

### III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

#### AYUNTAMIENTO DE

**65****TORRELAGUNA**

## ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Al no presentarse alegaciones durante el periodo de exposición pública queda aprobada definitivamente la Ordenanza municipal de Protección del Paisaje Urbano de Torrelaguna. Instalación de publicidad y elementos exteriores de Torrelaguna, cuyo texto íntegro se hace público en cumplimiento de los artículos 49 y 70 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local.

#### **ORDENANZA MUNICIPAL DE PROTECCIÓN DEL PAISAJE URBANO DE TORRELAGUNA. INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD Y ELEMENTOS EXTERIORES**

El paisaje urbano es uno de los elementos del medio ambiente urbano que necesita protección para garantizar a todos los habitantes del municipio una adecuada calidad de vida.

El Ayuntamiento de Torrelaguna, en el ejercicio de sus atribuciones, ha elaborado un Plan de Calidad y Protección del Paisaje Urbano que tiene como objetivos mejorar la calidad del espacio público, tanto del centro como de la periferia, enriquecer la cultura de la ciudad haciendo compatibles historia e innovación, y reforzar su identidad promoviendo actuaciones basadas en criterios sostenibles e integradores.

En esta línea de trabajo y para el cumplimiento del citado Plan, el Ayuntamiento de Torrelaguna ha llevado a cabo varias actuaciones concretas, no obstante se hace necesaria la adaptación progresiva de las distintas normas municipales y la aprobación de nuevas ordenanzas, que regulen la publicidad y rotulación en el municipio, la instalación de aparatos de climatización así como de parabólicas y otras antenas, instalación de terrazas y sombrillas en la vía pública, etc.

Con estas premisas se crea la Comisión Mixta de Protección y Estética del Paisaje Urbano como órgano de asesoramiento, con el fin de garantizar, en los casos de interpretación dudosa de estas Ordenanzas, su aplicación, para emitir informe en los nuevos supuestos, así como para establecer criterios coherentes con este plan de calidad en la redacción de futuras normativas que afecten al paisaje urbano del municipio o modificación de las existentes.

#### **I. DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL**

##### *Fundamento y naturaleza*

En uso de las facultades concedidas por los artículos 133.2 y 142 de la Constitución, por el artículo 106 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y de conformidad con lo que dispone los artículos 25 y 26 de esta misma Ley, en relación a la competencia municipal en materia urbanística y de medio ambiente.

##### *Finalidad y objeto*

Esta nueva ordenanza se ocupa no sólo de regular las instalaciones publicitarias y otros elementos visibles desde la vía pública, sino de establecer además, como objetivo prioritario la compatibilización de esta actividad con la protección y mejora de los valores del paisaje urbano y la imagen del Casco Histórico, protegiendo, conservando y fomentando los valores artísticos, históricos, arqueológicos y culturales del patrimonio arquitectónico del municipio y sus elementos naturales o urbanos de interés.

Esta ordenanza establece limitaciones para evitar la proliferación indiscriminada de instalaciones publicitarias y elementos exteriores (aparatos de climatización, evacuación de humos) en fachadas y en cuanto a impacto visual se refiere, controlando su número y unificando criterios mediante normalización y clasificación tipológica. Dicha regulación se realizará de forma coherente y actualizada, con la seguridad jurídica necesaria, estrecha-

mente relacionada con las normas urbanísticas del Plan General y otras ordenanzas municipales, estableciendo condiciones vinculantes y recomendaciones, con los siguientes fines:

- a) Mejorar la calidad del paisaje urbano de Torrelaguna y hacer más atractiva su utilización.
- b) Dar coherencia ambiental al espacio urbano en su conjunto y contribuir a su articulación, creando paisajes transversales característicos con escala local y en buena parte integrados en una propuesta de itinerarios para viandantes, donde habrá de procurarse una uniformidad que fomente la identificación de sus habitantes.
- c) En particular, mejorar las condiciones paisajísticas del centro histórico, dándole la dignidad que merece y fomentando su comprensión, la integración visual de todos sus componentes, y la preservación de su valor histórico y arquitectónico.
- d) Fomentar el uso del espacio público por los viandantes, estimulando los recorridos a pie y con ellos el disfrute, las relaciones sociales y el comercio.
- e) Regular el uso ordenado de la publicidad como parte del paisaje urbano.
- f) Detener, controlar y reducir, la proliferación de instalaciones publicitarias, que en multitud de formas, materiales y colores, irrumpen negativamente en el espacio urbano.
- g) Evitar la reiteración de una misma identificación así como un número excesivo de rótulos, que puedan desvirtuar la estética de la fachada del establecimiento anunciado.
- h) Uniformar y reducir las tipologías de las diferentes modalidades de instalaciones publicitarias permitidas.
- i) Establecer criterios para la instalación de aparatos de climatización, evacuación de humos y similares, en fachadas, minimizando el impacto visual.

## II. REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y ROTULACIÓN

### TÍTULO I

#### Definiciones

En esta ordenanza se consideran instalaciones publicitarias no sólo aquellas en las que se exhiban mensajes comerciales sino también las identificativas, informativas, señalizadas o cualesquiera otras portadoras de comunicaciones.

**Artículo 1. Instalación publicitaria.**—Se considera “instalación publicitaria” a efecto de esta ordenanza, a la portadora de los mensajes o comunicaciones y que estará constituida por el conjunto de todos los elementos de sustentación, de soporte del mensaje, del propio mensaje, decorado, iluminación y cualquier otro que forme parte de la misma.

**Art. 2. Espacio de la instalación.**—Se considera “espacio de la instalación” a efecto de esta ordenanza, al suelo, edificio, cajón de obra, andamio, cerramiento, toldo o cualquier otro elemento permanente o temporal, que sirve de base a la instalación publicitaria; debiendo éstos contar con la pertinente autorización administrativa.

**Art. 3. Categorías y modalidades de las instalaciones publicitarias.**—Instalaciones provisionales: Son aquellas que se refieren a acontecimientos que suceden en un espacio delimitado de tiempo. Se incluyen los rótulos que se colocan en obras en curso de ejecución con el fin de mostrar la obra, sus ejecutores, importe y en su caso características principales. También se incluirán en este apartado los carteles anunciadores de acontecimientos importantes que se lleven a cabo en la Villa:

- Colgaduras eventuales y otros soportes no rígidos.
- Rótulos de obra.

Instalaciones estables: Son aquellas que tienen carácter de permanencia, en sentido de mantenerse sin peligro de cambiar, caer o desaparecer y que pueden ser instalaciones publicitarias o no publicitarias:

Instalaciones publicitarias: Corresponde con los carteles o rótulos anunciadores de actividades con finalidad publicitaria de carácter público o privado (situados en mobiliario urbano, banderines, coronación de edificios...).

Instalaciones no publicitarias o muestras: Sirven para indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas o el ejercicio de la actividad mercantil, industrial, profesional, y que no tengan finalidad estrictamente publicitaria, así como los destinados para la identificación del edificio, calle o plaza:

- Rótulos de establecimientos.
- Toldos.

- Placas o rótulos identificativos.
- Monolitos.
- Monopostes de señalización.

Rótulos móviles: Por último conviene reseñar las instalaciones publicitarias que aparecen en soportes móviles durante el horario comercial, y que se colocan habitualmente en espacios públicos, plazas y aceras, retirándose en las horas de descanso, sobre todo en actividades relacionadas con el comercio y con el turismo y que pueden suponer una agresión negativa en el entorno urbano del Conjunto Monumental.

## TÍTULO II

### Características de los soportes y emplazamientos

Art. 4. *Disposiciones generales.*—La presente ordenanza desarrolla los objetivos expresados en el cumplimiento de tres premisas fundamentales.

