé la inclusión de publicidad en las piezas y componentes de los sistemas de mobiliario urbano que a futuro sean licitados en el municipio, de forma que en los pliegos licitatorios que al respecto se elaboren podrá incorporar a los elementos de tal mobiliario (módulos de espera de transporte público, cestos de residuos y contenedores para reciclajes, asientos de vía pública, contenedores de piezas de jardinería urbana o similares, etc.) mensajes de carácter publicitario siempre que sean parte integral del propio diseño y que no afecten la calidad visual y funcional de las piezas y formando parte de la ecuación de negocios de los cánones a tributar por la/s concesión/es respectiva/s.

ARTICULO 29: El Departamento Ejecutivo regulará la inclusión de publicidad en las piezas y componentes del sistema de señalética urbana, siempre que sea parte integral del propio diseño y no afecte la calidad visual y funcional de las piezas, la cual deberá ser aprobada previamente por el Honorable Concejo Deliberante. El mantenimiento de la señalética estará a cargo del adjudicatario. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.8)

ARTICULO 30: En stands o exhibidores:

a) En espacios públicos la promoción 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 ante el Departamento Ejecutivo a través del área que corresponda.

b) Deberá presentarse proyecto y planos en escala. En dichas instalaciones no podrá efectuarse venta de productos. No obstante, podrá autorizarse la entrega en mano de productos o muestras y obsequios promocionales, así como también folletos, planos y/o guías informativas de la ciudad.

ARTICULO 31: En sombrillas, gazebos y sillas: (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.9)

a) Las sombrillas, gazebos y sillas deberán contar con permiso especial de uso del espacio público otorgado por la autoridad competente.

#### CAPITULO 4

De las Prohibiciones generales:

Se prohíbe en todo el ámbito del partido de Pinamar:

ARTICULO 32: Ningún elemento de publicidad podrá distorsionar en forma alguna el entorno natural, ni afectar estéticamente el paisaje urbano.

ARTICULO 33: 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.

ARTICULO 34: Ningún elemento publicitario podrá restringir las condiciones de movilidad y circulación urbanas.

Prohibiciones específicas:

Se prohíbe en todo el ámbito del partido de Pinamar:

ARTICULO 35: Tanto en los espacios públicos como en los privados con vista al espacio público, la instalación y/o colocación de cartelería de publicidad en grandes dimensiones denominada gigantografía y toda aquella cartelería de publicidad que supere los tres (3) metros cuadrados de superficie total. Están comprendidos en esta prohibición la publicidad denominada backlights (aquella que tiene un fondo luminoso artificial) que supere los tres (3) metros cuadrados y exceptuados los casos particulares que se determinen en el presente Capítulo. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.10)

ARTICULO 36: La cartelería indicativa y/o promocional en mallas y/o vallas de obras privadas, ubicada dentro del predio privado o público, no podrá superar el ancho del terreno y su anuncio publicitario no podrá superar los cuatro (4) metros cuadrados por fachada. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.11)

ARTICULO 37: No podrá colocarse más de un cartel publicitario con vista al espacio público por fachada de predio privado, ni superar las superficies máximas autorizadas con excepción de los eventos expresamente autorizados por este Código. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.12)

ARTICULO 38: No podrán colocarse elementos publicitarios sobre azoteas y/o planta superior de inmuebles.

ARTICULO 39: La colocación y/o instalación de cualquier forma de cartelería, señalética y/o publicidad adherida sobre la fachada o el lateral de los inmuebles que se prolongue de manera perpendicular a la línea de edificación, vereda y/o calle, quedando únicamente autorizada la publicidad y/o la cartelería paralela a la línea de edificación. Excepcionalmente podrá utilizarse un (1) elemento saliente no luminoso, ni iluminado, ni electrónico por comercio, adherido a la fachada del mismo, que no supere los 0,25 metros cuadrados ni sobresalga más de 70 centímetros.

