



**MUNICIPALIDAD DE SAN ISIDRO**  
**Dirección General de Despacho y Legislación**



BOLETIN OFICIAL

EDICION EXTRA N° 4 2 9

**CONTENIDO:**

**DECRETO NRO. 938/2009:** Texto Ordenado del Código de Publicidad vigente.

Publicado, el día 30 de ABRIL de 2009

SAN ISIDRO, 20 de abril de 2009

DECRETO NUMERO: **9 3 8**

Visto la sanción de la Ordenanza N° 7938 -  
Código de Publicidad; y

Considerando:

QUE se han aprobado modificaciones por Ordenanza N° 8410, que necesitan ser incorporadas al Código de Publicidad para su correcta y eficiente aplicación;

QUE el Departamento de Despacho y Proyecto Normativos ha confeccionado el "Texto Ordenado", conforme a las modificaciones vigentes, el cual debe ser aprobado mediante el pertinente acto administrativo;

Por ello, en ejercicio de las atribuciones que le son propias;

EL INTENDENTE MUNICIPAL DE SAN ISIDRO

d e c r e t a :

ARTICULO 1°.- Apruébase el Texto Ordenado del Código de Publicidad vigente, el que  
\*\*\*\*\* como Anexo I forma parte del presente como Código de Publicidad.

ARTICULO 2°.- Regístrese. Comuníquese y publíquese.-

DESP Y LEGISL
EC

**Sr. INTENDENTE MUNICIPAL Dr. Angel Gustavo Posse**  
Sr. Secretario General de Gobierno y Administración Lic. Héctor Aníbal Prassel

## **Anexo I**

### **CODIGO DE PUBLICIDAD**

ARTICULO 1°.- Se regirá por las disposiciones de la presente Ordenanza, toda actividad  
\*\*\*\*\* publicitaria manifestada por cualquiera de los anuncios permitidos en este  
cuerpo normativo que se desarrolle dentro del Partido de San Isidro.-

ARTICULO 2°.- Defínese como “Actividad Publicitaria”, a efectos de la aplicación de  
\*\*\*\*\* esta Ordenanza, a la acción tendiente a dar a conocer una labor o un pro-  
ducto comercial, industrial o de servicio, público o privado, realizada en la vía pública y/o en  
sitios de acceso o vista al público, a través de medios empleados para el cumplimiento de sus  
fines.-

ARTICULO 3°.- Se considera a la actividad publicitaria como parte del ordenamiento  
\*\*\*\*\* urbano ambiental y por ello, el ejercicio de la misma, deberá realizarse  
conforme se establece en esta Ordenanza, con las limitaciones del Código de Ordenamiento  
Urbano, el Código de Edificación y las demás normas complementarias Provinciales y Na-  
cionales que regulen la materia. Forma de medir la altura: A los efectos de la aplicación de  
este Código, para medir la altura se tomará como cota +/-0.00 el nivel sobre la Línea Muni-  
cipal en correspondencia con el sitio de emplazamiento del cartel. En caso de predios con  
niveles variables, se resolverá cada caso particularmente con intervención de las Oficinas  
Técnicas.

ARTICULO 4°.- Los sujetos de la actividad publicitaria para este Código son las personas  
\*\*\*\*\* físicas o jurídicas que desarrollan la actividad en el ámbito del PARTIDO  
DE SAN ISIDRO inscriptos en los registros y matrículas respectivas.-

Se clasifican en:

a) Anunciantes: Las que realizan por sí o con intervención de una agencia de publicidad, un  
concesionario o un tercero, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.

/...

//...

b) Agencias de Publicidad: Las que toman 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 ese objeto.-

c) Titular del medio de difusión: Las que desarrollan la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes publicitarios por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes de su propiedad, o propietario, usufructuario, poseedor o tenedor del espacio donde se encuentra instalado un anuncio.-

d) Concesionario: Serán considerados tales, aquellos que resulten adjudicatarios de un permiso de instalación y/o uso de espacios públicos de elementos con fines publicitarios.-

ARTICULO 5°.- RESPONSABILIDAD. Los sujetos enumerados en el artículo anterior \*\*\*\*\* serán responsables solidaria y concurrentemente, por toda violación o inobservancia a las normas relacionadas con esta actividad. Se hace extensiva esta solidaridad a los impresores o tenedores de anuncios, como asimismo al propietario/titular del inmueble donde éstos se hallan instalados.-