- La reducción a una única modalidad de instalación publicitaria para un mismo local o establecimiento.
- La ubicación de las instalaciones publicitarias de forma integrada dentro los huecos arquitectónicos de la fachada del establecimiento a que corresponda.
- La unificación de materiales para la realización de las diversas modalidades de instalaciones publicitarias siempre que sean coherentes con los existentes en el edificio, excluyendo el acero inoxidable, acabados brillantes, los colores estridentes y fluorescentes.

Art. 5. *Condiciones de seguridad y calidad.*—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.

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 sobre pasará los 0,30 metros.

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

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.

No se autorizará en ningún caso actuaciones que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural, excepto elementos provisionales instalados con motivo de la restauración de fachadas. En cualquier licencia se podrá imponer el uso de materiales, técnicas o diseños específicos si se considera necesario para lograr la debida integración en el ambiente urbano.

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

Toda actuación que afecte a elementos catalogados o a áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, deberá poner especial énfasis para su integración en el ambiente urbano, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido. Se podrán imponer tamaños y alturas menores a los permitidos con carácter general, en función de las características compositivas del edificio y la necesidad de evitar los impactos ambientales negativos.

De manera general, se prohíbe la publicidad en Bienes de Interés Cultural, así como en los edificios, parques y jardines y elementos urbanos singulares incluidos en los Catálogos de Protección correspondientes.

De conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Publicidad, se prohíbe la publicidad que atente contra la dignidad de las personas, o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer, pudiendo ordenarse la retirada inmediata de la publicidad que vulnere que esta prohibición.

Art. 6. *Publicidad excluida de esta ordenanza.*—Queda excluida de esta ordenanza:

- La publicidad electoral.
- Las instalaciones de carácter efímero y relativas a actos populares tales como fiestas tradicionales, eventos deportivos, actos culturales o de reconocido interés, así como cualquier otra actividad de interés general no lucrativa.

- Las instalaciones realizadas en el interior de los escaparates comerciales, a excepción de los que se adosen a los mismos, teniendo éstos últimos la condición de rótulos, o según su naturaleza estarán contenidos en un marco perimetral.

### TÍTULO III

#### Calificación tipológica del suelo

Art. 7. *Zonas de aplicación.*—Se establecen 4 zonas de calificación tipológica del suelo del término municipal, adoptando la terminología de la Ordenanza de las Normas Subsidiarias de Planeamiento Municipal de Torrelaguna, aprobado en 1994.

Zona 1. Comprende las Ordenanzas 1.<sup>a</sup>, 2.<sup>a</sup> y 3.<sup>a</sup> del Planeamiento:

- Ordenanza 1.<sup>a</sup> Casco Antiguo. Esta ordenanza será de aplicación en las zonas que se establecen en el Plano de Ordenación con el número 1. Este ámbito se encuentra sujeto a las disposiciones de la Ley 13/85 del Patrimonio Histórico, al estar declarado Conjunto Histórico-Artístico, según decreto 3145/73 de 21 de diciembre.
- Ordenanza 2.<sup>a</sup> Ensanche Rural. Esta ordenanza será de aplicación en las zonas que se señalan en el Plano de Ordenación. Corresponden a una zona de manzana cerrada discontinua, donde la fachada de los edificios alternan con tapias elevadas, predominando la edificación unifamiliar.
- Ordenanza 3.<sup>a</sup> Ensanche Urbano. Esta ordenanza será de aplicación en las zonas que se señalan en el Plano de Ordenación. Corresponden a una zona de manzana cerrada continua o cuajada, predominando la edificación multifamiliar con bajos comerciales.

Zona 2. Comprende el resto del Suelo Urbano y urbanizable no incluidos en el resto de zonas establecidas en esta ordenanza.