ARTICULO 40: El anuncio publicitario frontal incluidos los sponsors no podrá tener un espesor mayor a los quince (15) centímetros, no podrá ser superior al 80% del ancho del frente del comercio ni superar la altura dispuesta en el artículo 18. En ningún caso podrá tener una superficie

mayor a los cuatro (4) m2. La marquesina podrá colocarse únicamente sobre el frente particular del comercio habilitado. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.13)

ARTICULO 41: Están exceptuados de cumplir con estas exigencias los letreros indicadores de farmacias en cuanto no contengan publicidad. Se permite elemento saliente de CRUZ de hasta UN (1) metro cuadrado y 0,35 mts. de espesor, lumínica y sin intermitencia, cuya ubicación será entre los 2,20 mts. desde el nivel de la acera y no exceda la altura de la estructura edilicia del comercio, con una saliente desde la línea de edificación de hasta un (1) metro como máximo.

ARTICULO 42: La instalación y/o colocación de banderas publicitarias, estandartes y/o banners en los espacios públicos. Están exceptuados de esta prohibición los eventos transitorios y/o actividades deportivas y/o de promoción cultural, los que deberán pagar el respectivo arancel de publicidad, previa aprobación municipal, con expresa indicación del periodo de tiempo durante el cual estará autorizado a realizar dicha publicidad. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.14)

ARTICULO 43: La colocación de elementos publicitarios que obstaculicen la vista directa de la playa y/o el mar.

ARTICULO 44: La publicidad mediante medios sonoros que sean percibidos desde la vía pública, sean éstos efectuados desde un punto fijo o mediante móviles en desplazamiento, utilizando medios terrestres o aéreos o acuáticos. Esta prohibición alcanza a toda publicidad difundida con el objeto de dar a conocer un producto, evento u acción que se desarrolle o no dentro del ámbito del partido de Pinamar aunque su difusión se realice desde afuera de él, considerando responsable de dicha publicidad al producto, evento u acción publicitado, como también quienes la difundan.

ARTICULO 45: La publicidad desarrollada en los espacios públicos mediante la entrega a personas de cualquier tipo de volantes y/o folletos o, asimismo, entregar al ocupante de vehículos en circulación, aunque estén momentáneamente detenidos; la colocación compulsiva de volantes sobre vehículos estacionados en espacios públicos y la fijación compulsiva externa de obleas autoadhesivas, calcomanías u otros similares sobre vehículos estacionados en la vía pública. Asimismo, se prohíbe en todo el ámbito del partido de Pinamar los carteles publicitarios llevados o colocados sobre personas o sostenidos por ellas.

ARTICULO 46: Arrojar en la vía pública productos, muestras, obsequios promocionales, folletos y/o volantes.

ARTICULO 47: Los permisos para la instalación de elementos publicitarios, sean éstos en sitios públicos o privados, con acceso y/o vista al público, serán siempre precarios y revocables por razones de interés público, mediante acto debidamente fundado y sin derecho a indemnización alguna. En estos casos, el retiro de los elementos publicitarios podrá hacerse en forma directa por la Municipalidad a costa de los responsables y deberán reintegrarse los gravámenes pagos proporcionales al tiempo en que la publicidad dejó de realizarse.

ARTICULO 48: Queda exceptuada de la regulación de la presente ordenanza la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados y/o stands autorizados sobre el espacio

público y/o privado para actividades publicitarias y/o promocionales y/o de espectáculos, referida a productos, servicios y actividades que en los mismos se difunde u ofrece.

ARTICULO 49: No se aplicará la prohibición para la instalación de elementos publicitarios tipo salientes en los siguientes casos: farmacias, estaciones de servicio de expendio de combustibles, veterinarias, centros de salud y/o asistenciales, con exclusión de consultorios particulares. El Departamento Ejecutivo está facultado a reglamentar las condiciones en que se permitirá la instalación de los mismos.

