



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA



El Ayuntamiento Pleno en sesión ordinaria celebrada el día 9 de agosto de 2018 adoptó, entre otros el siguiente acuerdo en su parte dispositiva:

“3º.- Modificación de la Ordenanza Municipal de Publicidad al objeto de promover la no discriminación, la lucha contra la violencia de género y la adaptación del lenguaje a las normas administrativas del lenguaje inclusivo.-

El Secretario da lectura al dictamen de la Comisión Informativa Económica Administrativa de fecha 2.8.2018, que dice:

“Por el Secretario actuante se explica que este asunto ya quedó en mesa en la anterior sesión ordinaria del mes de Junio de la Comisión de Turismo y Ciudadanía, habiendo recibido instrucciones de volver a incluirlo en la presente sesión.

Se da lectura en primer lugar al informe emitido el 12/06/2018 por el Jefe de la Sección de Interdepartamental y Patrimonio, en el que consta la nota de conformidad del Secretario General de fecha 12/06/2018:

“INFORME DEL JEFE DE LA SECCION INTERDEPARTAMENTAL Y DE PATRIMONIO.

Asunto: Modificación Ordenanza Municipal de la Publicidad promovida por la concejalía de IGUALDAD al objeto de promover la no discriminación, la lucha contra la violencia de genero y adaptación del lenguaje a las normas administrativas del lenguaje inclusivo.

El Ayuntamiento Pleno en sesión de 26/10/2017, aprobó moción de modificación de la Ordenanza de Publicidad en los términos indicados para prohibir y sancionar los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria.

El día 29/11/2017 fue publicada en el portal de transparencia consulta publica para recabar opiniones sobre los problemas que se pretendían solucionar, sus objetivos y las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias. Todo ello en cumplimiento del art. 133.1 de la Ley 39/2015 LPACAP. Ha permanecido expuesto hasta ahora y no ha habido aportaciones publicas.

(“Se trata por tanto de la ordenación de la publicidad apoyándonos en las competencias que a los Municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el artículo 25 de la Ley 7/1.985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local, en relación con el artículo 4 del mismo texto legal, y, en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico artístico y la seguridad en lugares públicos, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.)

El quórum para la válida adopción del correspondiente acuerdo plenario es mayoría simple, partiendo de la interpretación sensu contrario del art. 47.2 y 3 LRBRL.

La tramitación debería de contener como mínimo:

Acuerdo de incoación (art. 165.1 ROF). (En este caso de fecha 26/10/17).

Resultado de consulta pública. (En este caso de fecha 29/11/17).

Informe Técnico. (art.172 ROF) (el presente)

Propuesta de Resolución por la Jefatura del Servicio (art. 175 ROF). Realizado por el Asesor Jurídico del CIM el 07/06/2018.

Dictamen de la Comisión Informativa correspondiente. (art.123.1 ROF)

Posteriormente tras el acuerdo de aprobación inicial por el Pleno, se requerirá información Pública y audiencia a los interesados durante un plazo mínimo de 30 días para presentación de reclamaciones y sugerencias.

La LRBRL (art. 49.c) desde la reforma de 1.999, prescribe que la aprobación inicial del reglamento se entenderá definitiva, sin necesidad de un nuevo pronunciamiento plenario, en el caso de que en el periodo de información pública no se hubiera presentado ninguna modificación o sugerencia, lo que amen de contribuir a la agilización de la gestión municipal, supone la generalización de la regla poco antes introducida en el mismo sentido en la aprobación de las ordenanzas fiscales.(art.17.3 LHL).

Otra importante novedad de dicha reforma fue la del art. 70.2 LRBRL que impone la publicación de su texto completo en el BOP.

En cuanto al contenido de los artículos incluidos en la modificación de la ordenanza se estiman ajustados a derecho.

La correspondiente Comisión informativa deberá proponer al Ayuntamiento Pleno lo siguiente:

PRIMERO.- Aprobar inicialmente la modificación de la Ordenanza Municipal de Publicidad según el texto reseñado e incorporado al expediente y al acta.

SEGUNDO.- Ordenar la publicación de este acuerdo en el Portal de Transparencia, en el Tablón de Anuncios de este Ayuntamiento, así como en el Boletín Oficial de la Provincia al objeto de otorgar un plazo de exposición al público y de alegaciones de 30 días. Transcurrido dicho plazo se resolverán las alegaciones y se acordará la aprobación definitiva mediante acuerdo plenario. En el caso de que no se hubieran presentado reclamaciones, se entenderá definitivamente adoptado el acuerdo, hasta entonces provisional, sin necesidad de nuevo acuerdo plenario.

TERCERO.- El acuerdo definitivo a que se refiere el apartado anterior, incluyendo los provisionales elevados automáticamente a tal categoría, y el texto íntegro del Reglamento, habrá de ser publicado en el Boletín Oficial de la Provincia, conforme dispone el art. 70.2 de la LBRL. La entrada en vigor se producirá con la publicación en Boletín y transcurrido el plazo señalado en el art. 65.2 del citado texto.

Lo que se informa a los efectos oportunos.”



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

Se da cuenta a continuación del informe emitido al respecto con fecha 07/06/2018 por el Asesor Jurídico del CIM, que se transcribe a continuación:

"INFORME QUE SE EMITE CONFORME A LAS INSTRUCCIONES DE ALCALDÍA DE FECHA 22 DE FEBRERO DE 2017 EN RELACIÓN A PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE ORDENANZA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD PROMOVIDA POR CONCEJALÍA DE IGUALDAD Y MUJER.

1.- MARCO LEGAL GENERAL

La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, modificada por la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, considera ilícita "la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien por su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género".

De acuerdo a la Ley 34/1988, se entenderá por publicidad "toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles e inmuebles, servicios, derechos y obligaciones".

La Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativa al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (más conocida como la Ley de Televisión Sin Fronteras), modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, en su artículo 8.1 dispone que "además de las formas de publicidad indicadas en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, son ilícitas, en todo caso, la publicidad por televisión y la televenta que fomenten comportamientos perjudiciales para la salud o la seguridad humanas o para la protección del medio ambiente; atenten al debido respeto a la dignidad de las personas o a sus convicciones religiosas o políticas o las discriminen por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social".

La Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre de Medidas de protección integral contra la violencia de género, además de lo referido en materia de publicidad, en su artículo catorce, establece que "los medios de comunicación fomentarán la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos" y que "la difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y la dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos. En particular, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones". Esta norma establece, asimismo, que sean las Administraciones públicas las que velen por el cumplimiento estricto de la legislación.

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, prohíbe las campañas institucionales de publicidad y comunicación que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales (artículo 4,c). Cualquier persona física o jurídica afectada en sus derechos e intereses legítimos podrá solicitar la cesación inmediata o la rectificación de aquellas campañas que incurran en alguna de las prohibiciones contenidas en la Ley ante la Comisión de publicidad y comunicación institucional (artículo 7).