Zona 3. Comprende el suelo Industrial y se corresponde con la Ordenanza 7.<sup>a</sup> del Planeamiento:

- Ordenanza 7.<sup>a</sup> Industria. Esta ordenanza será de aplicación en los terrenos señalados en el Plano de Ordenación.

Zona 4. Comprende la totalidad del suelo clasificado como No Urbanizable.

Con carácter general no se permite publicidad de ningún tipo en suelo no urbanizable.

Esta ordenanza será de aplicación sin perjuicio de la normativa sectorial aplicable, teniendo en cuenta sobre todo, la afectación de “Carreteras”, tanto de la Comunidad de Madrid como del Estado.

### TÍTULO IV

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

Art. 8. *Publicidad en soportes.*—Toda publicidad que pretenda utilizar soportes situados o que vuelen sobre suelo de titularidad municipal, salvo las muestras, banderines y demás actuaciones reguladas en esta ordenanza, será objeto de licitación pública de acuerdo con la legislación de contratos, excepto aquellas actuaciones que puedan tramitarse como patrocinio.

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

Art. 9. *Publicidad sonora y en vehículos.*—La utilización de medios publicitarios sonoros está expresamente prohibida dentro del ámbito general de esta Ordenanza, por motivos de contaminación acústica, inclusive la realizada desde cualquier tipo de vehículo o remolque en circulación.

Con carácter excepcional, su utilización podrá ser autorizada ajustándose a las disposiciones que promulgue la Alcaldía-Presidencia.

Art. 10. *Publicidad en báculos de alumbrado.*—Excepcionalmente, el Ayuntamiento podrá autorizar discrecionalmente la utilización de los báculos de alumbrado público, como soporte de publicidad, con motivos de acontecimientos o programas de singular importancia, culturales o deportivos, así como durante campañas electorales, ajustándose a las disposiciones que en cada una de ellas promulgue la Alcaldía-Presidencia.

Art. 11. *Señalización direccional.*—Los carteles indicativos o de señalización direccional con mención de marcas, distintivos, logotipos o nombres de establecimientos no son autorizables en suelo de titularidad pública, como tampoco la utilización de señales de circulación o rótulos viarios para incluir dicho tipo de mensajes, excepto sin son de interés general (gasolinera, farmacia...), son objeto de Concurso Público o Convenios Institucionales.

## TÍTULO V

### Publicidad en edificios

Art. 12. *Supuestos.*—A efectos de esta ordenanza se considerarán los siguientes supuestos de utilización de edificios como elementos de fijación del soporte publicitario:

- a) Publicidad en coronación de edificios.
- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Superficies publicitarias no rígidas sobre fachadas.
- d) Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja.
- e) Rótulos informativos.
- f) Toldos.
- g) Placas de identificación.
- h) Banderines.

### Capítulo I

#### Publicidad en coronación

Art. 13. *Normas generales.*—Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán ser construidas de forma que tanto de día como de noche se respete la estética de la finca sobre la que se sitúen, como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminadas. En cualquier caso sólo se autorizará un mensaje publicitario por fachada con un máximo de dos en cada edificio.

En ningún caso se alterarán las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza.

Con carácter general sólo se autorizarán este tipo de instalaciones publicitarias en la zona 3.

Art. 14. *Características.*—Son autorizables los anuncios luminosos con mensajes o efectos visuales variables obtenidos por procedimientos exclusivamente eléctricos o electrónicos. No deberán producir deslumbramiento, fatiga o molestias visuales, ni inducir a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir además con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea. Si la luz emitida lo es por proyección, la luz del foco no podrá exceder del área del anuncio, enfocándose de arriba hacia abajo para evitar la contaminación lumínica del cielo.

La altura de los soportes publicitarios como máximo alcanzará los 3 metros.

La superficie de los soportes publicitarios no podrá exceder de 30 metros cuadrados.

El Ayuntamiento podrá imponer nuevas medidas cuando las impuestas en la licencia no fueran suficientes para garantizar la inocuidad de la instalación.