ARTICULO 50: (Derogado por Ordenanza 4714/16 Art.1)

ARTICULO 51: Todo anuncio relativo a 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 juego compulsivo es perjudicial para la salud", o cualquier otra leyenda que establezca la legislación vigente.

ARTICULO 52: La instalación de elementos publicitarios sobre aceras, calzadas, cordones, rotondas, isletas de calles, avenidas o rutas, parques, plazas, paseos, cementerios, árboles, columnas destinadas al servicio público, señalización vertical reglamentaria histórica y turística oficial, o elementos de equipamiento urbano y demás construcciones de dominio público; con excepción de lo dispuesto por el Artículo 65. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.15)

ARTICULO 53: 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 el Departamento Ejecutivo a través del área que corresponda, el cual de ser viable será enviado para su tratamiento al Honorable Concejo Deliberante.

ARTICULO 54: 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. Tampoco aquellos que imiten o se asemejen a señalización urbana o vial u otra información prioritaria o interrumpan su visualización, especialmente los que puedan provocar confusión en el tránsito.

ARTICULO 55: Que los elementos publicitarios interrumpan el cono de visión de la bocacalle, como así el espacio comprendido desde el filo de las ochavas hasta dos (2) metros hacia el centro de la cuadra, no pudiendo los mismos ser salientes.

ARTICULO 56: La colocación de los denominados pasacalles.

ARTICULO 57: La fijación compulsiva, furtiva y sin autorización de afiches murales.

ARTICULO 58: Los anuncios publicitarios pintados en forma directa sobre la superficie de las fachadas que excedan las dimensiones autorizadas.

ARTICULO 59: La instalación de más de un elemento publicitario por fachada de local habilitado, a excepción de un elemento saliente de 0,25 metros cuadrados. En ningún caso contabilizará la vidriera del comercio. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.16)

ARTICULO 60: Cualquier tipo de elemento publicitario impreso adherido, pintado o alternativo en muros medianeros.

ARTICULO 61: (Derogado por Ordenanza 4860/16 Art.17)

ARTICULO 62: La publicidad en toldos con excepción en los baberos. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.18)

ARTICULO 63: La instalación de elementos publicitarios que contengan avisos en edificios en los que se presten servicios públicos municipales, provinciales o nacionales directamente por la Administración o a través de terceros.

ARTICULO 64: Letreros que anuncien la venta, permuta, remate o locación de inmuebles no podrán tener una superficie mayor a 1 (un) metro cuadrado.

## CAPITULO 5

De los permisos para la actividad publicitaria:

ARTICULO 65: Para efectuar publicidad en cualquiera de las formas establecidas en este ordenamiento se deberá solicitar permiso previo a la autoridad de aplicación.

Las personas físicas y/o jurídicas que deseen mejorar y preservar espacios públicos colaborando con su mantenimiento, embellecimiento y añadiendo mejoras, podrán, previa autorización del Departamento Ejecutivo, "APADRINAR" espacios públicos determinando los alcances y los costos de las reformas, mejoras y mantenimiento en un convenio labrado al efecto que deberá ser aprobado por el Honorable Concejo Deliberante. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.19)

ARTICULO 66: La reglamentación establecerá los procedimientos, presupuestos, recaudos, contenidos y condiciones para la obtención, el otorgamiento y el mantenimiento de los permisos.

ARTICULO 67: El Departamento Ejecutivo podrá denegar permisos de instalación de un elemento publicitario cuando existan razones de interés público, seguridad, salubridad o de higiene, o cuando su instalación violente lo normado en el capítulo 1, artículo 3, aunque el mismo estuviere permitido por la presente, previo dictamen fundado del órgano de aplicación.

ARTICULO 68: En los casos de nuevas habilitaciones de locales o transferencias de las mismas, en las que se pretenda conservar un elemento publicitario debidamente autorizado, se podrá autorizar la continuidad de los mismos, previo pago de las deudas fiscales y contravencionales existentes.