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, contempla la igualdad y la necesidad de evitar cualquier forma de discriminación en los medios de comunicación de titularidad pública (RTVE y EFE) y privada, y en la publicidad, así como que las Administraciones públicas promuevan la adopción por parte de los medios de comunicación de códigos de autorregulación que contribuyan al cumplimiento de la legislación sobre la materia y velen por que los medios audiovisuales cumplan con sus obligaciones adoptando las medidas que procedan para asegurar un tratamiento de las mujeres conforme a los principios constitucionales. La publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con esta Ley (artículo 41) se considerará ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y de publicidad y comunicación institucional.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, establece que la comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o a cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres (artículo 4.2) y prohíbe toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, entre otras circunstancias, y toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

2.- LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE BENALMÁDENA.

La Corporación municipal cuenta con una Ordenanza municipal en materia de publicidad aprobada en fecha 31 de enero de 2.003.

La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se basa en las competencias que a los municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el ARTÍCULO 25 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, en relación con el ARTÍCULO 4 del mismo texto legal, y, en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico-artístico y la seguridad en lugares públicos, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.

3.- MODIFICACION DE LA ORDENANZA REGULADORA DE LA PUBLICIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE BENALMÁDENA.

Tras las modificaciones legales operadas por las Leyes referidas en el expositivo primero es preciso modificar algunos aspectos de la Ordenanza reguladora de la publicidad con objeto de:

a) *Sancionar los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.*

Igualmente, se ha visto necesario prohibir expresamente la colocación, reparto, divulgación o difusión de publicidad que promueva cualquier tipo de violencia, el consumo de



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

prostitución o la explotación sexual o se promueva, de cualquier modo, una imagen sexista de las mujeres o cualquier otro colectivo como objeto de consumo sexual.

b) En otro orden de cosas, se ha revisado el texto de la ordenanza para adaptar el lenguaje de la misma a las normas administrativas sobre lenguaje inclusivo. La necesidad de utilizar un lenguaje no sexista por parte de los poderes públicos y las distintas administraciones ha sido acordada en instrumentos jurídicos tanto nacionales como internacionales, con el objetivo de conseguir una representación adecuada de mujeres y hombres. En el ámbito internacional destacan, por ejemplo, la RESOLUCIÓN 14.1 aprobada por la Conferencia General de la UNESCO; la RESOLUCIÓN 109 aprobada por la Conferencia General de la UNESCO en su XXV reunión; y la RECOMENDACIÓN 59 aprobada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa el 21 de febrero de 1990.

En el mismo sentido el Informe del Parlamento europeo en 2.008 establece que la finalidad del lenguaje no sexista o lenguaje neutral en cuanto al género es evitar opciones léxicas que puedan interpretarse como sesgadas, discriminatorias o degradantes al implicar que uno de los sexos es superior al otro, ya que en la mayoría de los contextos el sexo de las personas es, o debe ser, irrelevante. La utilización de un lenguaje no sexista es algo más que un asunto de corrección política. El lenguaje influye poderosamente en las actitudes, el comportamiento y las percepciones. El Parlamento como institución respalda plenamente el principio de igualdad de género, y el lenguaje que utiliza debe reflejar este hecho. Para este fin es importante establecer orientaciones que aseguren en la medida de lo posible que el lenguaje no sexista es la norma, en lugar de ser la excepción, en los documentos parlamentarios. Estas orientaciones deben reflejar dos rasgos particulares del trabajo del Parlamento: en primer lugar, su medio de trabajo multilingüe y, en segundo lugar, su papel como legislador europeo. En el medio multilingüe del Parlamento Europeo, el principio de neutralidad en cuanto al género no se puede aplicar de la misma manera en todas las lenguas. Algunas expresiones pueden ser aceptables en una lengua pero controvertidas en otras (por ejemplo, «derechos humanos» y «Menschenrechte» frente a «droits de l'homme»). Es esencial que los autores en el Parlamento Europeo tengan en cuenta estas diferencias culturales y lingüísticas. La manera en que el principio de neutralidad en cuanto al género se refleja en un texto dependerá en gran medida del tipo y registro del texto de que se trate. Por ejemplo, lo que puede ser adecuado en un discurso («Señoras y señores») o en la forma de dirigirse a alguien directamente («Muy señor mío» o «Muy señora mía» en el encabezamiento de una carta) no se ajusta necesariamente a las limitaciones formales de un texto legislativo, que debe ser claro, preciso y coherente y no debe prestarse a soluciones de vanguardia que creen ambigüedad (tales como la alternancia de las formas masculinas y femeninas para el pronombre genérico o la utilización únicamente de la forma femenina en algunos documentos y de la masculina en otros). Los autores deben asegurarse de que la solución elegida es adecuada para el tipo de texto y para el uso que se le vaya a dar ulteriormente.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres dedica el Título II a las políticas públicas de igualdad, regulando en su artículo 14.11, como criterio general de actuación de todos los poderes públicos (ejecutivo-Gobierno-, legislativo-Las Cortes Generales- y judicial-Consejo General del Poder Judicial-), la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y en su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas. Dentro de las medidas específicas que la Ley establece para la

aplicación del principio de igualdad de trato y de oportunidades en distintos ámbitos, como en la Sociedad de la Información (artículo 28.4.), señala que en los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas.

c) En otro orden de cosas, en el proyecto de modificación de la Ordenanza se han modificado las referencias a la Ley 30/92 a la actual Ley 39/2015, de 1 de Octubre del Procedimiento Administrativo común de las Administraciones Públicas.

d) Por último, se ha actualizado –no en sus importes– las sanciones a euros.

4.- CONSULTA PÚBLICA Y TRAMITACIÓN POSTERIOR.

El texto de la Ordenanza y sus modificaciones se ha publicado en el PORTAL DE TRANSPARENCIA a partir del día 29/11/17 y hasta la actualidad con objeto de cumplimentar la obligación de consulta pública

No han habido aportaciones al texto a esta delegación municipal.

La reforma propuesta no altera los ingresos y gastos municipales por cuanto ésta no modifica la cuantías de las sanciones que, eventualmente, pudieran generar ingresos a las arcas municipales.

En otro orden de cosas, la reforma propuesta no introduce restricción alguna a la actividad económica pues se limita a incluir dentro de la publicidad ilícita y, por tanto, prohibida a los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género prohibiendo también la colocación, reparto, divulgación o difusión de publicidad que promueva cualquier tipo de violencia, el consumo de prostitución o la explotación sexual o se promueva, de cualquier modo, una imagen sexista de las mujeres o cualquier otro colectivo como objeto de consumo sexual.

Se emite el mismo en Benalmádena a 7 de Junio de 2.018 sometiéndolo a otro mejor fundado.”

La propuesta de modificación de ordenanza presentada era del siguiente tenor:

“Ordenanza Reguladora de la Publicidad

Historial

Marginal: Om-06.

Tipo de disposición: Ordenanza Reguladora.

Entrada en vigor: 31 de enero de 2003.

Publicaciones: Primera publicación. BOP nº 20 de 30 de enero de 2003.

ORDENANZA GENERAL MUNICIPAL DE PUBLICIDAD



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

Artículo 1. OBJETO DE LA ORDENANZA.

1.- Esta Ordenanza tiene por objeto establecer el régimen jurídico de la publicidad en el Término Municipal de Benalmádena.

