

ORDENANZA N° 901-CM-98

DESCRIPCION SINTETICA: Reglamentación para Publicitar en el Ejido Municipal de San Carlos de Bariloche.

ANTECEDENTES

**La Ordenanza 107-I-80, Ordenanza 143-I-83, Ordenanza 45-C-86, Ordenanza 144-C-88, Ordenanza 431-CM-90, Ordenanza 394-CM-94, Ordenanza 312-CM-89. Modificado por art. 2° de la Ordenanza 966-CM-99**

FUNDAMENTOS

Las problemáticas de nuestra región donde su base económica es la actividad turística y en el caso particular de nuestra ciudad, es sin duda el impacto visual generado por la falta de orden y criterio urbano de la publicidad.

La cartelería, es de un tiempo a esta parte, una de las problemáticas urbanas que más señala la comunidad barilochense y el turista en particular, como lo demuestra el trabajo de medición realizado que acompaña a esta Ordenanza.

Es necesario dar orden, escala, evitar la apropiación del Espacio Público, generar síntesis entre Arquitectura y Publicidad.

Es necesario dosificar y limitar la publicidad según nuestras características urbanas contribuyendo en forma colectiva a erradicar el mal gusto, falta de criterios estéticos.

Es necesario revalorizar el mensaje de la señalización vial y turística evitando la invasión de los Espacios Públicos.

Es necesario que la actividad se desarrolle en equilibrio entre quienes necesitan publicitar la actividad comercial y nuestra comunidad.

Es necesario buscar soluciones a esta problemática entendiendo que las mismas no deben surgir por imitación o por la diferenciación de ejemplos de otras ciudades, y contribuyendo a la identidad de una ciudad entendiendo el rol que le compete dentro de la región como Centro Turístico y Prestadora Regional de Servicios.

AUTOR: Intendente Municipal de San Carlos de Bariloche, Sr. César Miguel.

COLABORADORES: Secretario de Obras y Servicios Públicos Arq. Raúl Ferrari; Subsecretario de Planeamiento y Desarrollo Ambiental, Arq. Enrique Gonzalez Vendrell; Director de Planeamiento, Arq. Rubén Mandrini y Arq. Ricardo Raúl Conconi.

El proyecto original N° 272/96, con las modificaciones introducidas, fue aprobado en la sesión del día 22 de octubre de 1998, según consta en Acta N° 705/98. Por ello, en ejercicio de las atribuciones que le otorga el artículo 17° de la Carta Orgánica Municipal

EL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN CARLOS DE BARILOCHE  
SANCIONA CON CARACTER DE  
ORDENANZA

**Art. 1°) "Se derogan las Ordenanzas 107-I-80, Ordenanza 45-C-86, Ordenanza 144-C-88, Ordenanza 394-CM-94, Ordenanza 312-CM-89". Modificado por art. 1° de la Ordenanza 966-CM-99**

Art. 2°) Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Tómese razón. Cumplido, archívese.

# REGLAMENTO para PUBLICITAR en el Ejido municipal de San Carlos de Bariloche

## CAPITULO I

### **Alcances y Definiciones**

Art 1.1. Se considera Anuncio publicitario a toda leyenda, inscripción, signo, símbolo, dibujo, estructura representativa o emisión de onda sonora, láser, que pueden ser percibidos en, o desde la vía pública o en los lugares que reciben concurso público, realizado o no con fines comerciales ó publicitarios.

Queda exceptuada del presente Reglamento, la actividad publicitaria exteriorizada en libros, radiofonía, cinematografía, televisión y prensa gráfica en sus diversas formas.

Art 1.2. Los sujetos de la actividad publicitaria son:

1.2.1. El Anunciante: es toda persona física o jurídica, que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realiza con o sin intervención de una o algunos de los tratantes sujetos de la actividad publicitaria, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.

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

1.2.3. El Industrial publicitario: es toda persona física que elabora, produce, fabrica, ejecuta, o de cualquier otra manera realiza los elementos materiales utilizados en la actividad publicitaria.

1.2.4 El Medio publicitario: es todo ente físico o jurídico, que desarrolle la actividad cuyo objeto es la difusión de cualquier mensaje publicitario, ya sea en forma exclusiva o junto con otras manifestaciones.

1.2.5. El Instalador es aquella persona física o jurídica responsable de la construcción y/o instalación de las estructuras de sostén y/o cuerpo de los anuncios propiamente dichos y de toda la instalación de servicios que les correspondan.

A estos efectos deberá estar matriculado en Consejo Profesional de Ingeniería y Agrimensura de la Provincia de Río Negro (Ley 442) y/o Colegio de Arquitectos de Río Negro (Ley 2176), o presentar la firma de un Representante Técnico con la misma matriculación.

**Art. 1.3** Clasificación de los Anuncios

1.3.1 Según su Permanencia

1.3.1.1 Permanentes:

Aquellos que están destinados a permanecer en su ubicación por tiempo ilimitado.

1.3.1.2. Transitorios:

Aquellos que están destinados a permanecer un período de tiempo preestablecido menor de 3 meses.

1.3.1.3. Ocasionales:  
Aquellos que están destinados a permanecer menos de 1 mes.

1.3.2. Según su Ubicación

1.3.2.1. En el Ejido  
1.3.2.1.1. Urbano  
1.3.2.1.2. Suburbano  
1.3.2.1.3. Arterias  
1.3.2.1.4. Centros de Servicio

1.3.2.2. Referida a Locales o Predios Propios o Ajenos a la Actividad.

1.3.2.2.1. Letrero

Es el anuncio colocado en el mismo predio o local de comercio, industria, actividad o profesión que se refiere exclusivamente a la actividad que se desarrolla en el mismo.

1.3.2.2.2. Aviso

Es el anuncio colocado en sitio o local diferente de aquel en que se desarrolla la actividad o profesión a la que se refiere.

1.3.2.2.3. Combinado

Es aquel que afecta como aviso un 30% de su superficie.

1.3.3. Según sus características físicas.

1.3.3.1. Afiche:

Es el anuncio pintado o impreso en papel para ser fijado en lugares permitidos, pantallas y carteleras instaladas a ese efecto.

1.3.3.2. Autoadhesivo:

Es el anuncio impreso sobre material con dispositivo adhesivo, para ser fijado en objetos de equipamiento urbano o vehículos que están en ámbito público y semipúblico.

1.3.3.3. Estructura Representativa:

Es el anuncio que no posee las formas geométricas comunes, consistente en un esqueleto o armazón recubierto o no de cualquier material, simple, luminoso, iluminado o animado, con inscripciones o figuras publicitarias.

1.3.3.4. Exhibidor:

Es el artefacto especial que incluye leyendas publicitarias desplegadas o no, de formas diversas, que contiene o no mercadería, para colocar en vidrieras, mostradores, etc.

1.3.3.5. Iluminado:

Es el anuncio que recibe iluminación artificial mediante fuente exterior instalada para ese fin.

1.3.3.6. Luminoso:

Es el que emite luz propia con instalaciones ejecutadas para ese fin en su interior y no visibles.

1.3.3.7. Animado:

Es el que produce sensaciones de movimiento por articulación de sus partes o por efecto de luces y/o viento.

1.3.3.8. Sonoro:

Es aquel que se realiza mediante la voz humana, u otros sonidos audibles reproducidos o amplificadas por medio de equipos de audio.