### Capítulo II

#### Publicidad en medianeras

Art. 15. *Clasificación y características.*—A efectos de esta ordenanza se clasifican las paredes medianeras entre las que tienen carácter provisional y las que están consolidadas. Las primeras son aquellas que quedan al descubierto de forma temporal y circunstancial, mientras que las segundas, por aplicación de las condiciones del planeamiento tienen duración indefinida.

En las provisionales, salvo que estén en edificios catalogados, se permite la colocación de soportes publicitarios capaces de admitir papel pegado hasta una altura de 5 metros sobre la rasante de la vía pública y la mitad de la superficie de la totalidad del paramento.

Se permite la publicidad para el caso de medianeras consolidadas, no obstante se requerirá un estudio de adecuación para su tratamiento como fachada, debiendo proyectarse un so-

porte publicitario de larga duración e integrado en el tratamiento global de todo el paramento, de forma que se mejoren las condiciones estéticas y medioambientales del conjunto.

En ningún caso, la distancia del plano exterior del soporte publicitario o de alguno de sus componentes podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de la medianería.

En ambos casos de publicidad en medianeras, podrá dotarse de sistema de iluminación, ya sea interior o proyectada, siempre que disten más de 15 metros a huecos de ventanas de edificios destinados a uso residencial, hotelero o sanitario.

En caso de iluminación proyectada, los elementos no podrán sobresalir más de 0,80 metros y el haz luminosos no deberá sobrepasar los límites de la medianera, enfocándose de arriba hacia abajo.

### Capítulo III

#### *Superficies no rígidas sobre fachadas*

Art. 16. *Normas generales.*—Los soportes publicitarios no rígidos sobre fachadas tales como lonas decoradas, etc., sólo serán autorizables en las superficies ciegas de fachadas de edificios de uso Terciario.

No obstante, los edificios tales como museos, bibliotecas o análogos, con independencia de su nivel de catalogación, podrán publicitar sus exhibiciones o actividades temporales mediante la instalación de soportes no rígidos, tales como banderolas, paralelas o perpendiculares a fachada. Para la oportuna autorización será necesario presentar memoria específica adaptada al edificio y a su entorno.

Edificios en obras de construcción o reforma. Se autorizará sólo la instalación de una colgadura por cada fachada del edificio con los datos técnicos de la obra tales como promotora, constructora, facultativos, etc., o los datos de venta o alquiler de los locales. La forma de esta modalidad de instalación publicitaria será cuadrada o rectangular con dimensión máxima de 100 centímetros en cualquiera de los lados.

En edificios con una actividad terciaria comercial o dotacional se podrán publicitar sus actividades temporales sobre soportes publicitarios no rígidos tales como lonas decoradas, etc., ubicadas en los huecos arquitectónicos, sin ocultar los elementos decorativos del encuadre. Se limitará el número de estas instalaciones a uno por establecimiento.

En edificios de carácter hostelero (alojamiento, restauración...) se permitirá la instalación de soportes no rígidos, como banderines perpendiculares a fachada, ejecutadas en tela o materiales análogos. Para la concesión de los mismos se exigirá documentación gráfica específica adaptada al edificio y a su entorno.

Art. 17. *Características.*—Se realizarán en instalaciones de carácter efímero, sobre telas, lonas o similares, incluso sobre plásticos no rígidos, siempre que sean con textura mate (no brillante).

La forma deberá ser rectangular o cuadrada, adaptándose al lenguaje arquitectónico del edificio, sin tapar elementos ornamentales como cornisas o impostas. La forma será tal que sea inscribible dentro de un rectángulo de 60 centímetros de ancho y 120 de altura, como máximo.

Las barras de fijación y demás elementos de la instalación, contruidos por una barra atornillada a fachada, se deberán situar en la planta baja a una altura mínima sobre el nivel de la acera de 260 centímetros, sin que la parte inferior del banderín esté a menos de 200 centímetros.