2.- A efecto de esta Ordenanza se entiende por publicidad toda acción encaminada a difundir entre el público el conocimiento de la existencia de una actividad asistencial, religiosa, cultural, profesional, deportiva, económica o de productos y servicios, o cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

3.- Quedará sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje medios materiales o personales de diversa índole, susceptible de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transportes, y , en general permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

Artículo 2º.- ÁMBITO TERRITORIAL Y SUSTANTIVO DE LA ORDENANZA.

El ámbito de aplicación de esta Ordenanza se circunscribe al Término Municipal y se concreta en todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que se regulan.

Artículo 3º.- COMPETENCIA MUNICIPAL.

La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se basa en las competencias que a los Municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el artículo 25 de la Ley 7/1.985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local, en relación con el artículo 4 del mismo texto legal, y , en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico artístico y la seguridad en lugares públicos, la igualdad y la no discriminación, la lucha contra la

violencia de género, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.

Artículo 4º.- PROHIBICIONES.

1.- No se autorizarán :

Las actividades publicitarias, que, por su objetivo, forma, contenido o finalidad, sean contrarias a las leyes y , especialmente aquéllas actividades publicitarias, definidas como ilícitas en los artículos 3 al 8, ambos inclusive, de la Ley 34/88, de 11 de noviembre, general de publicidad, respecto a las cuales se podrá actuar en la forma prevista en sus artículos 25 y siguientes. Asimismo, la actividad publicitaria evitará la incidencia negativa sobre el entorno, sus elementos naturales o naturalizados, con especial atención a aquéllas áreas más sensibles.

Especialmente, se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

La colocación, reparto, divulgación o difusión de publicidad que promueva cualquier tipo de violencia, el consumo de prostitución o la explotación sexual o se promueva, de cualquier modo, una imagen sexista de las mujeres o cualquier otro colectivo como objeto de consumo sexual.

La colocación o instalación de cualquier soporte publicitario que por su forma, color, diseño o inscripciones pueda ser confundido con las señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad o produzca deslumbramiento a conductores y conductoras de vehículos y a peatones, o en lugares donde puedan perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad de éstos.

En las zonas de servidumbre y afectación de carreteras conforme a la Ley 25/1.998 de 29 de julio de Carreteras, así como en las vías férreas, calles o plazas, calzadas y pavimentos en que se pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDEN A

En las zonas de servidumbre y afectación de costas conforme a los artículos 25 y 38 de la Ley 22/88 de 28 de julio de Costas y artículo 45.f del Reglamento General de Costas.

Todo tipo de pintadas o pictogramas en la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzada, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles o cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano).

En los lugares que limiten directamente la luz o las vistas de los ocupantes de algún inmueble.

Las que impidan o dificulten la accesibilidad al interior de los edificios.

La publicidad verbal directa, a excepción de la autorizada mediante licencia especial de venta "time sharing".

En los báculos y columnas de alumbrado público, salvo lo previsto en la presente Ordenanza y para aquellos casos o acontecimiento esporádicos, pero extraordinarios, en el supuesto de que sus organizadores soliciten usar dichos soportes. En todo momento, se deberá respetar las condiciones que para cada caso imponga el servicio municipal de alumbrado, a fin de garantizar que no podrán causar ningún daño a dichos bienes de dominio público.

En aquellas zonas que por acuerdo de la Alcaldía, se califiquen como saturadas de publicidad exterior.

Sólo se autorizará el vuelo publicitario cuando se efectúe en zonas libres, prohibiéndose sobre edificaciones o áreas consolidadas por la edificación.

2.- Asimismo, la publicidad incontrolada a base de carteles, octavillas, pegatinas, etiquetas, etc... fijadas sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, viario público, elementos de mobiliario urbano, etc., no es permisible dentro del Término Municipal.

3.- Finalmente, se considera ilícita toda manifestación de actividad publicitaria que utilice la persona con la sola finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de la atención

Artículo 5º.- MODALIDADES DE PUBLICIDAD.

El mensaje publicitario podrá manifestarse a través de las siguientes modalidades:

Publicidad estática: tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

Publicidad móvil: aquella que sea autotransportada o remolcado su soporte por vehículo motor.

Publicidad impresa: tendrá esta consideración la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.

Publicidad audiovisual: tendrá esta consideración aquella que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

Artículo 6º.- ASPECTO TRIBUTARIO.

Todo los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales que estarán fijadas en la Ordenanza Fiscal, con la excepción de la situadas en dominio público municipal sometidas al régimen de la concesión , que estarán sujetas a lo dispuesto en sus correspondientes pliegos.

Artículo 7º.- ÓRGANO Y SENTIDO DE LAS RESOLUCIONES.

La Alcaldía previo informe del Área de Urbanismo, Tráfico u otras delegaciones que resultarán competentes por la materia podrá:

Denegar la licencia correspondiente si el soporte publicitario que se pretendiese instalar, independientemente de que si estuviese permitido o no por la presente Ordenanza, atentase contra la estética y el adecuado medioambiente que en todo momento debe presidir el paisaje urbano de nuestra ciudad.

Autorizar, excepcionalmente, la instalación de soportes publicitarios bien en emplazamientos no previstos en esta Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma siempre y cuando se lleve a cabo un estudio global adecuado del entorno, de forma que el desarrollo del mismo suponga una mejora de las condiciones estéticas y medioambientales de la zona, integrando la publicidad en el conjunto del proyecto a realizar. En este caso, se fijará en la licencia las condiciones particulares y de inversión en el proyecto.

Autorizar transitoriamente la instalación o el desarrollo de cualquier tipo de actividad publicitaria en zona o lugares determinados de la ciudad en caso de



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

acontecimientos especiales, aunque no sean tratadas o expresamente autorizadas por esta Ordenanza.

Interpretar, en casos de dudas o imprecisión, el sentido propio, de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

Artículo 8º.- CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS.

1.- Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad.

2.- Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasara los 25 centímetros.

3.- Cuando las instalaciones produzcan limitaciones de las luces o vistas de las fincas urbanas o colindantes en una distancia de 20 metros o molestias a sus ocupantes, es requisito indispensable acreditar documentalmente la aceptación por los afectados de dichas limitaciones o molestias. En este supuesto la solicitud de licencia deberá publicarse en un diario de difusión provincial dándose un plazo de quince días desde dicha publicación para la presentación de cualquier tipo de alegaciones.

4.- La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo e soporte, lugar de ubicación y tipología zonal. Dicha superficie podrá ser explotada libremente por la persona titular de la licencia, si bien en caso de que no se utilice en su totalidad, estará obligada a cubrir el espacio sobrante con algún elemento decorativo que respete la estética del emplazamiento.

5.- Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, no se permitirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edificios, muros u otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de soportes externos.

Artículo 9º.- PUBLICIDAD MEGAFÓNICA.

1.- La publicidad megafónica o acústica sólo puede desarrollarse dentro de los horarios oficiales del comercio o especialmente autorizada en cada caso previa licencia municipal.

2.- En ningún caso podrá sobrepasarse en el ejercicio de este tipo de publicidad los siguientes decibelios, ponderados de acuerdo con la escala normalizada A (dBA) :

Zona con equipamiento sanitario 45.

Zona con residencia servicios terciarios no comerciales o equipamiento no sanitario, 55.

Zona con predominancia de actividades comerciales, 65.

Zona con predominancia de actividades industriales, 70.