ARTICULO 69: El permiso se extinguirá:

- a) Por la baja solicitada por el titular del permiso.
- b) Por revocación fundada en razones de interés general, seguridad pública, salubridad pública u oportunidad y conveniencia.
- c) Por falseamiento de la declaración jurada, o alteración de la situación fáctica jurídica que se tuvo en cuenta al otorgarlo.
- d) El elemento publicitario no reúna las condiciones necesarias para su funcionalidad o la seguridad pública, por falta de mantenimiento o causas fortuitas y no se instrumenten las medidas de reparación en tiempo y forma.
- e) Incumplieren los responsables sus obligaciones tributarias derivada de la actividad publicitaria durante más de tres meses consecutivos.
- f) No acrediten los responsables el pago o la vigencia de los seguros que correspondan.
- g) No cumplan los permisionarios las obligaciones estipuladas en los respectivos instrumentos de otorgamiento de las autorizaciones.
- h) De no registrarse el pago de los derechos que correspondan por la instalación de elementos publicitarios en el plazo de cinco (5) días hábiles.

## CAPITULO 6

De las responsabilidades.

ARTICULO 70: Todos los sujetos de la actividad publicitaria serán responsables por toda violación o inobservancia a las normas relacionadas con esta actividad.

ARTICULO 71: En el caso de elementos publicitarios destinados a instalarse en inmuebles industriales, comerciales, o de servicios, es responsabilidad solidaria del titular de la habilitación y/o el titular de dominio del inmueble, tanto la gestión y obtención de los permisos pertinentes, como el cumplimiento de las especificaciones y obligaciones que regulan la publicidad.

ARTICULO 72: En los casos en que el Departamento Ejecutivo fundadamente lo determine, los permisionarios estarán obligados a contratar un seguro de responsabilidad civil, por los daños y perjuicios que pudieran ocasionar a terceros los elementos publicitarios colocados por los mismos. Este seguro deberá ser presentado para poder obtener el permiso correspondiente y la reglamentación establecerá las condiciones que deberá reunir la póliza.

ARTICULO 73: La responsabilidad comprende la obligación de conservación y mantenimiento del elemento publicitario autorizado y retiro del mismo, y su instalación en caso de cese de la actividad comercial anunciada o, cuando se haya dispuesto la revocación del permiso otorgado, dejando el espacio desocupado en perfectas condiciones.

## CAPITULO 7

### De las Sanciones

ARTICULO 74: Comprobada 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 labrará acta de constatación e intimación a la adecuación en plazo que dispondrá el Departamento Ejecutivo.

ARTICULO 75: Si la infracción no fuera susceptible de ser corregida se labrará el acta de constatación correspondiente y se dispondrá su inmediato retiro.

ARTICULO 76: En el caso de falta de pago de los derechos que correspondan por la instalación de elementos publicitarios la autoridad de aplicación deberá proceder del siguiente modo:

a) Intimará a los sujetos responsables por medio fehaciente a que en un plazo de tres (3) días hábiles regularicen la situación fiscal con el Municipio, con más las sanciones que establezca el Departamento Ejecutivo.

b) De no registrarse el pago en el tiempo indicado dará por extinto el permiso, con más las sanciones que establezca el D.E.

ARTICULO 77: En los casos de elementos publicitarios que afecten a la seguridad pública, se encuentren prohibidos por este ordenamiento, ofrezcan 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 constatación respectiva.

b) Se dispondrá su inmediato retiro preventivo, labrándose acta de decomiso, más las sanciones que establezca el Departamento Ejecutivo.

ARTICULO 78: Todos los elementos de publicidad que hayan sido retirados por el Departamento Ejecutivo quedan a disposición del propietario, pudiéndolo retirar exclusivamente después de haber normalizado la situación que genero su retiro más el pago de la multa correspondiente.