Se limitará el número de estas instalaciones a una por establecimiento.

Art. 18. *Publicidad.*—Queda prohibida la utilización de esta modalidad de instalaciones con la finalidad principal de exhibición de publicidad de marcas comerciales.

Los patrocinadores de los actos publicitados, tendrán reservado un área máxima del 25 por 100 de la superficie total de la colgadura, que se dispondrá en la franja inferior de la misma.

### Capítulo IV

#### *Superficies publicitarias opacas o luminosas en locales en planta baja*

Art. 19. *Artículo.*—En ningún caso el plano exterior del soporte publicitario podrá exceder de 0,30 metros sobre el plano de fachada del local, siempre y cuando el ancho libre de acera sea de 1,20 metros.

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

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

Podrán dotarse de sistemas de iluminación, tanto interior como proyectada, siempre que disten menos de 8 metros de huecos de ventanas de viviendas o zonas sanitarias si las luces son oblicuas o 12 metros si las luces son rectas. En caso de calles inferiores a estas longitudes la potencia de la instalación no sobrepasará los 60 vatios.

## Capítulo V

### *Rótulos informativos*

Art. 20. *Definición.*—Es aquella instalación no publicitaria (carteles o rótulos) alusiva a la actividad y denominación del establecimiento allí ubicado, razón social así como delegación o servicio oficial que represente.

Art. 21. *Ubicación.*—Se permitirá la ubicación de un único rótulo identificador por establecimiento o local, situado en la planta baja de la fachada y no pudiendo coexistir con ninguna de las modalidades de instalación publicitaria para el mismo local o actividad.

En aquellos establecimientos que cuenten con aberturas a varias fachadas se les permitirá la rotulación no publicitaria en todas sus fachadas.

En locales que cuentan con fachada a una calle compuesta por dos o más planos de fachada, se permitirá la rotulación no publicitaria en aquellos planos de fachadas colindantes entre los que existan giros en ángulo superior a 210 grados medidos en planta.

Los rótulos se diseñarán de forma integrada dentro los huecos arquitectónicos de la fachada del establecimiento a que corresponda, no ocultando los elementos arquitectónicos o decorativos y los elementos estructurales singulares que éste contenga (si es el caso), debiendo estar adosado al plano de carpintería de planta baja, siempre en paralelo a la misma.

Excepcionalmente, cuando el rótulo del establecimiento no pudiera ubicarse en los lugares descritos en los párrafos anteriores, por razones técnicas, podrán colocarse en el lateral del hueco de acceso al local.

Art. 22. *Características materiales e iluminación.*—El rótulo estará formado por letras o signos sueltos entre sí o por una instalación publicitaria compacta. Estarán fijadas sobre la carpintería del local, en puertas, ventanas o escaparates, con un saliente máximo respecto al plano de fachada de 20 centímetros, siendo la altura máxima del conjunto del rótulo de 50 centímetros.

En el diseño del rótulo se deberá incorporar el sistema de iluminación más adecuado a sus características, teniendo en cuenta que si se trata de rótulos luminosos, éstos no pueden contar con fuentes luminosas parpadeantes, y si son de color, únicamente se admitirán los colores normalizados (por ejemplo el verde en el caso de farmacias).

Se tendrá en cuenta lo establecido en las Ordenanzas del Planeamiento:

- En la Ordenanza 1.<sup>a</sup>, la instalación publicitaria no podrá estar constituido por piezas luminosas en masa. La iluminación será exterior o hilo de neón.
- Se prohíben expresamente lo carteles luminosos en las Ordenanzas 2.<sup>a</sup> y 3.<sup>a</sup> del Planeamiento, por lo que, en su caso, la iluminación deberá ser exterior.