3.- Queda taxativamente prohibido el esparcimiento de octavillas y otros elementos publicitarios desde los vehículos en que se efectúe esta modalidad publicitaria.

Artículo 10º.- PUBLICIDAD A MANO.-

1.- El reparto manual de octavillas o cualquier otro tipo similar de soporte publicitario está sometido a previa licencia municipal, debiendo efectuarse en términos restrictivos, por lo que queda prohibido su esparcimiento indiscriminado.

2.- Queda prohibida también, expresamente, la actividad llamada “de relaciones públicas” consistente en la persuasión directa de determinados locales comerciales, restaurantes y discotecas principalmente, al viandante, para que accedan al interior de los citados establecimientos.

Artículo 11º.- PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES.

1.- La Alcaldía podrá adoptar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares, de tal manera que cause los menores inconvenientes a los intereses de los ciudadanos.

2.- En cualquier caso la entidad que colocó la publicidad deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes, una vez acabado el período festivo. En caso de no hacerlo en el plazo de diez días previo oportuno requerimiento lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del titular de la publicidad.

Artículo 12º.- RÉGIMEN JURÍDICO GENERAL DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

1.- No necesitarán licencia municipal:

Las placas y escudos identificativos de dependencias públicas, sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas y dispensarios, actividades profesionales y similares, colocadas sobre puertas de acceso o cerca de ellas.

Las banderas, banderolas o estandartes y elementos similares representativos de los diferentes países, estados, organismos oficiales, centros culturales, religiosos, deportivos, políticos, colegios profesionales y centros con actividades similares.

Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, que se limiten a indicar los horarios en que permanecen abierto al público, precios de los artículos en venta, los motivos de un motivo cierre temporal de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, siempre con carácter circunstancial.

Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble, siempre que no lleven aparejado marca comercial de inmobiliaria.

2.- Los actos de publicidad exterior realizados mediante instalaciones eléctricas o mecánicas además de la normativa específica, deben acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que utilicen.

3.- La persona física o jurídica propietaria de los soportes publicitarios está obligada a la perfecta conservación de los mismos, de tal forma que dicho soporte publicitario se encuentran en perfecto estado de seguridad y ornato.

4.- El Ayuntamiento podrá exigir, para la concesión de licencias de actividades publicitarias, que, a juicio de los servicios técnicos, presenten algún riesgo o peligro, la formalización previa de un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños a terceros, con una duración que coincida con la de la actividad que desarrollará. Asimismo, se podrá exigir una fianza o aval que garantice la reposición o restauración de los elementos de la urbanización que pudiesen quedar afectados, o bien para cubrir los gastos de limpieza subsidiaria de la vía y espacios públicos.

5.- El Ayuntamiento exigirá que todos los soportes publicitarios tengan colocada una placa de identificación numerada además de hacer constar en la misma el número del expediente de la licencia. Dicha placa, deberá ubicarse en un lugar visible de la instalación publicitaria y se ajustará al modelo que los servicios técnicos dispongan al efecto.

Artículo 13º.- DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO.

1.- La solicitud de licencia para la instalación de soporte de publicidad exterior, deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente.

2.- A la solicitud se acompañará los siguientes documentos:

Memoria descriptiva y justificativa de la actuación, donde se deberá hacer constar los materiales, calidades, texturas y colores de la instalación prevista.

Presupuesto de la instalación.

Plano parcelario y fotografías del emplazamiento desde diferentes ángulos y tomadas desde la vía pública, de modo que permitan la perfecta identificación del mismo en formato mínimo de 8 x 11 cm.

Autorización de la propiedad del emplazamiento, con menos de tres meses desde su expedición, indicando nombre y apellidos del firmante, calidad en que actúa, número de identificación fiscal, dirección y teléfono.

Fotocopia de la licencia de obras cuando la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén ejecutando o vayan a ejecutarse obras.

Fotocopia del alta en el Impuesto de Actividades Económicas o resguardo de estar al corriente en el pago de dicho Impuesto por parte de la empresa que ejecute la instalación correspondiente, y del anunciante si el supuesto de la actividad anunciada es de carácter empresarial, profesional o artística.

Para el supuesto de instalación de soportes publicitarios luminosos, la persona solicitante de la licencia, deberá aportar los nombres y direcciones de los y las usuarios de viviendas o locales con huecos situados a menos de 10 metros del anuncio o 15 mts si los tuviera enfrente.

En el supuesto anterior, el Ayuntamiento antes de la concesión, deberá dar audiencia previa, por un plazo de 20 días hábiles a las personas que se puedan ver afectadas por la instalación del anuncio luminoso, para que de esta forma las mismas puedan alegar lo que estimen conveniente. Para el supuesto de que la persona solicitante de la licencia no pueda aportar con exactitud los datos



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

señalados en la letra g), el Ayuntamiento publicará mediante edicto en cualquier periódico provincial la solicitud de licencia del soporte publicitario, dando un período de audiencia de 20 días hábiles a fin de que quienes se consideren perjudicadas puedan aducir sus reclamaciones.

PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

Artículo 14º.- CONCEPTO DE INFRACCIÓN.

Son infracciones las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones de esta Ordenanza y las contenidas en la Ley del Suelo y demás normas urbanísticas.

No se podrá imponer sanción alguna sin previa tramitación de expediente al efecto de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de Octubre del Procedimiento Administrativo común de las Administraciones Públicas.

En el supuesto de que la instalación antirreglamentaria de carteleras, carteles, rótulos y demás modalidades publicitarias supongan ocupación de vía pública en planta o vuelo, la autoridad municipal podrá proceder a su retirada, una vez acreditada tal invasión, sin que haya derecho a reclamar por los posibles daños que pudiera sufrir la instalación publicitaria y sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

En cualquier caso que exista peligro inminente para la ciudadanía, bienes o tránsito rodado, la manifestación publicitaria podrá ser retirada de oficio por el Ayuntamiento, sin requerimiento previo a la persona física o jurídica titular del anuncio y sin perjuicio de que continúe la tramitación del expediente sancionador correspondiente.

Por excepción, cuando como consecuencia del desarrollo de actividades de carácter itinerante o esporádico, y en general, de vigencia temporal reducida se realicen campañas publicitarias con manifiesta infracción de lo dispuesto en esta Ordenanza se establece el siguiente procedimiento:

Requerimiento a la persona presuntamente infractora para que en el plazo de 24 horas proceda a la retirada inmediata de la instalación o publicidad de que se trate.

De no ser retirados tales elementos en el plazo concedido lo realizará el Ayuntamiento inmediatamente a costa del o la infractor, sin perjuicio de proseguir la tramitación del expediente con audiencia del interesado/a hasta su normal resolución e imposición de la multa si así procediere.

Artículo 15º.- CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES.

Las infracciones se clasifican en graves y leves:

Constituyen infracción grave el carecer de licencia municipal, el incumplimiento de lo preceptuado en el artículo 4º de esta Ordenanza y el incidir de forma negativa en la necesaria protección ambiental del entorno o de las edificaciones.

También se considerarán faltas graves:

El incumplimiento de los requerimientos municipales, ya sean para la corrección de deficiencias advertidas en las instalaciones o la ejecución de obras necesarias para su conservación y ornato.

La reincidencia en faltas leves en un período de treinta días consecutivos en una o varias instalaciones.