1.3.3.9. Móvil:

Es todo aquel que puede ser traslado utilizando para ello personas, animales o algún medio vehicular.

- 1.3.3.10.           Aéreos:  
Son los que se realizan usando aviones u otros medios análogos (volantes, o sonoros).
- 1.3.3.11.           Simple:  
Es aquel que no posee las características de los mencionados en: 1.3.3.3.; 1.3.3.4.; 1.3.3.5.; 1.3.3.6; 1.3.3.7; 1.3.3.8. y 1.3.3.12.
- 1.3.3.11.1. Volantes.  
Es el anuncio impreso en papel en el que se emite una comunicación o aviso.
- 1.3.3.12.           Mixto:  
Es el que reúne m s de una de las características enunciadas en los incisos 1.3.3.3. hasta 1.3.3.11.
- 1.4. Son Elementos Publicitarios
- 1.4.1.           Cartelera o pantalla  
Entendiéndose por tal a todo elemento destinado a la fijación de afiches.
- 1.4.2.           Estructura de sostén:  
Son las instalaciones portantes de los anuncios.  
Según la dimensión del anuncio o su envergadura, la estructura de sostén requerir o no el cálculo de resistencia. En caso de requerir cálculo de resistencia, el plano respectivo deberá ser firmado por un Instalador o su Representante Técnico. En todos los casos la estructura portante del anuncio tendrá el color dominante del entorno inmediato.
- 1.4.3.           Instalaciones Especiales  
Son los servicios que hacen al funcionamiento de las partes del anuncio, electricidad, sistemas mecánicos, fluidos, etc. necesarios al fin específico del mismo.

## **CAPITULO II**

**Art. 2.1** Los Requisitos para Anunciar son:

Las agencias de publicidad interesadas en la colocación de anuncios a que se refiere el presente Reglamento, deberán quedar inscriptos en el Registro de Publicidad. Queda exento de este requisito el anunciante de sus propios productos o servicios.

2.2. La Dirección de Inspección General requerir la firma de un Instalador o Responsable Técnico en los casos en que por las características del soporte del anuncio así lo requiera. En particular anuncios que:

a) Avancen m s de 0,10 m. de la Línea Municipal hacia la vía pública.

b) Esté comprendido por los Art. 1.3.3.2.; 1.3.3.3.; 1.3.3.4.; 1.3.3.5; 1.3.3.6; y 1.3.3.8. con más de 4m<sup>2</sup> y/o 10 Kg. de peso.

A estos efectos la Dirección de Inspección General requerir la documentación aprobada que la Dirección de Obras Particulares solicite al respecto.

2.3. Todo anuncio publicitario, con excepción de lo pautado en el Capítulo VII (Casos Especiales), queda sujeto al otorgamiento del permiso de la autoridad municipal y condicionado a las disposiciones del presente Reglamento.

Concedido ese permiso, en el anuncio se imprimir o pintar en lugar visible el número del permiso respectivo.

2.4. El otorgamiento del permiso lleva implícita la responsabilidad del anunciante y demás sujetos publicitarios intervinientes, en todo cuanto atañe al cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento.

2.5. El Registro de la Publicidad ser llevado por la Dirección de Inspección General.

2.6. Se otorgará una matrícula al solicitante, quien abonará por ella y por una sola vez en concepto de inscripción los derechos que fija la Ordenanza Fiscal y Tarifaria respectiva. La inscripción otorga al matriculado personería para tramitar permisos para anuncios.

2.7. A la solicitud de inscripción en el Registro de Publicidad el interesado agregar copia de su matrícula de comerciante, legalizada, con indicaciones de vigencia debidamente autenticados, y asimismo, exhibir constancia de inscripción en el Registro de Actividad Lucrativa.

2.8. La tasa que se hubiera abonado por matrícula es independiente del cumplimiento del pago de las cantidades fijadas por la Ordenanza Tarifaria en concepto de tasas retribuidas de servicios o impuestos a las Actividades Lucrativas.

2.9. Cuando el matriculado cambie de domicilio deberá comunicarlo al Registro de Publicidad personalmente, por telegrama colacionado o por carta certificada, dentro de los cinco (5) días de verificado el cambio.

2.10. El Registro de Publicidad tendrá legajos individuales por matriculado donde se anotar n los anuncios en que interviene el matriculado y las resoluciones relativas a sus actuaciones.

2.11. La solicitud de permiso deberá especificar

- a) Tipo de anuncio.
- b) Lugar, ubicación.

Para el caso de material fotográfico publicitario de espectáculos públicos bastar la sola mención de "..., en salas de espectáculos públicos..." . Para el caso de afiches se indicar solamente " ... para su fijación en los lugares permitidos."

c) Características esenciales, dimensiones, detalle del material empleado, forma del anuncio.

2.12. Cuando se tramite simultáneamente más de un permiso para un mismo anuncio simple, (ubicaciones distintas de un motivo publicitario), bastará una sola solicitud para todas las ubicaciones.

Cada solicitud incluir la nómina de las mencionadas ubicaciones en listas por triplicado.

En los casos de anuncios en telones de salas de espectáculos públicos y para la publicidad comercial colocada en carteleras de esas salas, aunque sean distintos los motivos publicitarios, también será de aplicación la norma precedente.

2.13. La solicitud para gestionar un permiso de anuncio debe ser acompañado por los siguientes documentos sin perjuicios de los exigidos por las disposiciones que reglan la tramitación municipal.

A) Documento que acredite posesión, dominio o autorización sobre el lugar del emplazamiento o acto publicitario según corresponda.

- Autorización del anunciante.
- Autorización del propietario.
- Contrato de locación.
- Documento Dominial.

B) Para los anuncios simples, ocasionales, material fotográfico de espectáculos públicos, etc., la solicitud deberá acompañar tres (3) copias con fondo blanco del boceto, dibujo o facsímil, fotocopia o fotomontaje del motivo

publicitario, su aprobación estar a cargo de la Dirección de Inspección General.

C) Para los anuncios luminiscentes de bajo voltaje bastarán tres (3) copias heliográficas del plano del objeto a instalar, requiriéndose la firma del instalador, su aprobación estar a cargo del Departamento de Obras Particulares.

D) Para los anuncios que demanden estructura especial de sostén, instalaciones mecánicas, eléctricas u otras se exigirá plano y cuatro (4) copias heliográficas de acuerdo a las normas contenidas en el Código de Edificación. El plano respectivo deberá ser firmado por el instalador y su aprobación estar a cargo del Departamento de Obras Particulares.

2.14. Cuando se trate de anuncios ocasionales, o simples cuya superficie no exceda los dos metros cuadrados (2 m<sup>2</sup>.) y los documentos del proyecto satisfagan las disposiciones en vigencia, la correspondiente repartición municipal los aprobará dentro del plazo máximo de cinco (5) días.

Para los anuncios simples de espectáculos públicos, afiches y fotografías el plazo para la aprobación correspondiente será de cinco (5) días. Los plazos antes fijados se interrumpen, cuando haya necesidad de documentación complementaria, hasta la fecha de su agregación.

2.15. Duración de los permisos:

Los permisos se considerarán concedidos en la fecha de entrega de los documentos aprobados y tendrán una duración que no excederá de:

Un (1) año para los Permanentes.

Tres (3) meses para los Transitorios.

Un (1) mes para los Ocasionales.