## Capítulo VI

### *Toldos*

Art. 23. *Definición.*—Recibe esta denominación la instalación no publicitaria constituida por un mensaje sobre un toldo. Se define por toldo, aquél elemento saliente respecto del plano de fachada y anclado a ella, colocado exclusivamente en terrazas o en huecos para protección del sol o de la lluvia, constituido por una estructura plegable, en ningún caso fija o rígida, revestida de lona o tejidos similares.

Art. 24. *Características generales de los toldos.*—Los toldos se colocarán en los huecos arquitectónicos y en ningún caso podrán ocultar los elementos arquitectónicos decorativos del encuadre, respetará la composición y la imagen de la fachada.

Las barras tensoras, de fijación y demás elementos de la instalación, construidos en materiales duraderos metálicos, se deberán situar a una altura mínima sobre el nivel de la acera de 2,25 metros, el vuelo máximo será de 1,60 metros y su saliente será como máximo de 0,60 metros a la acera.

Se permite esta instalación publicitaria exclusivamente en planta baja, siempre con la misma longitud que el hueco, pudiendo admitirse mayores tamaños cuando las características del edificio lo justifiquen arquitectónica y estéticamente, prohibiéndose los toldos corridos.

En cualquier caso, deberán cumplir las condiciones generales previstas en las Normas Urbanísticas.

En la Ordenanza 1.<sup>a</sup> del Planeamiento únicamente se podrán instalar en calles en la que la anchura mínima en cualquier punto del frente de la manzana al que pertenece el edificio sea igual o superior a 6 metros.

Estarán compuestos de un único plano con o sin faldón.

Art. 25. *Ubicación del mensaje publicitario.*—En aquellas circunstancias en que el toldo extendido tape u obstaculice la visión del rótulo del local o establecimiento, se permitirá la rotulación sobre el toldo.

Únicamente se permitirán los colores pardos, ocres, terrosos y blancos crema o que guarden relación con los materiales sobre los que se localicen. En ningún caso colores es- tridentes, fluorescentes ni rayados.

Se limita la utilización de faldones exclusivamente para el caso de portar mensaje publi- citario, para lo cual se permitirá la colocación de faldón, con cuelgue máximo de 30 centíme- tros, recto sin flecos y en el mismo color y material que el resto del toldo. El mensaje podrá es- tar pintado, grafiado o rotulado, en una sola posición, ocupando como máximo un 25 por 100 de la superficie del faldón.

## Capítulo VII

### *Placas de identificación*

Art. 26. *Definición.*—Son aquellas instalaciones constituidas por un soporte rígido, generalmente rectangular, plano y sin relieve, realizado en material noble y adosado a la edificación, con carácter informativo de las actividades que se desarrollan en la misma.

Art. 27. *Características generales.*—Sólo serán autorizables en la planta baja de la edificación y con las condiciones que a continuación se expresan:

No se aceptarán más de una placa por local o establecimiento, ni la repetición de mensajes.

En caso de existir más de una placa en la entrada a un edificio, se colocarán formando un directorio, prohibiéndose la colocación de placas independientes adosadas perimetralmente.

No podrán utilizarse como propaganda de productos y marcas comerciales, salvo los logotipos identificativos de la actividad.

No podrán sobresalir de los paramentos a los que se adosen más de 2 cm las placas ais- ladas y 4 cm los directorios que permitan la integración modular de placas.

No se autorizarán placas luminosas, iluminadas o reflectantes.

Como norma general es la única instalación publicitaria permitida en la zona 2.

## Capítulo VIII

### *Rótulos bandera*

Art. 28. *Definición y características generales.*—Son los anuncios perpendiculares al plano de fachada, de carácter permanente.

Estarán situados, en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,25 metros, con un saliente máximo de 0,50 metros de la línea de fachada y la altura no superará los 0,60 metros.

Se tendrán presentes las siguientes particularidades:

- No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera y exclusivamente en planta baja.
- En las Ordenanzas 2.<sup>a</sup> y 3.<sup>a</sup> del Planeamiento, perteneciente a la Zona 1 se prohíbe la instalación de este tipo de elementos de usos comercial, excepto para servicios de urgencia.