ARTICULO 6°.- DE LOS REGISTROS. La dependencia municipal que el Departamento \*\*\*\*\* Ejecutivo determine deberá llevar como mínimo los siguientes registros:

a) De anunciantes.-

b) De Agencias de Publicidad.-

c) De Titulares de medios de Difusión.-

d) De Concesionarios de espacios públicos de publicidad.-

El Departamento Ejecutivo reglamentará los requisitos, tasas, procedimientos y condiciones para la inscripción en tales registros.-

ARTICULO 7°.- Denomínese “Anuncio” a toda manifestación publicitaria que se realice \*\*\*\*\* por medio de carteles, columnas, carteleras, afiches, volantes, banderas o similares que contemple la presente Ordenanza.-

//...

///...

ARTICULO 8°.- CLASIFICACION DE LOS MEDIOS. Según sus características los **\*\*\*\*\*** medios se clasificarán en: carteles, columnas de publicidad, carteleras en vallas de obra en construcción, afiches-volantes y calcos, pantallas de publicidad, publicidad en vehículos, anuncio ocasional y anuncios instalados en el interior de estadios, clubes, campos deportivos y salas de espectáculos.-

ARTICULO 9°.- CARTELES. Clasificación de carteles por su ubicación:

a) Interno: Es el que se encuentra emplazado dentro del predio privado o que no invada más de 0,30 m de espacio aéreo público respecto de la línea Municipal.

No podrán afectar áreas de iluminación y/o ventilación de inmuebles propios y/o ajenos.

Los carteles internos se clasificarán en:

1) Frontales: serán considerados tales los adheridos a los muros exteriores ubicados sobre la línea municipal o en el área del retiro de frente, que no sobresalgan mas de 0.30 m del muro en que se sustenten. Los pintados o adheridos al muro, que no requieren estructuras de sostén, no tendrán restricción de ubicación. En caso de requerir estructura de sostén la distancia entre el filo interior del cartel y el solado no será inferior a 2.50 m.

2) Salientes: Serán considerados tales los ubicados en forma perpendicular u oblicua respecto de los muros que los sustenten, o los paralelos que sobresalgan más de 0,30 m del muro. La distancia entre el filo inferior del cartel y el solado no será inferior a 2,50 m.

3) Las restricciones enunciadas en los precedentes punto 1 y 2 no regirán cuando los carteles se ubiquen en el interior de los locales, pero deberán guardar las medidas de seguridad necesarias en términos estructurales y de instalación eléctrica.

b) Externo: Son los que se instalan en forma perpendicular a la línea Municipal a partir de los 0.30 m de ésta y hasta un máximo de 1.50 m, no pudiendo superar el borde superior la altura de fachada de la edificación o los 4.50 m tomados desde la vereda; y la distancia mínima que debe existir entre el borde inferior del cartel y el solado nunca será menor a 2.50 m.

Entre predios: se colocarán como mínimo a 0.30 m de los ejes divisorios.

En veredas cuyo ancho sea inferior a 2.00 m, no se permitirá este tipo de publicidad.

///...

///...

c) Quedan prohibidos los carteles sobre medianeras, muros divisorios, los denominados sándwich, bicicleteros, exhibidores en la vía pública, y toda otra cartelería o publicidad que no se encuentre expresamente autorizada por el Departamento Ejecutivo.

d) El Departamento Ejecutivo podrá considerar configuraciones distintas a las especificadas en este artículo cuando la característica de la fachada amerite soluciones distintas. En estos casos se realizará un estudio particularizado que demuestre justificadamente este tratamiento.