Plazo que podrá ser renovado si se solicitare con una antelación no inferior a los treinta días (30) anteriores al vencimiento, siempre que el anuncio cumplimente la normativa vigente al momento de la renovación.

2.16. El permiso concedido caducará de pleno derecho, por el mero transcurso del tiempo, cuando los anuncios publicitarios no se coloquen dentro del plazo de noventa (90) días corridos del otorgamiento.

2.17. Los anuncios así como sus estructuras portantes deberán ser retirados en su totalidad en un tiempo no mayor de veinte (20) días, una vez que halla caducado el período por el cual fueron habilitados.

Cuando los anuncios no se ajusten a las condiciones de su autorización o no se hallen en buen estado de conservación, se procederá de acuerdo con lo previsto en el Capítulo XI - "De los procedimientos y penalidades".

### CAPITULO III

#### **Tramitación**

Art. 3.1. Toda solicitud o nota de comunicación relacionada con afiches, fotografías, publicidad comercial en programas de espectáculos públicos, volantes para interior de locales, muestras gratis, exhibidores será presentada ante la Dirección de Inspección General.

Art. 3.2. La Dirección de Inspección General queda facultada para la tramitación directa de todo anuncio que no implique complejidad constructiva en su instalación. Caso contrario, derivar el expediente al Departamento de Obras Particulares, para su aprobación.

Art. 3.3. Las solicitudes para la obtención de permisos anuncios simples y/o anuncios luminosos o iluminados, colocación de chapas, carteleras, estructuras portantes, etc., serán presentadas en la Mesa de Entradas, la que remitirá las mismas a la Dirección de Inspección General.

La Dirección de Inspección General, comunicará mensualmente al organismo municipal, Secretaría de Obras y Servicios Públicos, la nómina de permisos otorgados que se refieren a los anuncios salientes que ocupen la vía pública previstos en la Ordenanza Tarifaria.

#### CAPITULO IV

#### **Disposiciones Generales**

Art. 4.1. Un anuncio que por su ubicación, magnitud, características o estructura pueda afectar desde el punto de vista técnico-urbanístico lugares aledaños a fuentes, estatuas, monumentos públicos, plazoletas, plazas, parques, paseos públicos, casas y sitios que formen parte del Patrimonio Histórico, Arquitectónico y Urbano de la ciudad, vistas panorámicas y lugares de valor paisajístico, tendrán un tratamiento especial y tomará intervención la Subsecretaría de Desarrollo Ambiental, y si corresponde la Comisión Municipal de Patrimonio, Histórico Arquitectónico y Urbano.

Art. 4.2. La superficie de un anuncio se mide por el área plana del polígono que lo circunscribe, pasando por los puntos extremos. El marco forma parte del polígono, no así el pedestal y la estructura portante.

La liquidación de los derechos se practicará por metro cuadrado (m<sup>2</sup>), toda fracción de m<sup>2</sup>. equivaldrá a un metro cuadrado (1 m<sup>2</sup>).

Art 4.3. En un edificio se puede colocar anuncios siempre que armonicen con su arquitectura, no cubran total o parcialmente vanos y tengan aprobados las estructuras resistentes o instalaciones, además cumplir en las siguientes condiciones:

- a) No se rebasarán los perfiles edificados.
- b) No se colocarán en techos inclinados, ni sobre las cumbreras.
- c) No se colocarán en muros divisorios pintados ó adosados a los mismos

a excepción de los proyectados por medio de diapositivas, películas o sistema similar.

Art 4.4. Edificios Colectivos

Se permite la colocación de anuncios siempre que se cumpla, además de las disposiciones que anteceden lo siguiente:

a) El anuncio deberá corresponder o relacionarse con alguno de los ocupantes del edificio, ya sea una persona jurídica, una entidad comercial o industrial o un inquilino debidamente autorizado.

En casos de edificios regidos por la Ley de Propiedad Horizontal, para permitir la colocación de anuncios deberá existir expresa constancia en el respectivo Reglamento de Copropiedad.

b) El edificio no deberá ser destinado exclusivamente a vivienda.

c) El anuncio solo podrá contener el logotipo y/o la denominación de la firma anunciante con su tipo de letra característica, no permitiéndose el agregado de otras leyendas o dibujos alusivos al producto que anuncia.

d) Cuando sea iluminado, deberá ser con luz fija y contemplar la proyección de luz sobre el cartel sin deslumbrar. El cálculo hecho por el instalador interviniente será aprobado por el Departamento de Obras Particulares.

Art 4.5. En el interior de un cine, teatro o auditorio, sólo se permiten anuncios desde el telón de boca del escenario hasta el telón del fondo del mismo, en los vestíbulos y salones de descanso.

En el interior de las galerías comerciales, la altura mínima medida desde el solado hasta la base del cartel no ser menor a 2,30 mts.

#### Art 4.6. Concurso

Una vez al año, se realizará un concurso de creatividad entre los carteles publicitarios que se hubieren habilitado en el marco de la presente Ordenanza, en el que se premiará a aquel que se considere el mejor con la eximición del pago del Derecho de Publicidad y Propaganda establecido en el Capítulo V de la Ordenanza Tarifaria por el término de dos (2) años.

El jurado estará compuesto por un representante del Departamento Ejecutivo Municipal, uno de la Cámara de Comercio e Industria, uno de la Cámara de Turismo, uno del Colegio de Arquitectos y uno por parte de las Agencias de Publicidad habilitadas en la ciudad.

El jurado será convocado por el Intendente Municipal y previo a la realización del concurso, fijara los criterios y par metros a evaluar y las categorías y/o elementos que se juzguen mediante resolución municipal, quedando facultados por la presente para la determinación del Reglamento pertinente, como así también cualquier otra medida complementaria que resultara necesaria para el logro del objetivo señalado en el marco de mayor transparencia y ecuanimidad.

#### Art 4.7. En Recovas

b) No podrán colocarse anuncios en el exterior de las mismas ni utilizar sus elementos estructurales como apoyo.

a) Los anuncios en las recovas podrán fijarse de la parte superior del letrero.

Los mismos deberán dejar una luz libre medida entre solado y base de anuncio de 2,50 mts.

#### Art 4.8. Tarjetas de Crédito

Los avisos de las tarjetas de crédito con que opere el comercio, deberán formar parte del letrero dentro de la superficie del 30% fijado para Anuncio Combinado, y tributar n como letrero.

Art 4.9. Los Carteles, Avisos o Anuncios Combinados que deban adosarse en casas o poblados históricos, serán de madera o hierro forjado, combinado con otro material en un 30 %.

Se permitir la colocación de Letreros en los frentes de recovas siempre que respondan a las siguientes condiciones:

- 1) Distancia mínima a la base del cartel 2,15 desde el nivel de vereda.
- 2) Serán fijados desde la parte inferior de la viga. (conforme al gráfico)
- 3) Material utilizado madera, hierro forjado ó combinados con tratamiento superficial que no altere su aspecto natural.
- 4) Ancho m x. 1,00 m.
- 5) Alto m x. 0,35 m.

#### **Zona B**

Art. 5.2. Se autoriza a colocar anuncios, de acuerdo a los tipos que se determinan en el presente Reglamento, en los siguientes lugares o modalidades que se indican:

Pueden colocarse:

- 1) Letreros, y Anuncios Combinados.
  - a) Frontales y/o Perpendiculares luminosos o iluminados.
  - b) Doble faz, iluminados o luminosos con publicidad afín al comercio.
  - c) Pintados.