Se considerará como infracciones leves, aquéllas en las que en el procedimiento sancionador se demuestre la escasa entidad del daño producido a los intereses generales sin que se haya obtenido beneficio económico notorio para el infractor.

Artículo 16º.- SANCIONES.

El incumplimiento de los preceptos de esta Ordenanza será sancionada con multa en la cuantía autorizada por las Leyes, sin perjuicio de la adopción de las medidas que sean procedentes a fin de restablecer la legalidad infringida y sin perjuicio de la indemnización de los daños y perjuicios a que en su caso hubiere lugar.

En concreto se tipifica las siguientes infracciones:

Infracción Leve: sanción hasta 90,00 euros.

Infracción Grave: por realización de actividades prohibidas expresamente en esta Ordenanza enumeradas en los artículos 4º, 9º.3 y 10.2 multa de 300,00 a 450,00 euros.

Infracción Grave por realización de actividades sin licencia o sin ajustarse a las condiciones de la misma: multa de 150 a 3.000 euros.



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

Se estará a lo dispuesto en la legislación urbanística y demás legislación aplicable. Para la graduación de las sanciones se atenderá al grado de culpabilidad, reincidencia, reiteración y demás circunstancias agravantes o atenuantes que concurran. En ningún caso la infracción puede suponer un beneficio económico para el infractor o infractora.

Los topes máximos y mínimos de las sanciones son los mismos que se establezcan en la legislación urbanística y demás legislación de apoyo de esta Ordenanza. Asimismo se ha estado a la cuantía máxima de la disposición adicional única de la Ley 11/1.999 de 21 de abril .

Artículo 17º.- RESPONSABLES.

De las infracciones de esta Ordenanza serán responsables solidarios:

En primer lugar la empresa publicitaria, o en su caso la persona física o jurídica que hubiese dispuesto la colocación del anuncio, sin la previa licencia o concesión, o con infracción de las condiciones impuestas en las mismas, o de los preceptos de la presente Ordenanza.

La persona beneficiaria o titular del mensaje.

La persona física o jurídica propietaria del lugar en que se haya efectuado la instalación, cuando lo hubiera autorizado.

El/la titular de la licencia y la persona propietaria del suelo o edificación, podrán retirar los anuncios que se fijen sin su consentimiento y sin perjuicio de que pueda denunciar los hechos al Ayuntamiento a los efectos legales pertinentes.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

En el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la presente Ordenanza deberá acomodarse la publicidad actual de la ciudad a las prescripciones previstas en la misma.

En caso de supuestos de imposibilidad de legalización de actuaciones (prohibiciones del artículo 4º y concordantes), la presente Ordenanza se aplicará desde su entrada en vigor.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango, incluidos Bandos de la Alcaldía regulen las materias contenidas en esta Ordenanza, en cuanto las contradigan o sean incompatibles con la misma.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA.

En lo no dispuesto en esta Ordenanza se estará a lo dispuesto en la normativa comunitaria, estatal, y autonómica sobre la Publicidad; idem. de Policía Urbanística en sentido amplio; idem. de Defensa de Consumidores y Usuarios y de Protección de la Salubridad Pública; idem. de legislación de Orden Público y Seguridad Ciudadana; e idem. de legislación de Régimen Local y de Protección del Dominio Público Local.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA.

La presente Ordenanza General Municipal de Publicidad que consta de 19 artículos, 1 Disposición Transitoria, 1 Disposición Derogatoria y 2 Disposiciones Finales entrará en vigor una vez aprobado definitivamente por el Ayuntamiento y publicado su texto completo en el Boletín Oficial de la Provincia de Málaga, transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/1.985 de 2 de abril reguladora de las Bases de Régimen Local.”

Sometido el asunto a votación, es dictaminado favorablemente con los votos positivos del equipo de gobierno (PSOE, IULVCA, APB y No Adscritos Sres Olmedo y Ramundo), y la abstención del PP y VPB, y en consecuencia, se propone al Ayuntamiento Pleno lo siguiente:

PRIMERO.- Aprobar inicialmente la modificación de la Ordenanza Municipal de Publicidad cuyo texto se transcribe más arriba.

SEGUNDO.- Ordenar la publicación de este acuerdo en el Portal de Transparencia, en el Tablón de Anuncios de este Ayuntamiento, así como en el Boletín Oficial de la Provincia al objeto de otorgar un plazo de exposición al público y de alegaciones de 30 días. Transcurrido dicho plazo se resolverán las alegaciones y se acordará la aprobación definitiva mediante acuerdo plenario. En el caso de que no se hubieran presentado reclamaciones, se entenderá definitivamente adoptado el acuerdo, hasta entonces provisional, sin necesidad de nuevo acuerdo plenario.

TERCERO.- El acuerdo definitivo a que se refiere el apartado anterior, incluyendo los provisionales elevados automáticamente a tal categoría, y el texto íntegro de la Ordenanza, habrá de ser publicado en el Boletín Oficial de la Provincia, conforme dispone el art. 70.2 de la LBRL. La entrada en vigor se producirá con la publicación en Boletín y transcurrido el plazo señalado en el art. 65.2 del citado texto.”

El Pleno, por unanimidad de los 24 miembros presentes de los 25 número que de derecho lo componen (7, 2, 1, 1, 1, 1, 1, 9 y 1, de los Grupos PSOE, IULV-CA-para la



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

Gente, CSSPTT, Sr. Jiménez López, Olmedo Rodríguez, Sr. Ramundo Castellucci, @lternativa xb, Partido Popular y VpB) acuerda aprobar el dictamen de la Comisión Informativa Económica y Administrativa, y por tanto :

PRIMERO.- Aprobar inicialmente la modificación de la Ordenanza Municipal de Publicidad cuyo texto se transcribe:

“Ordenanza Reguladora de la Publicidad

Historial

Marginal: Om-06.

Tipo de disposición: Ordenanza Reguladora.

Entrada en vigor: 31 de enero de 2003.

Publicaciones: Primera publicación. BOP nº 20 de 30 de enero de 2003.

ORDENANZA GENERAL MUNICIPAL DE PUBLICIDAD

Artículo 1. OBJETO DE LA ORDENANZA.

1.- Esta Ordenanza tiene por objeto establecer el régimen jurídico de la publicidad en el Término Municipal de Benalmádena.

2.- A efecto de esta Ordenanza se entiende por publicidad toda acción encaminada a difundir entre el público el conocimiento de la existencia de una actividad asistencial, religiosa, cultural, profesional, deportiva, económica o de productos y servicios, o cualquier otra dirigida a recabar la atención del público hacia un fin determinado.

3.- Quedará sometida a las normas de esta Ordenanza toda actividad publicitaria que utilice como vehículo transmisor del mensaje medios materiales o personales de diversa índole, susceptible de atraer la atención de cuantas personas se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen por vías de comunicación, utilicen medios privados o colectivos de transportes, y , en general permanezcan o discurran en lugares o ámbitos de utilización común.

Artículo 2º.- ÁMBITO TERRITORIAL Y SUSTANTIVO DE LA ORDENANZA.

El ámbito de aplicación de esta Ordenanza se circunscribe al Término Municipal y se concreta en todas las actividades publicitarias que se ejercen en el mismo y en las distintas modalidades que se regulan.