ARTICULO 10°.- Clasificación de carteles por sus características:

a) Simple: estático, carente de iluminación.

b) Iluminado: que recibe luz artificial instalada a tal efecto.

c) Luminoso: que emite luz desde su interior.

d) Animado: que tiene movimiento por articulación de sus partes o simula un movimiento por efecto de luces.-

ARTICULO 11°.- Los Carteles se clasificarán, según su contenido en:

a) Letrero Propio: Es aquel cartel publicitario que se halla ubicado en el lugar donde se fabrica el producto o se desarrolla la actividad referida.

b) Aviso de Tercero: Es aquel que se ubica en un sitio o local distinto al correspondiente al negocio, industria, profesión o actividad, cuyos productos o servicios se publiciten en el mismo.

c) Letrero Combinado: Cuando el cartel esté colocado en el mismo local del comercio, industria, o profesión y que publicita simultáneamente a dicha actividad y a otros productos o servicios.-

ARTICULO 12°.- COLUMNAS DE PUBLICIDAD. Se denomina columna de publicidad \*\*\*\*\* al soporte publicitario consistente en pantallas o elementos similares sostenidos por columnas portantes.

///...

//////...

1) Características:

- a) Solo podrán emplazarse en el interior de predios privados, pudiendo la columna portante ubicarse en el retiro de frente.
- b) No podrán tener más de 10 m<sup>2</sup> de superficie por fase.
- c) El filo inferior del cartel no podrá estar a menos de 2.50 m del solado, y la altura máxima total no podrá superar los 4.50 m, salvo que por razones de circulación vehicular y seguridad deban modificarse estas alturas, debiéndose demostrar justificadamente con un estudio particularizado las razones de un tratamiento especial.
- d) La saliente máxima respecto de la línea municipal no superará los 2,50 m. y, en veredas de menos de 3 m de ancho podrá ser igual al ancho de la vereda menos 0,5 m.
- e) No podrá su cono de sombra o luminosidad afectar a vecinos, para lo cual deberá presentarse la demostración correspondiente o la conformidad de los linderos.
- f) Para todos los casos su autorización quedará condicionada al estudio técnico respecto de las características de la zona, posibles perjuicios a vecinos linderos y características del emplazamiento.
- g) El Departamento Ejecutivo podrá considerar configuraciones distintas a las específicas en este artículo cuando la característica del lugar de implantación amerite soluciones distintas. En estos casos se realizará un estudio particularizado que demuestre justificadamente su tratamiento.

2) Podrán autorizarse columnas de mayores dimensiones o grandes columnas en los bordes del Acceso Norte, en grandes predios comerciales o industriales, siempre que del estudio particularizado, que deberá realizarse, pueda determinarse que su cono de sombra o luminosidad no afecta a terceros.-

ARTICULO 13°.- CARTELERAS EN VALLAS DE OBRAS EN CONSTRUCCION. Es \*\*\*\*\* el elemento estable de carácter frontal destinado a la colocación de afiches, pudiendo estar emplazadas en los cercos de obras en construcción, con frente a la vía pública, conforme lo reglamente el Departamento Ejecutivo. Tendrán que presentar para su autorización el permiso correspondiente del propietario o responsable de obra, según corresponda.

//////...

/////...

Deberá ajustarse a las siguientes características:

- a) Deberán guardar una distancia de 0,30 m. entre cada cartelera.
- b) Deberán ser conservadas en buen estado y construidas con materiales tratados anticorrosivamente.
- c) Deberán presentar croquis de las carteleras a instalarse y un detalle técnico del material que se utilizará para su construcción.
- d) Será responsable el autorizado y el propietario del inmueble donde se instale, del mantenimiento y conservación en buen estado.
- e) Por razones de seguridad, la publicidad que se instale en los vallados de obra nunca podrán superar los 4 m de altura, permitiéndose su colocación en zonas comerciales (C), industriales (I), y en las zonas residenciales (R) únicamente sobre avenidas. En las demás zonas la solicitud será considerada particularmente según las características del lugar de emplazamiento.

ARTICULO 14°.- AFICHES – VOLANTES – CALCOS. Se considerará afiche al \*\*\*\*\* anuncio impreso o pintado en papel, tela o similar, para ser fijado en lugares permitidos al efecto.

Se considerará volante al anuncio impreso para su distribución al público.

Se considerará calco al anuncio impreso en material autoadhesivo. Prohíbese la distribución o reparto de volantes y/o calcos con entrega en mano en la vía pública como así también la fijación de afiches en lugares no autorizados a tales fines.

El distribuidor y/o fijador de tales anuncios de cartelería –prohibidos o no autorizados por el Departamento Ejecutivo- será solidariamente responsable con el anunciante y/o agencia de publicidad por la instalación o distribución de la publicidad en infracción, como asimismo el impresor cuando contravenga normas vigentes.