2) Madera, chapa calada con material traslúcido tomado por dentro, hierro forjado o combinados con acrílico o similar en un 30 %.

El Anuncio en madera deberá ser tratado mediante hachuelado, tallado, recortado, calado, tarugado siendo estas las alternativas, no descartando otras técnicas artesanales.

3) Los anuncios permitidos por este reglamento no pueden rebasar la línea municipal con las siguientes limitaciones.

El Anuncio Combinado ser afectado como Aviso hasta un 40 % de su superficie.

No se puede publicitar en las paredes.

Se autorizarán Anuncios pintados ó autoadhesivos en locales comerciales cuando estos se ubiquen en vidrieras ó puertas vidriadas de acceso.

La superficie de este tipo de anuncio no deberá exceder el 30 % de la superficie de puerta ó vidrieras.

Cantidad de Anuncios

La cantidad de Anuncios para esta zona es de dos (2) como máximo por predio.

Si la parcela posee un solo local comercial en Planta Baja se podrá colocar dos (2) anuncios.

Si la parcela posee m s de un local comercial en Planta Baja, se permitir uno por cada comercio.

En los casos en que exista marquesina se podrá publicitar en el plano paralelo a la L.M., si existe para las mismas un tratamiento general.

Se autorizarán como máximo un anuncio de 1,20 m. de alto por 2,50 de ancho, o la variante de dos Anuncios con una superficie máxima de 1,00 m<sup>2</sup> c/u.

### **Zona C (Arterias)**

Art. 5.3. Se autoriza a colocar anuncios, de acuerdo a los tipos que se determinan en el presente Reglamento, en los siguientes lugares o modalidades que se indican:

En Red Primaria de Movilidad: Av. E. Bustillo - Av. de los Pioneros, a Catedral, a Aeropuerto, Cto. Chico, Ruta 258, Ruta 237 y By Pass 237- 258.

Pueden colocarse:

1) Letreros, y Anuncios Combinados.

a) Frontales y/o Perpendiculares luminosos o iluminados

b) Doble faz, iluminados o luminosos con publicidad afín al comercio.

c) Pintados.

2) Madera, chapa calada con material traslúcido tomado por dentro, hierro forjado o combinados con acrílico o similar en un 30 %.

El Anuncio en madera deberá ser tratado mediante hachuelado, tallado, recortado, calado, tarugado siendo estas las alternativas, no descartando otras técnicas artesanales.

3) Los anuncios permitidos por este reglamento no pueden rebasar la línea municipal con las siguientes limitaciones.

El Anuncio Combinado será afectado con Aviso hasta un 40 % de su superficie.

No se puede publicitar en las paredes.

Se autorizarán anuncios pintados o autoadhesivos en locales comerciales cuando estos se ubiquen en vidrieras ó puertas vidriadas de acceso.

La superficie de este tipo de anuncio no deberá exceder el 30 % de la superficie de puertas o vidrieras.

En ningún caso podrán sobrepasar la altura de las construcciones existentes aprobadas con una superficie no mayor de 6 m<sup>2</sup>.

Cantidad de Anuncios

La cantidad de Anuncios para esta zona es de dos (2) como máximo por predio.

Si la parcela posee un solo local comercial en Planta Baja se podrán colocar dos (2) anuncios.

Si la parcela posee más de un local comercial, se permitirá uno por cada comercio.

En los casos en que exista marquesina se podrá publicitar en el plano paralelo a la L.M., si existe para las mismas un tratamiento general.

Se autorizarán como máximo un anuncio de 1,20 m. de alto por 2,50 de ancho, o uno de 2,00 m. de alto por 3,00 m. de ancho, o variante de dos anuncios con una superficie máxima de 1,00 m<sup>2</sup>.

Art. 5.4. Los establecimientos cuya propiedad no linde con las arterias enunciadas en el Art. 5.3., pero que por su ubicación el acceso sea desde alguna de ellas, podrán anunciar en la intersección de la Ruta y la calle de acceso, sujetos a la normativa que establezca el Municipio para regular la promoción en los Espacios Públicos.

Art. 5.5. Se prohíbe la colocación de avisos en lotes entre la ruta a LLao LLao y el Lago Nahuel Huapi.

No se permite anunciar en lotes no edificados excepto los de venta inmobiliaria de dichos terrenos, conforme a lo normado en el Art. 10.1.

#### **Zona D (Centros de Servicio)**

Centros de Servicio y Sectores Comerciales:

Son aquellos que han sido definidos como tales en la Ordenanza 767-CM-97 Art. 5.6. Se autoriza a colocar anuncios, de acuerdo a los tipos que se determinan en el presente Reglamento, en los siguientes lugares o modalidades que se indican:

En Red Primaria de Movilidad: Av. E.Bustillo - Av. de los Pioneros, a Catedral, a Aeropuerto, Cto. Chico, Ruta 258, Ruta 237 y By Pass 237- 258.

Pueden colocarse:

- 1) Letreros, y Anuncios Combinados.
  - a) Frontales y/o perpendiculares luminosos o iluminados.
  - b) Doble faz, iluminados o luminosos con publicidad afín al comercio.
- c) Pintados.

2) Madera, chapa calada con material traslúcido tomado por dentro, hierro forjado o combinados con acrílico o similar en un 30 %.

El anuncio en madera deberá ser tratado mediante hachuelado, tallado, recortado, calado, tarugado siendo estas las alternativas, no descartando otras técnicas artesanales.

3) Los anuncios permitidos por este reglamento no pueden rebasar la línea municipal con las siguientes limitaciones.

El Anuncio Combinado ser afectado como Aviso hasta un 40 % de su superficie.

No se puede publicitar en las paredes.

Se autorizarán anuncios pintados ó autoadhesivos en locales comerciales cuando estos se ubiquen en vidrieras ó puertas vidriadas de acceso.

La superficie de este tipo de anuncio no deberá exceder el 30 % de la superficie de puerta ó vidrieras.

En ningún caso podrán sobrepasar la altura de las construcciones existentes aprobadas con una superficie no mayor de 6 m<sup>2</sup>.

#### **Cantidad de Anuncios**

Los anuncios combinados tendrán como aviso un 40% de participación.

Se permitirán tres (3) anuncios por comercio, no pudiendo superar en esta cantidad un aviso por comercio (letrero, aviso, anuncio combinado).

En caso de más de un local comercial se permitirán dos (2) anuncios como máximo

Combinados de la siguiente manera:

Se autorizarán como máximo un Anuncio de 1,20 m. de alto por 2,50 de ancho, o uno de 2,00 m. de alto por 3,00 m. de ancho, o variante de tres (3) anuncios con una superficie máxima de 1,00 m<sup>2</sup>.

En los casos en que exista marquesina se podrá publicitar en el plano paralelo a la

L.M., si existe para las mismas un tratamiento general.

#### Art. 5.7. Para todas las Zonas.

Pueden colocarse anuncios que armonicen con las características del lugar, sea por su emplazamiento, dimensión, diseño y material.

1) Los letreros simples ocasionales (60 días como máximo de exhibición) hasta 0,25 metros cuadrados de superficie, no pagan tasa.

2) Los avisos, ya sean simples, luminosos, iluminados combinados, etc., en todos los casos tributarán el concepto establecido para el Derecho de Publicidad y Propaganda al 100% del valor establecido.