Artículo 3º.- COMPETENCIA MUNICIPAL.

La regulación de la publicidad contenida en esta Ordenanza se basa en las competencias que a los Municipios concede, además de la legislación específica sobre publicidad, el artículo 25 de la Ley 7/1.985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local, en relación con el artículo 4 del mismo texto legal, y , en especial, la actividad de policía urbanística, entendida en un sentido amplio, comprensivo de la defensa del medio ambiente, el ornato público, el patrimonio histórico artístico y la seguridad en lugares públicos, la igualdad y la no discriminación, la lucha contra la violencia de género, la actividad de defensa de usuarios y consumidores y de protección de la salubridad pública, y la gestión del dominio público local.

Artículo 4º.- PROHIBICIONES.

1.- No se autorizarán :

Las actividades publicitarias, que, por su objetivo, forma, contenido o finalidad, sean contrarias a las leyes y , especialmente aquéllas actividades publicitarias, definidas como ilícitas en los artículos 3 al 8, ambos inclusive, de la Ley 34/88, de 11 de noviembre, general de publicidad, respecto a las cuales se podrá actuar en la forma prevista en sus artículos 25 y siguientes. Asimismo, la actividad publicitaria evitará la incidencia negativa sobre el entorno, sus elementos naturales o naturalizados, con especial atención a aquéllas áreas más sensibles.

Especialmente, se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

La colocación, reparto, divulgación o difusión de publicidad que promueva cualquier tipo de violencia, el consumo de prostitución o la explotación sexual o se



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

promueva, de cualquier modo, una imagen sexista de las mujeres o cualquier otro colectivo como objeto de consumo sexual.

La colocación o instalación de cualquier soporte publicitario que por su forma, color, diseño o inscripciones pueda ser confundido con las señales reglamentarias de tráfico, impida la visibilidad o produzca deslumbramiento a conductores y conductoras de vehículos y a peatones, o en lugares donde puedan perjudicar u obstaculizar el tráfico rodado o la seguridad de éstos.

En las zonas de servidumbre y afectación de carreteras conforme a la Ley 25/1.998 de 29 de julio de Carreteras, así como en las vías férreas, calles o plazas, calzadas y pavimentos en que se pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodado o la seguridad del viandante.

En las zonas de servidumbre y afectación de costas conforme a los artículos 25 y 38 de la Ley 22/88 de 28 de julio de Costas y artículo 45.f del Reglamento General de Costas.

Todo tipo de pintadas o pictogramas en la vía pública, tanto si se realizan sobre sus elementos estructurales (calzada, aceras, bordillos), como sobre su equipamiento (en árboles o cualquier otro elemento vegetal, farolas, pilares, mobiliario urbano).

En los lugares que limiten directamente la luz o las vistas de los ocupantes de algún inmueble.

Las que impidan o dificulten la accesibilidad al interior de los edificios.

La publicidad verbal directa, a excepción de la autorizada mediante licencia especial de venta "time sharing".

En los báculos y columnas de alumbrado público, salvo lo previsto en la presente Ordenanza y para aquellos casos o acontecimiento esporádicos, pero extraordinarios, en el supuesto de que sus organizadores soliciten usar dichos soportes. En todo momento, se deberá respetar las condiciones que para cada caso imponga el servicio municipal de alumbrado, a fin de garantizar que no podrán causar ningún daño a dichos bienes de dominio público.

En aquellas zonas que por acuerdo de la Alcaldía, se califiquen como saturadas de publicidad exterior.

Sólo se autorizará el vuelo publicitario cuando se efectúe en zonas libres, prohibiéndose sobre edificaciones o áreas consolidadas por la edificación.

2.- Asimismo, la publicidad incontrolada a base de carteles, octavillas, pegatinas, etiquetas, etc... fijadas sobre paramentos de edificios, monumentos, obras públicas, viario público, elementos de mobiliario urbano, etc., no es permisible dentro del Término Municipal.

3.- Finalmente, se considera ilícita toda manifestación de actividad publicitaria que utilice la persona con la sola finalidad de ser soporte material del mensaje o instrumento de captación de la atención

Artículo 5º.- MODALIDADES DE PUBLICIDAD.

El mensaje publicitario podrá manifestarse a través de las siguientes modalidades:

Publicidad estática: tendrá esta consideración la que se desarrolla mediante instalaciones fijas.

Publicidad móvil: aquélla que sea autotransportada o remolcado su soporte por vehículo motor.

Publicidad impresa: tendrá esta consideración la que se basa en el reparto de impresos en la vía pública de forma manual e individualizada.

Publicidad audiovisual: tendrá esta consideración aquélla que se desarrolla con el apoyo de instrumentos audiovisuales, mecánicos, eléctricos o electrónicos.

Artículo 6º.- ASPECTO TRIBUTARIO.

Todo los actos de instalación de elementos de publicidad exterior están sujetos a previa licencia municipal y al pago de las exacciones fiscales que estarán fijadas en la Ordenanza Fiscal, con la excepción de la situadas en dominio público municipal sometidas al régimen de la concesión , que estarán sujetas a lo dispuesto en sus correspondientes pliegos.

Artículo 7º.- ÓRGANO Y SENTIDO DE LAS RESOLUCIONES.

La Alcaldía previo informe del Área de Urbanismo, Tráfico u otras delegaciones que resultarán competentes por la materia podrá:

Denegar la licencia correspondiente si el soporte publicitario que se pretendiese instalar, independientemente de que si estuviese permitido o no por la



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

presente Ordenanza, atentase contra la estética y el adecuado medioambiente que en todo momento debe presidir el paisaje urbano de nuestra ciudad.

Autorizar, excepcionalmente, la instalación de soportes publicitarios bien en emplazamientos no previstos en esta Ordenanza o bien de características no contempladas en la misma siempre y cuando se lleve a cabo un estudio global adecuado del entorno, de forma que el desarrollo del mismo suponga una mejora de las condiciones estéticas y medioambientales de la zona, integrando la publicidad en el conjunto del proyecto a realizar. En este caso, se fijará en la licencia las condiciones particulares y de inversión en el proyecto.

Autorizar transitoriamente la instalación o el desarrollo de cualquier tipo de actividad publicitaria en zona o lugares determinados de la ciudad en caso de acontecimientos especiales, aunque no sean tratadas o expresamente autorizadas por esta Ordenanza.

Interpretar, en casos de dudas o imprecisión, el sentido propio, de las disposiciones contenidas en esta Ordenanza.

Artículo 8º.- CARACTERÍSTICAS DE LOS SOPORTES PUBLICITARIOS.

1.- Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación así como su conjunto, deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad.

2.- Los soportes que se destinen a recibir papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos utilizados. La profundidad total del soporte, incluido dicho marco, no sobrepasara los 25 centímetros.

3.- *Cuando las instalaciones produzcan limitaciones de las luces o vistas de las fincas urbanas o colindantes en una distancia de 20 metros o molestias a sus ocupantes, es requisito indispensable acreditar documentalmente la aceptación por los afectados de dichas limitaciones o molestias. En este supuesto la solicitud de licencia deberá publicarse en un diario de difusión provincial dándose un plazo de quince días desde dicha publicación para la presentación de cualquier tipo de alegaciones.*

4.- La superficie publicitaria autorizable en cada emplazamiento vendrá definida en función del tipo e soporte, lugar de ubicación y tipología zonal. Dicha

superficie podrá ser explotada libremente por la persona titular de la licencia, si bien en caso de que no se utilice en su totalidad, estará obligada a cubrir el espacio sobrante con algún elemento decorativo que respete la estética del emplazamiento.