ARTICULO 79: Las infracciones a las normas establecidas en la presente ordenanza serán sancionadas con arreglo al régimen de penalidad que establece el presente ordenamiento y el Código de Faltas.

ARTICULO 80: 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:  
(Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.20)

- a) Multa establecida entre 500 a 20.000 módulos.
- b) Suspensión de registro municipal.
- c) Inhabilitación.

ARTICULO 81: La suspensión en el registro municipal implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto la pena aplicada sea cumplida.

ARTICULO 82: La inhabilitación implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto haya desaparecido la causa que lo motivó.

ARTICULO 83: 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 quedará inhabilitado para operar en el Partido de Pinamar por el término de 4 años.

## CAPITULO 8

De los registros de sujetos de la publicidad

ARTICULO 84: La autoridad de aplicación deberá llevar como mínimo los siguientes registros:

- a) De anunciantes.
- b) De agencias de publicidad.
- c) De antecedentes contravencionales de los registrados.

ARTICULO 85: El Departamento Ejecutivo reglamentará los requisitos, tasas, procedimientos y condiciones para la inscripción en tales registros y la vigencia de la inscripción.

## CAPITULO 9

De las excepciones:

ARTICULO 86: No se deberá solicitar permiso, ni dar cuenta a la Municipalidad, respecto de los siguientes elementos publicitarios y anuncios.



- a) Las placas de tamaño tipo, donde consten solamente nombre y especialidad de profesionales con título universitario o terciario.
- b) Los letreros indicadores de turnos de farmacias en cuanto no contengan publicidad.
- c) Los anuncios realizados por entidades oficiales.
- d) Los insertos en programas de espectáculos públicos y telones de salas de espectáculos públicos.
- e) La publicidad de espectáculos públicos colocados en los vestíbulos de las respectivas salas.
- f) Los letreros que indiquen el rubro del comercio, nombre de fantasía o profesión, siempre que no contengan marcas comerciales ni superen los tamaños máximos autorizados.

ARTICULO 87: No se deberá solicitar permiso respecto a los siguientes elementos publicitarios:

- a) Letreros ocasionales que anuncien venta, remate o locación de inmuebles y cambio de domicilio. En los anuncios de remates deberá signarse 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.
- b) Cuando se tratare de solicitud de publicidad para la venta o remate de inmuebles, originados en planos de subdivisión o fraccionamiento, la presentación deberá ajustarse a lo prescripto por la Ley 9078.

ARTICULO 88: Comuníquese al Departamento Ejecutivo, dése al Registro Oficial, cumplido, archive.

ANEXO II. (Acumulado según Ordenanza 4860/16 Art.1)

DE LA ADJUDICACION DE ESPACIOS PUBLICOS PARA FINES PUBLICITARIOS

ORDENANZA 4484/14 (Insistida por Ordenanza 4495/14)

ARTICULO 1: Todos los espacios públicos del Partido de Pinamar en los cuales se haya efectuado actividades publicitarias o sean solicitados por algún interesado, deberán ser mensurados, deslindados e individualizados por el Departamento Ejecutivo Municipal, de los cuales la Municipalidad deberá llevar un debido registro nomenclador individualizando a cada uno de ellos, indicando los metros cuadrados de su superficie y su ubicación, debiendo promover la difusión pública de los mismos.

Todos los espacios públicos donde se pueda efectuar actividades publicitarias deberán ser agregados al debido registro individualizando a cada uno de ellos, indicando los metros cuadrados de su superficie y su ubicación, debiendo promover la difusión pública de los mismos.

Inc. 1º) Dispóngase la autorización para la ocupación del espacio público con mesas, sillas y sombrillas con publicidad a los frentistas comerciales con habilitación gastronómica y/o Bar que abonen en tiempo y forma los valores determinados que correspondan por los artículos 152º y 178º ter del Código Tributario Ordenanza 3770/09 y modificatorias. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.21)

ARTICULO 2: Todo espacio público que no cumpla con las disposiciones del Artículo anterior no podrá ser contratado bajo ninguna forma legal por el Municipio a favor de particulares ni a organismos estatales con fines de efectuar actividades publicitarias dentro del Partido de Pinamar.