3) Los avisos ocasionales simples no podrán exceder la superficie máx. de 2,00 m<sup>2</sup>.

Cuando tales avisos promocionen un mismo producto, servicio o establecimiento comercial (exceptuando el nombre de la agencia interviniente para el caso de ofertas del orden inmobiliario) no podrán exceder la cantidad de dos (2), salvo que mediare entre ambos avisos algún accidente geográfico o de trazado vial que impidiere su visual recíproca, no podrán estar colocados entre sí a una distancia menor de doscientos (200) metros.

4) No se autorizarán la colocación de avisos y/o letreros, doble y/o simple faz, con soporte a columnas colocados en la acera; en todo el ejido Municipal.

Superficie - Anuncios Paralelos a la L.M.

El anuncio paralelo a la L.M. podrá incrementar su superficie en un 10 %.

Queda exceptuado de este incremento aquel apoyado sobre el suelo con o sin luz libre.

Esta ubicación del anuncio por favorecer al mejoramiento urbano tributar con menor valor que los dispuestos en forma perpendicular.

Móviles

Un anuncio móvil puede ser conducido por persona, animales o vehículos destinados exclusivamente o no a publicidad, siempre que por las dimensiones del anuncio, especie de animal o tipo de vehículo no ocasionen molestias al tránsito.

La superficie de un anuncio se medirá tomando los extremos de la leyenda y/o símbolo propios del anuncio.

El anuncio y el vehículo no rebasarán los perfiles correspondientes a cada tipo de rodado, según el Reglamento de Tránsito. La solicitud del permiso deberá ajustarse a las siguientes normas reglamentarias:

Se permitirán anuncios en el exterior o interior de los vehículos de transporte en común de pasajeros (ómnibus o colectivos). Si se colocan en el interior se hará en la parte lateral superior y si se colocan en el exterior del vehículo se hará también en forma tal que no se obstaculice la visual desde las ventanillas.

Fijación de Afiches

Los afiches fijados en la vía pública en los lugares autorizados a tal efecto deberán ostentar un sello o inscripción con el nombre del sujeto publicitario (fijador de afiches), su domicilio o sede y su número de inscripción en el Registro de la Publicidad.

En el Dominio Público o Privado Municipal

La publicidad a realizarse en el dominio público o privado municipal deberá ajustarse al régimen de concesiones.

En Actos o Festejos Vecinales

Podrá autorizarse, previo estudio de Inspección General, la instalación de bandas de tela con publicidad que no excedan el 10% de la totalidad de la superficie de la tela, en tramos de calles, avenidas, cuando ello responda a actos y festejos organizados por asociaciones vecinales, agrupaciones de comerciantes de zonas de la ciudad oficialmente reconocidas, instituciones de bien público o de ayuda de enfermos o disminuidos físicos o psíquicos, sujetos a las siguientes exigencias:

Motivo

Conmemoraciones de efemérides patrias, de orden nacional, cultural, del turismo, del comercio o la industria relacionadas con actividades propias del país, acontecimientos vinculados a las relaciones internacionales.

Tipo de Publicidad

Queda absolutamente prohibida toda propaganda o promoción directa de un producto o artículo en especial permitiéndose solamente la mención del producto o de la marca, sin aditamentos publicitarios que los recomienden o los exalten, las dimensiones del texto referido (producto o marca) no podrán exceder de un décimo del total de la superficie del anuncio.

Plazos

Para este tipo de publicidad, por su carácter de excepción, el plazo de permanencia de las instalaciones no podrá ser mayor a quince (15) días corridos, contados desde la fecha del otorgamiento de los permisos. Vencido dicho plazo, la institución o instituciones peticionantes deberán retirar las instalaciones en un plazo no superior a las 24 horas.

Distancia de los Anuncios a la L.M.

Para evitar que las estructuras de sostén de los anuncios no contribuyan al deterioro urbano, los mismos no podrán exceder la distancia de 0,10 m. de la Línea de Edificación, según se disponga el mismo paralelo o perpendicular a la Línea Municipal.

## CAPITULO VI

Prohibiciones

Art 6.1 Está Prohibido un Anuncio que:

- a) Ofenda la moral y las buenas costumbres.
- b) Perjudique la vecindad de su emplazamiento por los siguientes motivos: el brillo de sus luces o frecuencia de su encendido; producir ruidos o sonidos molestos; emitir radiaciones nocivas.
- c) Perjudique y/o obstruya la visibilidad de la nomenclatura de la vía pública, señales de tránsito y otras advertencias de interés general.

Art 6.2 Quedan Prohibidos los Anuncios en los siguientes lugares:

- a) Las plazoletas, plazas, parques y paseos públicos excepto en lugares y elementos previstos por la Municipalidad.
- b) En los monumentos, estatuas, fuentes, edificios públicos, casas ó poblados históricos.
- c) Los árboles y los postes indicadores de paradas de vehículos.
- d) El solado de las aceras y el pavimento de las calles, las casillas o todo otro tipo de estructura en la vía pública.
- e) En las áreas afectadas por vías de ferrocarril.
- f) En las áreas afectadas por instalaciones portuarias lacustres.
- g) En los cementerios y muros que los circundan.
- h) En las cúpulas y agujas.
- i) En el exterior de las recovas o apoyados en las mismas.

- j) En toldos fijos o removibles
- k) En los salientes de edificios.
- l) En las aceras, cercas divisorias entre predios y áreas retiro frontal obligatorio de línea municipal, excepto los letreros que no excedan de 0,20 m. por 0,30 m.
- m) En veredas y/o banquetas.
- n) En los postes telefónicos - electricidad y otros semejantes.
- í) En las ochavas.
- o) Agujas de edificaciones.

Art 6.3 Quedan Prohibidos los siguientes tipos de Anuncios.

- a) Los anuncios suspendidos o colgados, oscilantes, en la vía pública.
- b) Los pasacalles.
- c) La colocación y circulación de publicidad de cualquier naturaleza vinculada con servicios fúnebres dentro de un radio menor a 150 m. de hospitales, sanatorios o cualquier establecimiento público o privado donde se asisten enfermos, como asimismo de escuelas públicas o privadas reconocidas por autoridad competente.
- d) La propaganda comercial en vehículos fúnebres.
- e) Los sonoros en la vía pública.
- f) Los efectuados por medio de volantes en la vía pública, su colocación en las puertas de acceso de locales en general, al alcance del público, persiga o no finalidades comerciales.
- g) Los efectuados por medios de bandas de tela, plásticos y/o papel, con fines publicitarios.
- h) Los pintados, adosados a medianeras o en la vía pública, fachadas de edificios.

## CAPITULO VII

### Casos Especiales

Art 7.1 No será necesario solicitar permiso, solamente presentar nota además 2 ejemplares de material publicitario comunicando a la Dirección de Inspección General, cuando se trate de los siguientes tipos de anuncios:

- a) Los colocados en el interior de locales o espacios abiertos destinados a exposiciones de arte, de la industria o del comercio.
- b) Los insertos en programas de espectáculos públicos; a los efectos del trámite, la nota de comunicación incluir dos ejemplares del programa y su autorización estar referida a determinada sala en particular.
- c) Los letreros indicadores de la existencia y ubicación de farmacias, sanatorios, iglesias, escuelas, etc. sin publicidad.
- d) Los letreros hasta 0,50 metros cuadrados de superficie que no sean luminosos, iluminados ni animados con nombre de personas (mencionando o no profesión u oficio) y los de estudios, consultorios, oficinas, institutos de enseñanza, comercio o industrias.
- e) Los anuncios efectuados por medio de afiches y todos los elementos de promoción a exhibirse en vidrieras o interiores de los puntos de venta, como ser: avisos pintados, impresos o proyectados por medio de diapositivas, films o pantallas de circuitos cerrados de televisión exhibidores, espejos con anuncios, banderines, stands, vitrinas, quioscos y cualesquiera de los materiales de ayuda a la actividad que se desarrolla en el local, almanaques, ceniceros. Esta excepción incluye los anuncios colocados en locales de galerías de comercio, incluso aquellas instalaciones en la nave o vía de circulación del inmueble habilitado a tal fin, salvo que demanden instalaciones mecánicas o eléctricas.