5.- Excepto en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, no se permitirá la fijación de carteles o la ejecución de inscripciones o dibujos directamente sobre edificios, muros u otros elementos similares, siendo necesaria en todo caso la utilización de soportes externos.

Artículo 9º.-PUBLICIDAD MEGAFÓNICA.

1.- La publicidad megafónica o acústica sólo puede desarrollarse dentro de los horarios oficiales del comercio o especialmente autorizada en cada caso previa licencia municipal.

2.- En ningún caso podrá sobrepasarse en el ejercicio de este tipo de publicidad los siguientes decibelios, ponderados de acuerdo con la escala normalizada A (dBA):

Zona con equipamiento sanitario 45.

Zona con residencia servicios terciarios no comerciales o equipamiento no sanitario, 55.

Zona con predominancia de actividades comerciales, 65.

Zona con predominancia de actividades industriales, 70.

3.- Queda taxativamente prohibido el esparcimiento de octavillas y otros elementos publicitarios desde los vehículos en que se efectúe esta modalidad publicitaria.

Artículo 10º.- PUBLICIDAD A MANO.-

1.- El reparto manual de octavillas o cualquier otro tipo similar de soporte publicitario está sometido a previa licencia municipal, debiendo efectuarse en términos restrictivos, por lo que queda prohibido su esparcimiento indiscriminado.

2.- Queda prohibida también, expresamente, la actividad llamada "de relaciones públicas" consistente en la persuasión directa de determinados locales comerciales, restaurantes y discotecas principalmente, al viandante, para que accedan al interior de los citados establecimientos.

Artículo 11º.- PUBLICIDAD EN FIESTAS POPULARES.



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

1.- La Alcaldía podrá adoptar las disposiciones especiales que considere oportunas para regular la publicidad durante las fiestas populares, de tal manera que cause los menores inconvenientes a los intereses de los ciudadanos.

2.- En cualquier caso la entidad que colocó la publicidad deberá retirar los elementos publicitarios subsistentes, una vez acabado el período festivo. En caso de no hacerlo en el plazo de diez días previo oportuno requerimiento lo harán los servicios municipales correspondientes a costa del titular de la publicidad.

Artículo 12º.- RÉGIMEN JURÍDICO GENERAL DE LOS ACTOS DE PUBLICIDAD.

1.- No necesitarán licencia municipal:

Las placas y escudos identificativos de dependencias públicas, sedes de representaciones oficiales extranjeras, hospitales, clínicas y dispensarios, actividades profesionales y similares, colocadas sobre puertas de acceso o cerca de ellas.

Las banderas, banderolas o estandartes y elementos similares representativos de los diferentes países, estados, organismos oficiales, centros culturales, religiosos, deportivos, políticos, colegios profesionales y centros con actividades similares.

Los anuncios colocados en el interior de puertas, vitrinas o escaparates de establecimientos comerciales, que se limiten a indicar los horarios en que permanecen abierto al público, precios de los artículos en venta, los motivos de un motivo cierre temporal de traslado, liquidaciones o rebajas y otros similares, siempre con carácter circunstancial.

Los que se limiten a indicar la situación de venta o alquiler de un inmueble, siempre que no lleven aparejado marca comercial de inmobiliaria.

2.- Los actos de publicidad exterior realizados mediante instalaciones eléctricas o mecánicas además de la normativa específica, deben acomodarse a la reguladora de los medios técnicos que utilicen.

3.- La persona física o jurídica propietaria de los soportes publicitarios está obligada a la perfecta conservación de los mismos, de tal forma que dicho soporte publicitario se encuentran en perfecto estado de seguridad y ornato.

4.- El Ayuntamiento podrá exigir, para la concesión de licencias de actividades publicitarias, que, a juicio de los servicios técnicos, presenten algún riesgo o peligro, la formalización previa de un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños a terceros, con una duración que coincida con la de la actividad que desarrollará. Asimismo, se podrá exigir una fianza o aval que garantice la reposición o restauración de los elementos de la urbanización que pudiesen quedar afectados, o bien para cubrir los gastos de limpieza subsidiaria de la vía y espacios públicos.

5.- El Ayuntamiento exigirá que todos los soportes publicitarios tengan colocada una placa de identificación numerada además de hacer constar en la misma el número del expediente de la licencia. Dicha placa, deberá ubicarse en un lugar visible de la instalación publicitaria y se ajustará al modelo que los servicios técnicos dispongan al efecto.

Artículo 13º.- DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO.

1.- La solicitud de licencia para la instalación de soporte de publicidad exterior, deberá estar suscrita por persona física o jurídica con capacidad legal suficiente.

2.- A la solicitud se acompañará los siguientes documentos:

Memoria descriptiva y justificativa de la actuación, donde se deberá hacer constar los materiales, calidades, texturas y colores de la instalación prevista.

Presupuesto de la instalación.

Plano parcelario y fotografías del emplazamiento desde diferentes ángulos y tomadas desde la vía pública, de modo que permitan la perfecta identificación del mismo en formato mínimo de 8 x 11 ctm.

Autorización de la propiedad del emplazamiento, con menos de tres meses desde su expedición, indicando nombre y apellidos del firmante, calidad en que actúa, número de identificación fiscal, dirección y teléfono.

Fotocopia de la licencia de obras cuando la instalación se efectúe en un emplazamiento donde se estén ejecutando o vayan a ejecutarse obras.

Fotocopia del alta en el Impuesto de Actividades Económicas o resguardo de estar al corriente en el pago de dicho Impuesto por parte de la empresa que ejecute



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

la instalación correspondiente, y del anunciante si el supuesto de la actividad anunciada es de carácter empresarial, profesional o artística.

Para el supuesto de instalación de soportes publicitarios luminosos, la persona solicitante de la licencia, deberá aportar los nombres y direcciones de los y las usuarios de viviendas o locales con huecos situados a menos de 10 metros del anuncio o 15 mts si los tuviera enfrente.

En el supuesto anterior, el Ayuntamiento antes de la concesión, deberá dar audiencia previa, por un plazo de 20 días hábiles a las personas que se puedan ver afectadas por la instalación del anuncio luminoso, para que de esta forma las mismas puedan alegar lo que estimen conveniente. Para el supuesto de que la persona solicitante de la licencia no pueda aportar con exactitud los datos señalados en la letra g), el Ayuntamiento publicará mediante edicto en cualquier periódico provincial la solicitud de licencia del soporte publicitario, dando un período de audiencia de 20 días hábiles a fin de que quienes se consideren perjudicadas puedan aducir sus reclamaciones.

PROCEDIMIENTO SANCIONADOR.

Artículo 14º.- CONCEPTO DE INFRACCIÓN.

Son infracciones las acciones y omisiones que vulneren las prescripciones de esta Ordenanza y las contenidas en la Ley del Suelo y demás normas urbanísticas.