Para proceder a la fijación de este tipo de anuncios, el anunciante deberá estar autorizado por el concesionario y/o propietario, caso contrario estará sujeto a las sanciones establecidas en el Código Contravencional referida a la publicidad sin autorización.

ARTICULO 15°.- PANTALLAS DE PUBLICIDAD. Son las instaladas por la \*\*\*\*\* Municipalidad, o un concesionario municipal en la vía pública.-

/////...



////////...

ARTICULO 16°.- PUBLICIDAD EN VEHÍCULOS. Podrán ser colocados anuncios en \*\*\*\*\* vehículos comerciales, siempre que los mismos no obstruyan la visión del conductor y/o generen peligro o inseguridad a terceros, quedando prohibida la utilización y circulación de remolques o trailers publicitarios.

ARTICULO 17°.- ANUNCIO OCASIONAL. Se considerarán anuncios ocasionales a los \*\*\*\*\* que publiciten remates, venta, locación de inmuebles, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías, promoción de servicios o prestación de los mismos. El plazo máximo de exposición será de 90 días, excepto en los casos en que el Departamento Ejecutivo, atendiendo a las características de la actividad, o la conveniencia operativa en la fiscalización de los mismos, estime adecuado la prolongación, de dicho plazo.-

ARTICULO 18°.- ANUNCIOS INSTALADOS EN EL INTERIOR DE ESTADIOS, \*\*\*\*\* CLUBES, CAMPOS DEPORTIVOS Y SALAS DE ESPECTACULOS. Son los que se instalan en estos sitios para ser vistos exclusivamente por el público asistente. Deberán presentar una solicitud de permiso por cada anuncio instalado. No habrá restricciones en cuanto a las características de los carteles, salvo las relativas a seguridad y salubridad que emergen de las Ordenanzas Municipales.-

ARTICULO 19°.- Carteles publicitarios que no requieren autorización municipal.-

- 1) Los letreros propios pintados, que no superen el metro cuadrado de superficie, siempre que sean el único cartel expuesto hacia la vía pública en estas condiciones, con excepción de los indicados en el punto 2.
- 2) Los indicadores de rubros que en su conjunto no superen 0,50 m<sup>2</sup> de superficie.-
- 3) Las placas de hasta un metro cuadrado (1m<sup>2</sup>) donde consten nombre y actividad de profesionales.
- 4) Los carteles de obra exigidos por el Código de Edificación, siempre que los mismos no excedan de diez metros cuadrados (10 m<sup>2</sup>) ni promuevan publicidad de terceros ajenos a la titularidad o responsabilidad profesional de la obra.

////////...

////////...

5) Los carteles pintados o realizados en material autoadhesivo en vehículos siempre que se limiten a indicar la identidad y/o rubro de la actividad a la que pertenecen.-

6) Los exigidos por disposiciones Nacionales, Provinciales o Municipales que obligan a la identificación de los autorizados para el desarrollo de ciertas actividades.

7) Los de institutos de enseñanza debidamente autorizados, siempre que los mismos no excedan de cuatro metros cuadrados (4m<sup>2</sup>), o estén destinados a indicar fechas de inscripciones, cursos y servicios a ofrecer y/o valor de las cuotas.

ARTICULO 20°.- Los anuncios y soportes, o las nuevas técnicas publicitarias no \*\*\*\*\* contempladas en este Código, podrán ser autorizados por el Departamento Ejecutivo, si se adecuan a los principios sostenidos en esta ordenanza y a la disposición del Código de Ordenamiento Urbano y el Código de Edificación. Cuando fuere necesario, a criterio del Departamento Ejecutivo efectuar un estudio de Impacto Ambiental, el costo del mismo estará a cargo de la persona peticionante del anuncio, y el procedimiento será el que dispongan las Ordenanzas sobre impacto ambiental vigentes y la Reglamentación de la presente.-

ARTICULO 21°.- La ocupación de espacios públicos con elementos publicitarios \*\*\*\*\* existentes a la fecha de sanción de la presente, aún con permiso municipal, podrá ser rectificada por razones de interés general por el Departamento Ejecutivo, pudiendo ordenarse el retiro y/o demolición de los elementos perturbadores, sin perjuicio de la aplicación de sanciones por las infracciones cometidas, y del reclamo de los costos resultantes a los responsables, por la remoción de los obstáculos.-