El material publicitario de películas cinematográficas, obras teatrales y espectáculos públicos en general (clubes nocturnos, confiterías c/números vivos, circos, etc.) con excepción de afiches a exhibirse en vidrieras o vestíbulos de las salas o locales respectivos, no se halla incluido dentro de esta excepción, quedando sujeto a las disposiciones establecidas en el artículo 2.1 del presente Reglamento.

f) La publicidad de cualquier tipo que realicen las organizaciones de carácter gremial, educacionales, religioso y cultural, así como las que efectúen las asociaciones mutualistas, cooperativas y vecinales de fomento edilicio y las entidades con actividades vinculadas a la rehabilitación médico social de disminuidos físicos y psíquicos y siempre que se coloquen en los lugares permitidos por este Reglamento.

Art 7.2 Se podrán realizar sin permiso ni comunicación previa los siguientes tipos de anuncios:

a) Los letreros indicadores de rubros, exigidos por las disposiciones en vigencia.

b) Los letreros al frente de las obras.

c) Los que indican advertencia de interés público.

Ej. "Teléfono Público" "cuidado con los vehículos", "prohibido estacionar", etc.

d) Los letreros pintados en puertas, ventanas o vidriera siempre que se concreten al nombre del propietario o comercio o industria al cual pertenecen o sirvan actividad, domicilio, teléfono, marcas registradas.

e) Los avisos pintados, aplicados en puertas, ventanas o vidrieras de un comercio, con la mercadería que expende.

f) Las leyendas de espectáculos públicos cuando las mismas se limiten al nombre o clase del espectáculos, colocadas en los vestíbulos de las respectivas salas o en marquesinas, carteleras o estructuras, siempre que dichas instalaciones cuenten con la aprobación respectiva.

g) Los anuncios que realicen las reparticiones nacionales, municipales o provinciales, quedando expresamente establecido que esta excepción no ampara a aquellos que incluyen publicidad comercial.

h) Los letreros indicadores de turno de farmacias en cuanto no contengan publicidad comercial.

## CAPITULO VIII

### Letreros al Frente de las Obras

Art. 8.1 Es obligatoria la colocación de un letrero de las características especificadas en el Art 8.2 de este Reglamento, al frente de toda obra en construcción o demolición.

La falta de observancia a las disposiciones de este capítulo hará pasible al profesional de las sanciones que establece la Ordenanza Fiscal y Tarifaria en vigencia.

**Art. 8.2 "Los letreros al frente de las obras deberán contar con:**

**A. Dimensiones: 0,70 metros por 1,00 metro únicamente, el excedente se abonará como publicidad de acuerdo a la Ordenanza Tarifaria en vigencia.**

**B. Leyenda obligatoria: En el frente de una obra, desde su iniciación, es obligatoria la colocación de un cartel, perfecta y permanentemente visible desde la vía pública, que contenga: el nombre, título y matrícula habilitante de los profesionales y empresas, éstas con sus respectivos domicilios y representantes técnicos, que intervengan con su firma en el expediente de permiso, como los contratistas y subcontratistas, conforme con las normas vigente. Nombre del propietario. Así también deberá constar el nombre de la Aseguradora de Riesgo de Trabajo (ART) y el nombre y matrícula del profesional de Seguridad e Higiene actuante. Además, se inscribirá en el ángulo inferior derecho el número de Expediente de Obra y la fecha de concesión del permiso. El borde inferior del cartel no estará ubicado a una altura mayor de 4 metros, a contar desde la vereda. **Modificado por art. 1º Ordenanza 1436-CM-04****

**C Leyendas y dibujos admitidos pero no obligatorios: • Objeto de la obra. • Planos de obra."**

Art. 8.3 Letreros de Subcontratistas y Proveedores:

Los letreros de las empresas y gremios subcontratistas y comercios proveedores de los materiales utilizados en la obra, pueden colocarse agregados al mismo tablero que forma el tablero al frente de las obras, mientras no afecten las características de aquel, especialmente en sus dimensiones mínimas

quedando sujetos al pago de los derechos establecidos por la Ordenanza Tarifaria.

## CAPITULO IX

### Anuncios Sobre Venta de Lotes

Art 9.1 Se entiende comprendida en las normas de la presente Ordenanza la propaganda referida a la venta de inmuebles que surjan de planos de subdivisión cuando constituyan nuevas unidades rodeadas por calles u originen un mínimo de 10 parcelas cuya venta se promueva simultáneamente en jurisdicción de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche.

Art 9.2 La propaganda que se realice promoviendo lotes en las condiciones definidas en el Capítulo IX 9.1 del presente capítulo, deberá incluir en forma precisa:

- a) Ubicación del bien indicando: distancia al centro de la ciudad, distancia a la ruta o arterias principales y todo otro dato ilustrativo.
- b) Reproducción del plano de mensura o subdivisión que deberá ser copia fidedigna de la planialtimetría vigente, con fecha de aprobación y número de plano, solamente en folletos explicativos.
- c) La designación de las unidades parcelarias que deberán coincidir con la subdivisión aprobada.
- d) Los elementos característicos de la zona, los que graficar n manteniendo entre sí la proporción que, en cuanto a la ubicación, tengan en la realidad. Si se utilizan fotografías, las mismas llevarán una leyenda indicando su ubicación, distancia y relación con los inmuebles en venta. Las citas de nombres o de parajes de las proximidades, corresponderán a los conocidos en la zona. Las distancias a medios de transporte o a otro punto de referencia se expresarán en metros o kilómetros.
- e) Las superficies de rodamiento de las vías públicas se enunciar n indicando sus características y encuadrándose dentro de las siguientes clases:
  - 1- "Tierra" abovedada.
  - 2- "Mejorado" indicando su tipo.
  - 3- "Pavimento" aclarando su tipo y ancho.
- f) Los servicios públicos y de infraestructura con que cuenta el loteo en materia de energía eléctrica, domiciliaria, cloacas, agua corriente y transporte.

Esta indicación podrá publicitarse cuando su funcionamiento, realización y prestación permanente esté asegurada y aprobada por la autoridad respectiva.

La existencia en la zona de conductores telefónicos o de energía eléctrica, cañerías o redes para la provisión de agua corriente, colectores cloacales o cualquier otro servicio público no bastará a los efectos señalados, si no pueden garantizarse la inmediata aplicación de la prestación de tales servicios en beneficio de las unidades en venta.