No se podrá imponer sanción alguna sin previa tramitación de expediente al efecto de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de Octubre del Procedimiento Administrativo común de las Administraciones Públicas.

En el supuesto de que la instalación antirreglamentaria de carteleras, carteles, rótulos y demás modalidades publicitarias supongan ocupación de vía pública en planta o vuelo, la autoridad municipal podrá proceder a su retirada, una vez acreditada tal invasión, sin que haya derecho a reclamar por los posibles daños

que pudiera sufrir la instalación publicitaria y sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

En cualquier caso que exista peligro inminente para la ciudadanía, bienes o tránsito rodado, la manifestación publicitaria podrá ser retirada de oficio por el Ayuntamiento, sin requerimiento previo a la persona física o jurídica titular del anuncio y sin perjuicio de que continúe la tramitación del expediente sancionador correspondiente.

Por excepción, cuando como consecuencia del desarrollo de actividades de carácter itinerante o esporádico, y en general, de vigencia temporal reducida se realicen campañas publicitarias con manifiesta infracción de lo dispuesto en esta Ordenanza se establece el siguiente procedimiento:

Requerimiento a la persona presuntamente infractora para que en el plazo de 24 horas proceda a la retirada inmediata de la instalación o publicidad de que se trate.

De no ser retirados tales elementos en el plazo concedido lo realizará el Ayuntamiento inmediatamente a costa del o la infractor, sin perjuicio de proseguir la tramitación del expediente con audiencia del interesado/a hasta su normal resolución e imposición de la multa si así procediere.

Artículo 15º.- CLASIFICACIÓN DE LAS INFRACCIONES.

Las infracciones se clasifican en graves y leves:

Constituyen infracción grave el carecer de licencia municipal, el incumplimiento de lo preceptuado en el artículo 4º de esta Ordenanza y el incidir de forma negativa en la necesaria protección ambiental del entorno o de las edificaciones.

También se considerarán faltas graves:

El incumplimiento de los requerimientos municipales, ya sean para la corrección de deficiencias advertidas en las instalaciones o la ejecución de obras necesarias para su conservación y ornato.

La reincidencia en faltas leves en un período de treinta días consecutivos en una o varias instalaciones.

Se considerará como infracciones leves, aquéllas en las que en el procedimiento sancionador se demuestre la escasa entidad del daño producido a los



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

intereses generales sin que se haya obtenido beneficio económico notorio para el infractor.

Artículo 16º.- SANCIONES.

El incumplimiento de los preceptos de esta Ordenanza será sancionada con multa en la cuantía autorizada por las Leyes, sin perjuicio de la adopción de las medidas que sean procedentes a fin de restablecer la legalidad infringida y sin perjuicio de la indemnización de los daños y perjuicios a que en su caso hubiere lugar.

En concreto se tipifica las siguientes infracciones:

Infracción Leve: sanción hasta 90,00 euros.

Infracción Grave: por realización de actividades prohibidas expresamente en esta Ordenanza enumeradas en los artículos 4º, 9º.3 y 10.2 multa de 300,00 a 450,00 euros.

Infracción Grave por realización de actividades sin licencia o sin ajustarse a las condiciones de la misma: multa de 150 a 3.000 euros.

Se estará a lo dispuesto en la legislación urbanística y demás legislación aplicable. Para la graduación de las sanciones se atenderá al grado de culpabilidad, reincidencia, reiteración y demás circunstancias agravantes o atenuantes que concurran. En ningún caso la infracción puede suponer un beneficio económico para el infractor o infractora.

Los topes máximos y mínimos de las sanciones son los mismos que se establezcan en la legislación urbanística y demás legislación de apoyo de esta Ordenanza. Asimismo se ha estado a la cuantía máxima de la disposición adicional única de la Ley 11/1.999 de 21 de abril .

Artículo 17º.- RESPONSABLES.

De las infracciones de esta Ordenanza serán responsables solidarios:

En primer lugar la empresa publicitaria, o en su caso la persona física o jurídica que hubiese dispuesto la colocación del anuncio, sin la previa licencia o concesión, o con infracción de las condiciones impuestas en las mismas, o de los preceptos de la presente Ordenanza.

La persona beneficiaria o titular del mensaje.

La persona física o jurídica propietaria del lugar en que se haya efectuado la instalación, cuando lo hubiera autorizado.

El/la titular de la licencia y la persona propietaria del suelo o edificación, podrán retirar los anuncios que se fijen sin su consentimiento y sin perjuicio de que pueda denunciar los hechos al Ayuntamiento a los efectos legales pertinentes.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

En el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la presente Ordenanza deberá acomodarse la publicidad actual de la ciudad a las prescripciones previstas en la misma.

En caso de supuestos de imposibilidad de legalización de actuaciones (prohibiciones del artículo 4º y concordantes), la presente Ordenanza se aplicará desde su entrada en vigor.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango, incluidos Bandos de la Alcaldía regulen las materias contenidas en esta Ordenanza, en cuanto las contradigan o sean incompatibles con la misma.

DISPOSICIÓN FINAL PRIMERA.

En lo no dispuesto en esta Ordenanza se estará a lo dispuesto en la normativa comunitaria, estatal, y autonómica sobre la Publicidad; idem. de Policía Urbanística en sentido amplio; idem. de Defensa de Consumidores y Usuarios y de Protección de la Salubridad Pública; idem. de legislación de Orden Público y Seguridad Ciudadana; e idem. de legislación de Régimen Local y de Protección del Dominio Público Local.

DISPOSICIÓN FINAL SEGUNDA.

La presente Ordenanza General Municipal de Publicidad que consta de 19 artículos, 1 Disposición Transitoria, 1 Disposición Derogatoria y 2 Disposiciones Finales entrará en vigor una vez aprobado definitivamente por el Ayuntamiento y publicado su texto completo en el Boletín Oficial de la Provincia de Málaga, trascurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/1.985 de 2 de abril reguladora de las Bases de Régimen Local."

SEGUNDO.- Ordenar la publicación de este acuerdo en el Portal de Transparencia, en el Tablón de Anuncios de este Ayuntamiento, así como en el Boletín Oficial de la



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE BENALMÁDENA

Provincia al objeto de otorgar un plazo de exposición al público y de alegaciones de 30 días. Transcurrido dicho plazo se resolverán las alegaciones y se acordará la aprobación definitiva mediante acuerdo plenario. En el caso de que no se hubieran presentado reclamaciones, se entenderá definitivamente adoptado el acuerdo, hasta entonces provisional, sin necesidad de nuevo acuerdo plenario.

TERCERO.- El acuerdo definitivo a que se refiere el apartado anterior, incluyendo los provisionales elevados automáticamente a tal categoría, y el texto íntegro de la Ordenanza, habrá de ser publicado en el Boletín Oficial de la Provincia, conforme dispone el art. 70.2 de la LBRL. La entrada en vigor se producirá con la publicación en Boletín y transcurrido el plazo señalado en el art. 65.2 del citado texto."

Lo que traslado a Vd. para su conocimiento y con delegación para notificar a terceros.

En Benalmádena, a 10 de agosto de 2018
EL SECRETARIO GENERAL,

Fdo. José Antonio Ríos Sanagustín



D. Fermín Alarcón Sánchez del Pozo
Jefatura Sección Técnica Interdepartamental