ARTICULO 22°.- No se consentirá la instalación y permanencia de publicidad alguna, \*\*\*\*\* cuando:

a) Los carteles que se ubiquen en espacios no autorizados para el ejercicio de la actividad publicitaria, o alteren y/o modifiquen los lineamientos arquitectónicos de los edificios, el diseño de fachadas, oculten balcones, ventanas, cornisas, molduras, ornamentos, modifiquen vistas, perfiles edilicios y/o que no respeten la unidad cromática del inmueble, entre otras condiciones, que a criterio de los Organismos Técnicos sea necesario conservar.

////////...

//////////...

- b) Los anuncios y/o sus soportes contravengan normas de seguridad, salubridad y/o generen inseguridad, contaminación visual u otros impactos ambientales negativos.-
- c) Los anuncios y/o sus soportes contravengan normas contenidas en las leyes y disposiciones de tránsito o comprometan la seguridad vehicular y/o peatonal y/o se instalen en cruces de barreras ferroviarias.-
- d) Los anuncios atenten contra el orden público y el interés general.-
- e) Los anuncios relativos a servicios fúnebres se ubiquen a menos de 100 metros de establecimientos donde se internen o asistan ancianos o enfermos.-
- f) Los anuncios sean sonoros y trasciendan a la vía pública, provengan de instalaciones fijas o móviles; o se realicen mediante el uso de fuegos artificiales; o fueren aéreos, de cualquier naturaleza, ejecutados por medio de máquinas volantes, aerostatos u otros elementos, y sean ellos realizados habitualmente. Podrán solicitarse estos anuncios para su estudio y posterior decisión, cuando fueren propuestos en forma excepcional y con la anticipación suficiente para que el Departamento Ejecutivo pueda resolverlo fundadamente, teniéndose en consideración las circunstancias particulares del caso.-
- g) Los anuncios y/o sus soportes perjudiquen la visibilidad de advertencias o información de interés general.-
- h) Los anuncios que a juicio fundado del Departamento Ejecutivo contengan aserciones, explicaciones o afirmaciones, falaces o engañosas, o que por su malicia puedan inducir a confusiones o engaño al público; o cuando los mismos puedan confundirse con señales de tránsito o señales de interés público.-
- i) Los anunciantes, agencias de publicidad, titulares de los medios de difusión y/o concesionarios se encuentren en infracción o estén incumpliendo las condiciones fijadas para su permanencia en los registros de publicidad.-
- j) En las marquesinas salientes que se proyecten sobre vía pública. Entiéndase por “Marquesina” el elemento constructivo en voladizo, saliente de la fachada, utilizado para proteger accesos y aberturas, o como elemento decorativo proyectado como parte del edificio, que puede o no tener incorporada publicidad.

ARTICULO 23°.- Se extinguirán los permisos otorgados:

I-Por cumplimiento del plazo.

//////////...

//////////...

II -Por baja solicitada por alguno de los sujetos habilitados para la actividad publicitaria.

III-Por verificarse en tiempo sobreviniente al otorgamiento del mismo, alguna o algunas de las situaciones previstas en el artículo 21° de la presente Ordenanza.

IV-Por revocación fundada en razones de interés general.

V- Por caducidad automática cuando:

a) El interesado no instale el anuncio antes del vencimiento del año de su otorgamiento, cualquiera fuese el plazo del permiso;

b) El anuncio y/o soporte no reúna las condiciones necesarias para su funcionalidad por falta de mantenimiento o causas fortuitas y no se instrumenten las medidas de reparación en el término que fije la intimación realizada por las dependencias competentes;

c) Faltare la inscripción, en el texto del anuncio, del número de autorización municipal correspondiente, previa intimación efectuada e incumplida;

d) Incumplieren los responsables, sus obligaciones tributarias durante más de seis meses consecutivos o el 50% de las mismas, dentro de la fracción del año calendario;

e) No acrediten los responsables el pago de los seguros que exija la reglamentación en el momento de notificarse del permiso, o antes del día 31 de abril de cada año en el caso de renovaciones automáticas de permisos;

f) No cumplan los concesionarios las obligaciones estipuladas en los respectivos instrumentos en los que se otorguen las concesiones.-