En los casos de obras de infraestructuras en ejecución o proyectadas, deberá indicarse la fecha de habilitación de las mismas.
- g) En todos los casos deberá indicarse la carencia de cualquiera de las obras de infraestructura, aun cuando el fraccionamiento se hubiere aprobado en esas condiciones.
- h) Debida constancia del amojonamiento realizado por profesional habilitado o verificado dentro de los treinta (30) últimos días antes de iniciada la promoción.
- i) El uso y ocupación del suelo, establecidas en las normas municipales vigentes.
- j) Las condiciones de venta, indicando: precio total al contado, facilidades de pago y fórmula de reajuste aplicable.

Art. 9.3 No se admitirá la propaganda destinada a promover la venta sobre la base de planos no aprobados por la Dirección General de Catastro y Topografía de la Provincia de Río Negro.

Art. 9.4 Los recaudos establecidos en los artículos precedentes deberán ser cumplimentados obligatoriamente y en forma inexcusable, por lo menos, en los medios de propaganda que seguidamente se establecen:

a) En un cartel colocado en los inmuebles cuya venta se publicita, sobre la vía principal de acceso al loteo y en lugar visible para los eventuales interesados. Estos carteles deberán regirse por las normas establecidas en el capítulo IX de la presente Ordenanza.

b) En un folleto explicativo que deberá entregarse obligatoriamente a los interesados en la adquisición de los inmuebles a que se refiere la presente Ordenanza, indicando en el mismo que se imprime en cumplimiento de lo dispuesto por el presente artículo. De la existencia del folleto y que el mismo se encuentre a disposición de los interesados, habrá de darse cuenta en toda propaganda que se realiza por cualquier medio y mediante leyendas especiales colocadas en las oficinas de venta y lugares donde se realicen los remates. Dicho folleto deberá necesariamente formar parte como anexo del "Boleto de Compra y Venta" o cualquier otra documentación que suscriba cada adquirente al concretar la compra.

La infracción a las disposiciones de este apartado serán sancionadas con las multas previstas en el artículo 24§ de la ordenanza 678-CM-96 (Tarifaria). Cuando la infracción consistiera en la omisión de anexar el folleto explicativo a la documentación a suscribir para instrumentar la compra-venta, la multa ser de cinco por ciento del monto de cada operación, para quienes vendieran o remataren sin haber dado cumplimiento a tal recaudo.

c) En todos los casos de propaganda iniciados en apartado precedente, los espacios destinados al cumplimiento de las exigencias legales y los caracteres o tipografía utilizada deberá permitir su perfecta lectura en forma normal.

d) En la publicidad que se realice por cualquier medio que no sean los indicados en el primer apartado de este artículo, podrá sintetizarse la información referida a las características de los bienes que se promueven.

e) Aun en los supuestos de propaganda de bienes que no se vean afectados por esta ordenanza, cualquier información que se brinde sobre los inmuebles deberá atenerse a la realidad jurídica y física de los mismos, en concordancia con la que brinde por los medios previstos en el apartado I de este artículo.

Art. 9.5 En cualquier circunstancia corresponder a la autoridad municipal constatar si la publicidad que se realiza es acorde con la autorización concedida, y si la misma se ajusta a la realidad del inmueble.

La Municipalidad podrá suspender la publicidad que se esté efectuando en caso de comprobar el incumplimiento de algunas de las obligaciones a que alude la presente Ordenanza, a proceder al retiro de los elementos publicitarios respectivos y a aplicar las multas que correspondieren.

Art. 9.6 Sin perjuicio de las demás responsabilidades penales, civiles o disciplinarias que pudieran corresponder, toda venta o remate de tierras que se realice sin dar cumplimiento a las disposiciones de la presente Ordenanza o en infracción a cualquiera de ellas, serán sancionadas por las autoridades municipales conforme con lo dispuesto en el Código de Faltas Municipales.

Art. 9.7 Las multas, que serán acumulativas, se graduarán según la importancia de la infracción cometida y su importe será determinado en cada caso sobre la base de porcentajes de la valuación fiscal del conjunto de los

inmuebles, al momento de la división cualquiera sea la cantidad de lotes vendidos.

Se graduaran de la siguiente forma:

- a) A quienes falsearan la información determinada en los artículos segundo, tercero, cuarto y quinto, hasta el cinco por ciento.
- b) A quienes incurrieren en cualquier otra infracción legal, el uno por ciento.

Art. 9.8 Serán solidariamente responsables el titular del dominio, la firma promotora y el martillero o corredor público interviniente.

Art. 9.9 Las autoridades municipales comunican al Colegio de Martilleros y Corredores Públicos las infracciones cometidas por sus colegiados. Cuando correspondiere se formalizará la pertinente denuncia ante la autoridad judicial competente.

Art. 9.10 Todo tipo de publicidad existente a la fecha de vigencia de esta Ordenanza deberá adecuarse a sus prescripciones en el plazo de 90 días corridos a cuyo vencimiento se aplicarán las sanciones previstas en los artículos que anteceden.

## CAPITULO X

### Anuncio sobre la Venta de Inmuebles

Art. 10.1 La venta o alquiler de inmuebles en forma particular o a través de inmobiliarias pueden anunciarse por medio de un cartel por unidad, ubicado en el interior del predio o adosado a la fachada del edificio, de acuerdo a las siguientes dimensiones máximas:

Altura : 0,70 Mts  
Ancho : 1,00 Mts

#### Para una sola Propiedad

Art. 10.2 Cuando se trate de la venta o alquiler de un edificio en su totalidad, las dimensiones permitidas son de hasta 1,20 m. x 1,50 m. pudiendo ubicar el anuncio en la fachada (en edificio construido) o en el interior del predio (en futura construcción). No más de una inmobiliaria y un solo cartel.

#### Para Edificios

Art. 10.3 En caso de ubicarse el inmueble en esquina se permite la colocación de un cartel sobre cada fachada.

## CAPITULO XI

### Procedimientos y Penalidades

Art. 11.1 Procedimientos

Comprobada la infracción a cualesquiera de las normas contenidas en la presente reglamentación se procederá a:

- a) Cuando se trate de anuncios en contravención, se intimar mediante única cédula debidamente diligenciada o notificación en el libro de inspecciones del local la corrección de aquella;
- b) Verificado el incumplimiento de lo intimado, se labrar el acta prevista en el Código de Faltas vigente;
- c) Cuando el matriculado inscripto en el registro de la Publicidad, no de cumplimiento a las citaciones y notificaciones o reincida en errores en la confección de planos, se hará pasible de las siguientes penalidades:

- 1ra. VEZ, APERCIBIMIENTO
- 2da. VEZ, SUSPENSION
- 3ra. VEZ, INHABILITACION EN EL USO DE LA MATRICULA.
- 4ta. VEZ, CANCELACION EN EL USO DE LA MATRICULA

En caso de incumplimiento el personal proceder al secuestro de dicho material, labrando el acta respectivo. Igual procedimiento corresponder para los casos de material sometido al predio del permiso.

Art 11.2 Elementos publicitarios retirados por administración:

Los elementos retirados serán devueltos a sus dueños a su solicitud y dentro de un plazo de ciento ochenta (180) días del retiro previo pago de los gastos ocasionados por dicho retiro, traslado y depósito.

Pasado el plazo estipulado anteriormente, los elementos serán considerados cosa abandonada a favor de la Municipalidad, los mismos quedar n sujetos a las normas establecidas en la Ordenanza respectiva.

Anuncios en deficiente estado de conservación:

Comprobada la existencia de anuncios en mal estado de conservación, se intimar su reparación o retiro en un plazo de ocho (8) días.