ARTICULO 3: Toda la actividad publicitaria (Con excepción de lo dispuesto por el inc. 1º) del Artículo 1), en cualquiera de sus modalidades autorizadas, que se efectúe en los espacios públicos del Partido de Pinamar, deberá ser: (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.22)

Inci 1º) Licitado públicamente por el Departamento Ejecutivo ó;

Inc 2º) Autorizado por el Honorable Concejo Deliberante mediante un proceso especial de selección de ofertas por cada espacio público y acción publicitaria; realizado y elevado por el Departamento Ejecutivo.

El Departamento Ejecutivo deberá publicar los espacios públicos susceptibles de ser contratados para la realización de acciones publicitarias; evaluará las ofertas recibidas más convenientes conforme criterios objetivos tales como: impacto ambiental, económicos, sociales, conceptuales y estéticos; y elevará en terna ó fracción menor -según la cantidad de ofertas por espacio-, junto con un informe fundado por sus áreas competentes al Honorable Concejo Deliberante para la selección final y autorización debiéndose tratar dicha cuestión en un plazo no mayor de 10 (diez) días desde la notificación del Departamento Ejecutivo al Honorable Concejo Deliberante. En el caso que el Honorable Concejo Deliberante no le de tratamiento en dicho plazo, o cuando la acción promocional debiese ejecutarse antes del plazo formal establecido para su tratamiento por el Cuerpo Legislativo, el Departamento Ejecutivo podrá contratar sobre dichos espacios seleccionando y autorizando las acciones publicitarias en los espacios determinados mediante acto administrativo fundado.

Excepcionalmente, en los casos en que el Honorable Concejo Deliberante se encuentre en receso, el Departamento Ejecutivo podrá contratar sobre dichos espacios, seleccionando y autorizando las acciones publicitarias en los espacios determinados mediante acto administrativo debidamente fundado, debiendo informar detalladamente al Honorable Concejo Deliberante de todas las actividades publicitarias y/o promocionales y la recaudación pública por cada una de ellas efectuadas durante el receso. Esta obligación del Departamento Ejecutivo deberá cumplimentarse

dentro de su obligación de Rendición de Cuentas anualmente, establecido en el Artículo 165 de la Ley Orgánica de las Municipalidades.

ARTICULO 4: El plazo de vigencia de dichas licitaciones no podrá ser superior a los dos (2) años. En el caso de buen cumplimiento del licitatorio este tendrá derecho de preferencia ante un nuevo llamado a licitación, pudiendo igualar la mejor oferta para resultar adjudicatario, siempre y cuando la diferencia en las ofertas sea menor o igual al 10% (diez por ciento).

ARTICULO 5: No podrán participar de la actividad publicitaria referida en la presente Ordenanza para hacer uso de espacios públicos aquellas personas físicas y/o jurídicas que mantengan deuda con la Municipalidad de Pinamar. No se autorizará publicidad en cualquiera de sus modalidades en parcelas privadas que posean deuda con la Municipalidad. El plan de pago de deudas publicitarias al que pueda adherir el contribuyente no lo habilita a participar de estas licitaciones públicas o contrataciones directas hasta tanto se haga efectiva la acreditación de la cancelación total de la deuda municipal. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.23)

ARTICULO 6: El Departamento Ejecutivo deberá licitar los espacios públicos con anterioridad al 1° de diciembre de cada año, debiendo disponer su publicación en, al menos, un medio de comunicación gráfico nacional y en medios de locales, debiendo indicar su ubicación, la extensión de su superficie, su precio base, la fecha y lugar en dónde se desarrollará la licitación pública. Dicha publicación deberá efectuarse como mínimo un (1) mes antes de realizarse la licitación pública. En los casos que el Estado Nacional, Provincial o Personas Jurídicas sin fines de lucro soliciten espacios públicos para publicidad se podrá contratar en forma directa con aprobación del Concejo Deliberante.