ARTICULO 24°.- BASE IMPONIBLE: La superficie de los anuncios aunque tengan \*\*\*\*\* forma irregular, se determinará calculando la superficie de un rectángulo ideal cuya base y altura será la mayor longitud horizontal y vertical del medio objeto de medición. Los marcos, armazones o cualquier otro dispositivo en que se exhiban los anuncios que estén unidos a estos, se considerarán formando parte de los mismos a los efectos de determinar su superficie. En aquellos anuncios que requieran una estructura de sostén especial, la superficie de esta no se considerará a los efectos del conjunto, salvo que allí existan medios publicitarios.

La publicidad en vidrieras, ventanas, puertas y pintados en interior de locales de acceso público, será considerada en base a la sumatoria de superficies individuales.-

//////////...

//////////...

ARTICULO 25°.- PRINCIPIO GENERAL: Para efectuar publicidad cualquiera sea el \*\*\*\*\* medio empleado previo a su difusión o instalación se deberá contar con el correspondiente permiso municipal e inscripción, de corresponder, en los registros pertinentes. Todo anuncio debe llevar el correspondiente número de permiso municipal otorgado, su autorización o sello de la dependencia Municipal correspondiente.-

ARTICULO 26°.- Las solicitudes de permiso para la instalación de anuncios o el \*\*\*\*\* desarrollo de alguna actividad publicitaria deberán ser presentadas por el responsable de la misma, ante el organismo Municipal que corresponda, reuniendo este carácter de Declaración Jurada. No se dará curso a ningún trámite si el solicitante, el anunciante, el tenedor o el propietario del inmueble sobre el cual pretende instalarse el anuncio, registrare algún tipo de deuda fiscal o contravencional con la Municipalidad de San Isidro.-

ARTICULO 27°.- La transferencia del comercio o industria no implica la transferencia de \*\*\*\*\* la publicidad existente.

Las estructuras publicitarias no podrán ser transferidas sin expresa autorización municipal, quien previo a otorgarla determinara expresamente las condiciones de las instalaciones, perjuicios al entorno, niveles de polución visual, y demás elementos que puedan significar una variación en las condiciones en que las mismas fueron emplazadas y autorizadas.

En caso de nuevas habilitaciones de locales o edificios en los que se pretenda conservar un medio publicitario autorizado previo a la citada transferencia, el interesado deberá solicitar un nuevo permiso y ajustarse a la normativa vigente.

En el caso en que se solicitase mantener características idénticas en la publicidad, y por esta, se mantenga deudas fiscales y contravencionales impagas, se deberá abonar las mismas, previo otorgamiento de la nueva autorización.

ARTICULO 28°.- Todos los anuncios superiores a los 2 m<sup>2</sup> que cuenten con estructura de \*\*\*\*\* sostén, cualquiera sean sus características, deberán presentar la siguiente documentación para obtener el permiso de instalación:

//////////...

///...

- a) Solicitud de permiso de publicidad.
- b) Plano firmado por profesional matriculado donde conste ubicación acotada del cartel en planta, vista y corte; cálculo y características de la estructura de sostén, tensores, empotramiento, análisis de carga, peso propio y acción del viento; especificaciones de materiales e instalación eléctrica si la hubiere.-
- c) Nota de responsabilidad del método de cálculo adoptado y su fiel ejecución en obra por parte del profesional, la cual deberá indicarse en planos.-
- d) Nota de responsabilidad de mantenimiento y conservación del cartel por parte del propietario, la cual deberá indicarse en planos.-
- e) Contrato obligatorio de tareas profesionales visado por el colegio respectivo.-
- f) Plano aprobado de la propiedad.-
- g) Póliza de seguro de responsabilidad civil para cubrir daños a terceros.-
- h) Acreditación de titularidad, autorización del propietario o contrato de alquiler del bien donde se instale la publicidad.-

El Departamento Ejecutivo podrá reservarse el derecho de no otorgar el permiso de instalación, debidamente fundado, si las características del anuncio, sea por su magnitud o zona de emplazamiento del mismo, sugieran la posibilidad de afectar la higiene ambiental, las características de la zona, o los derechos y seguridad de terceros.-

i) Los Organismos Técnicos competentes, por las características de las instalaciones a colocar, podrán eximir de la presentación de alguna de las documentaciones exigidas en este artículo por medio de la presentación de un informe avalado por profesional responsable, siempre que se verifique que no podrán generar daños a terceros y que se cumplen todas las condiciones de seguridad.