Si su estado de deterioro ofrece peligrosidad, su retiro inmediato ser intimado al interesado.

En caso de incumplimiento, el retiro inmediato ser efectuado por repartición competente. El retiro del anuncio incluye también el de los soportes y toda otra instalación que lo integre.

Art 11.3 Penalidades:

Las penalidades que se impondrán a toda infracción serán las establecidas en las Ordenanzas Fiscal y Tarifaria vigentes.

Art 11.4 De la aplicación del presente reglamento:

Aquellos anuncios que se hubieran habilitado con anterioridad a la vigencia de la presente Ordenanza, gozar n de un plazo de dos (2) años a contar desde la fecha de publicación de la misma en el Boletín Oficial para adecuarse a sus prescripciones. Vencido dicho plazo serán pasibles de las sanciones previstas según los casos.

La Secretaría de Obras Públicas y Planeamiento notificar a los titulares de habilitación de carteles acerca del contenido del presente artículo en un plazo no mayor de sesenta (60) días a contar desde su vigencia.

Art. 11.5 Gravámenes:

Los carteles correspondientes a anuncios y/o letreros, los afiches y autoadhesivos tributar n según lo establecido para el rubro en las Ordenanzas Fiscal y Tarifaria vigentes en su Capítulo pertinente, y las normas complementarias y/o modificatorias de las mismas que pudieran existir, como así también estar n sujetos a las sanciones allí establecidas.

CAPITULO XII

Art. 12. Anuncios

Art. 12.1. Anuncios en Vehículos

La superficie de un anuncio se medirá desde los extremos de la leyenda y/o símbolos propios del mismo.

Art. 12.2. Queda prohibida la publicidad sonora de cualquier tipo en la vía pública.

Art. 12.3. Modifícase el artículo 24§ de la Ordenanza 678-CM-96 (Tarifaria), que quedará redactado según el siguiente texto:

Artículo 24) Cuando se coloquen letreros, carteles, afiches, autoadhesivos, se realice publicidad sonora o actividades publicitarias de cualquier tipo en violación de las disposiciones vigentes, se aplicarán multas de hasta \$ 5.000.- (cinco mil pesos), sin perjuicio de procederse a la remoción de los elementos, con cargo al anunciante, a la agencia de publicidad y al industrial publicitario, en forma solidaria.

Art. 12.4. También estarán alcanzados por el derecho de este Capítulo los anuncios ocasionales, los letreros pintados, vidrios de frentes de locales, cuando tales inscripciones superen el 20% de la superficie vidriada. De verificarse tal circunstancia, se asimilarán a carteles simples paralelos a la línea municipal.

Art. 12.5. "A los efectos del pago se abonará en pesos, por cartel, por mes y por metro cuadrado (1m2):

| ZONA                 | UBICACIÓN                     |          | TIPO DE CARTEL      |              |
|----------------------|-------------------------------|----------|---------------------|--------------|
|                      | Respecto a la línea municipal | SIMPLE   | ILUMINADO/ LUMINOSO | INMOBILIARIO |
| A                    | NO PARALELO                   | \$ 80,00 | \$ 90,00            | \$ 25,00     |
| URBANA               | PARALELO                      | \$ 40,00 | \$ 45,00            | \$ 25,00     |
| B                    | NO PARALELO                   | \$ 40,00 | \$ 80,00            | \$ 25,00     |
| SUB-URBANA           | PARALELO                      | \$ 25,00 | \$ 40,00            | \$ 25,00     |
| C                    | NO PARALELO                   | \$ 90,00 | \$ 110,00           | \$ 25,00     |
| ARTERIAS             | PARALELO                      | \$ 45,00 | \$ 55,00            | \$ 25,00     |
| D                    | NO PARALELO                   | \$ 25,00 | \$ 45,00            | \$ 25,00     |
| CENTROS DE SERVICIOS | PARALELO                      | \$ 15,00 | \$ 25,00            | \$ 25,00     |

*Todo cartel cuya superficie sea menor a un metro cuadrado (1m2) tributará por esta medida en función de la zona, colocación y tipo". Modificado por art. 20° de la Ordenanza 2375-CM-12.*

Art. 12.6. Modifícase el artículo 118§ de la Ordenanza 679-CM-96 que quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 118§) Estarán sujetos al pago de este Derecho todos los anuncios que se efectúen dentro del ejido municipal de conformidad con la Reglamentación vigente en la materia. Para el caso de Permisos de temporada será aplicable el Título II- Capítulo XIV de la presente ordenanza. Asimismo, serán responsables del pago de este derecho en forma solidaria, tanto el titular del negocio, medio o vehículo en el cual esté colocado el cartel, como el titular del producto o marca que se publicite.

En el caso de afiches y/o autoadhesivos, tal responsabilidad recaerá sobre el titular del producto, negocio, marca publicitaria, servicio prepago, etc.

Para el caso de aquellos responsables que no fijen domicilio en el ejido municipal de San Carlos de Bariloche, será aplicable lo establecido en el Título I, Capítulo II de la presente ordenanza.

Art. 12.7. Modifícase el artículo 70§ de la Ordenanza 679-CM-96 (Fiscal) que quedará redactado de la siguiente manera:

Artículo 70§) Toda cesación de actividades como así también la interrupción de las mismas deberá ser comunicada a la Municipalidad dentro de los cinco (5) días de producida. De no verificarse tal comunicación, subsistirá la obligación del titular de abonar la Tasa por Inspección, Seguridad e Higiene hasta la fecha en que se cumpla tal formalidad.

Juntamente con la comunicación de cese de actividades del titular, deberá presentar una declaración jurada informando los ingresos por el período mensual en que tal hecho ocurra y abonar la tasa resultante que surja por aplicación de las alícuotas respectivas. Asimismo será requisito ineludible para solicitar la baja de la habilitación municipal, la presentación de la baja del/los carteles que tuvieran habilitados, debidamente verificada por la Dirección de Inspección General.

Art. 12.8. La falta de pago del presente derecho autoriza al Municipio a retirar los carteles, anuncios, estructuras representativas, afiches y autoadhesivos en infracción con cargo al titular responsable y beneficiarios de la publicidad.

Art. 12.9. Queda terminantemente prohibido dentro del ejido Municipal la circulación, distribución de volantes, en vía pública, su colocación en las puertas de acceso de locales en general, al alcance del público, persiga o no finalidades comerciales.

Art. 12.10. Actividades Deportivas.

Se permitirán anuncios publicitarios en los campos deportivos si los mismos presentan un proyecto integral. Los anuncios que estén por dentro de este campo no podrán rebasar en altura el nivel de las construcciones existentes.

Art. 12.11. Propaganda Electoral

1) A fin de garantizar la propaganda electoral de los actos electorarios de organizaciones políticas, gremiales y/o sociales oficialmente reconocidas, se permitirá la colocación de pasacalles, pintado de muros y colocación de afiches en cercos y muros en los que se cuente con autorización del propietario durante el lapso comprendido por los tres meses anteriores a los comicios.

2) Estos elementos deberán ser retirados, a fin de dejarlo en su estado original en un plazo de treinta (30) días a contar desde la celebración de los comicios.

3) Vencido dicho plazo, se aplicará a la organización responsable, las sanciones establecidas en la ordenanza Tarifaria vigente para aquellos elementos de publicidad que violen las disposiciones vigentes.