ARTICULO 7: En ningún caso el adjudicatario podrá ejercer una actividad publicitaria sin previamente haber hecho efectivo el pago total correspondiente.

ARTICULO 8: El Departamento Ejecutivo deberá dividir en distintos sectores de espacio público, los que se licitarán individualmente por separado cada uno de ellos.

ARTICULO 9: La recaudación producto de las licitaciones de espacios públicos estará afectada en un 30% (treinta por ciento) a la difusión turística institucional del Partido de Pinamar en medios nacionales de difusión.

ARTICULO 10: Quien resulte adjudicatario en la licitación efectuada no podrá ceder, ni transferir bajo ningún concepto a un tercero el espacio público adquirido, siendo causal inmediata de rescisión de contrato infringir dicha prohibición, con más las sanciones que el Departamento Ejecutivo establezca. (Derogado por Ordenanza 4860/16 Art.24)

ARTICULO 11: El Departamento Ejecutivo deberá exigir a quien resulte adjudicatario un seguro de caución real equivalente al 30% (treinta por ciento) del valor pagado en la licitación ganada, debiéndosele restituir, si correspondiere, una vez finalizado el plazo de vigencia de la licitación.

ARTICULO 12: Queda a cargo exclusivo del concesionario el pago de la energía eléctrica, como de cualquier otro servicio público, que demande su acción publicitaria desplegada.

ARTICULO 13: En los casos de licitación de carteleras públicas, con o sin iluminación propia, el Departamento Ejecutivo deberá reservar un (1) elemento publicitario cada cinco (5) a cargo del adjudicatario para difusión de actividades de interés general promocionadas por la Municipalidad de Pinamar, de manera de garantizar una justa y homogénea distribución de los elementos publicitarios de interés general en todo el Partido de Pinamar.

ARTICULO 14: Espacios Flotantes: Los espacios denominados flotantes consisten en una ficción jurídica creada al efecto de la licitación pública proveniente del Decreto N° 2247/15. Los espacios flotantes -determinados únicamente por el Artículo 31, Inciso 31/35 del Pliego de Bases y Condiciones proveniente del Decreto N° 2247/15 - son polígonos con un área determinada en 50 y 100 m<sup>2</sup> divisibles, que representan en la ubicación geográfica en la que se emplazan (luego de su aprobación por la autoridad competente) un espacio público. Como es característica común de los espacios públicos licitados, los Espacios Flotantes pueden utilizarse para realizar los tipos de acciones publicitarias determinados por este Código y sujetos a la reglamentación para su ejercicio que determina el Código de Publicidad del Partido de Pinamar.

Los Espacios Flotantes adjudicados por la Licitación proveniente del Decreto N° 2247/15:

Inc. 1) Deberán solicitarse para su materialización en la Secretaría de Hacienda y Desarrollo Económico y será requisito imprescindible para las acciones que en estos se pretenda establecer, la aprobación del Departamento Ejecutivo por el órgano que corresponda.

Inc. 2) Podrán dividirse hasta en 5 partes irregulares los espacios flotantes de 50 m<sup>2</sup> y hasta 10 m<sup>2</sup> los espacios de 100 m<sup>2</sup>.

Inc. 3) Podrán utilizarse para realizar las acciones que contengan los elementos publicitarios determinados por el Artículo N° 14 incisos j), k) y ñ) y Artículo 16 inciso a); de la Ordenanza N° 4519/14 respetando las limitaciones que el Código de Publicidad del Partido de Pinamar establece. (Modificado por Ordenanza 4860/16 Art.25)

ARTICULO 15: Comuníquese al Departamento Ejecutivo, dése al Registro Oficial, cumplido, archívese.