ARTICULO 29°.- POLIZA DE SEGUROS: Previo al retiro del permiso de instalaciones \*\*\*\*\* deberá presentar el solicitante dentro de los diez días siguientes una póliza de seguro de responsabilidad civil, endosada a favor de la Municipalidad de San Isidro. En caso de no ser presentada en el plazo estipulado se tendrá por caducado el trámite de autorización y procederá la remoción de las instalaciones construidas.-

//////////...

//////////...

ARTICULO 30°.- La póliza deberá cubrir los gastos y daños que ocasionaren a personas \*\*\*\*\* y bienes con la instalación, uso, permanencia, retiro o acarreo por cuestiones de seguridad, mantenimiento o resolución administrativa correspondiente. Asimismo deberá incluir cobertura por los gastos de remoción y traslado, en caso de incumplimiento a intimaciones dispuestas por la municipalidad, en ese sentido. La Póliza deberá ser renovada anualmente, siendo su falta de actualización causal de revocación de la autorización otorgada.-

ARTICULO 31°.- Los permisos para la instalación de carteles y/o soportes sean estos en \*\*\*\*\* sitios públicos o privados con acceso y/o vista al público, serán siempre precarios y revocables por razones de interés general, y sin derecho a indemnización alguna.-

ARTICULO 32°.- Los trámites para obtener los permisos de publicidad, serán \*\*\*\*\* reglamentados por el Departamento Ejecutivo.-

La publicidad a colocar en áreas y zonas de interés urbano ambiental recibirán tratamiento particularizado por parte de los Organismos Técnicos en base a los principios generales de este Código.

ARTICULO 33°.- Todo el que colocase un anuncio y/o soporte contraviniendo lo \*\*\*\*\* establecido en los artículos anteriores, será responsable de las infracciones cometidas. Sin perjuicio de ello deberá abonar los gastos resultantes por el retiro de los mismos, cuando procediera su ejecución por parte de las dependencias municipales pertinentes, o por quien el Departamento Ejecutivo designe. Las infracciones cometidas serán sancionadas con las penas previstas en el Código de Faltas y el procedimiento establecido en el Código Procesal Contravencional.-

ARTICULO 34°.- Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 33, en aquellos casos en \*\*\*\*\* que se detecte la realización de publicidad emplazada en la vía pública sin autorización municipal o bien cuando ésta se hubiere realizado sin cumplir con las

//////////...

//////////...

formalidades establecidas en la presente Ordenanza o su reglamentación, facúltase al Departamento Ejecutivo a retirar –previa notificación e intimación a los responsables solidarios para que en forma inmediata cesen en la instalación y/o retiren los anuncios-, los elementos publicitarios parcial o totalmente instalados.

Los elementos retirados serán reintegrados previo pago de los gastos ocasionados y sin perjuicio de los recargos y sanciones que pudieran corresponder.

Transcurridos 30 días desde la fecha en que se procedió al retiro y posterior depósito del elemento publicitario sin que sea rescatado, el mismo quedará en propiedad de la Municipalidad de San Isidro, sin derecho a reclamación o indemnización alguna.

Asimismo queda facultado el Departamento Ejecutivo a proceder a la clausura de los anuncios que se encontraren instalados en infracción a la presente y su reglamentación, como de aquellos que habiendo sido intimados a regularizar su situación fiscal, adeudaren los derechos establecidos por Publicidad y Propaganda conforme las ordenanzas fiscales e impositivas vigentes al momento de la intimación, sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder.

ARTICULO 35°.- El Departamento Ejecutivo podrá determinar el tipo de publicidad que \*\*\*\*\* según las zonas podrán realizarse, en el marco de las disposiciones de este Código, y considerando las características residenciales, de esparcimiento, comerciales y/o industriales de cada sector del Municipio.-

DESP Y LEGISL
EC

**Sr. INTENDENTE MUNICIPAL Dr. Angel Gustavo Posse**  
Sr. Secretario General de Gobierno y Administración Lic. Héctor Aníbal Prassel