Se podrá autorizar la instalación de muestras o banderines luminosos que tengan por objeto indicar la localización de locales que presten servicios de interés para la colectividad tales como farmacias, clínicas, cajeros automáticos, farmacias, policía, etc., mediante la ho- mologación de dichas instalaciones por el Ayuntamiento estableciendo las condiciones a que hayan de sujetarse.



**TÍTULO VI**
**Publicidad en obras y negocios inmobiliarios**

Art. 29. *Definición.*—Son instalaciones publicitarias cuya finalidad es indicar la denominación social de personas físicas o jurídicas que tengan título legal suficiente sobre las mismas o dar a conocer la clase de obra de que se trata, sus ejecutores, etc.

A efectos de esta ordenanza, las obras susceptibles de servir de emplazamientos publicitarios serán las de nueva planta, sustitución, obras especiales de reconstrucción y recuperación tipológica, restructuración general y total, restauración de fachadas y urbanización, incluso en edificios u otros elementos catalogados.

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

Art. 30. *Características generales de los rótulos de obra.*—Los soportes publicitarios en obras no podrán sobresalir del plano de la valla de obras o andamiaje autorizados en la licencia. En el caso de soportes para papel pegado o pintura, la altura máxima de estos será de 5,50 metros sobre la rasante del terreno en el exterior de la valla.

También se admiten los soportes publicitarios no rígidos situados sobre estructuras de andamiaje que podrán cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como limitación la altura del edificio, siempre estarán condicionados a la licencia de obras correspondiente.

Art. 31. *Características de rótulos de negocios inmobiliarios.*—La publicidad de promoción inmobiliaria y de venta de edificios se podrá realizar mediante un único cartel de dimensión de 100 por 100 centímetros máximo.

Se realizará en materiales no rígidos, como lonas telas, fibras o plásticos mate.

El mensaje sólo podrá constar la información relativa al logotipo de la agencia, el teléfono de contacto y el objeto del anuncio.

Se ubicarán en los huecos arquitectónicos del local o edificio en cuestión.

Los sistemas de fijación de carteles con adhesivos han de permitir la fácil retirada, sin dejar restos adheridos a la fachada ni deteriorarla, evitándose la imprimación de colas directamente sobre el paramento.

**TÍTULO VII**
**Publicidad en solares o terrenos urbanos sin edificar**

Art. 32. *Ubicación.*—Los soportes publicitarios en este tipo de emplazamientos se instalarán sobre el reglamentario cerramiento del solar, según lo establecido en la ordenanza municipal de construcción y conservación de cerramientos y vallas. Los soportes sólo podrán autorizarse cuando el cerramiento esté previamente realizado.

En los Suelos Urbanizables en desarrollo en su fase de obras de urbanización podrán eximirse estas condiciones durante el tiempo que duren las mismas.

Se exceptúan los casos en que la alineación forme esquina a dos calles, en los que se admitirá que el soporte pueda desplazarse dentro de la alineación hasta un máximo de 4 metros del vértice.

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

Art. 33. *Características.*—La altura máxima de los soportes en estos emplazamientos será de 4,50 metros respecto a la rasante de la acera en la alineación oficial, sin sobrepasar esta altura en ningún punto.

Se podrá autorizar la instalación de monopostes previa solicitud de licencia y presentación de proyecto.

La superficie máxima permitida por instalación publicitaria no podrá sobrepasar los 24 metros cuadrados de superficie total por emplazamiento.

**TÍTULO VIII**
**Rótulos móviles**

Art. 34. *Definición.*—Se entiende por rótulos móviles la publicidad mediante objetos, que se desarrolla utilizando figuras, pizarras, iconos o elementos corpóreos con o sin inscripciones.

Existe una arraigada tradición de utilización de estos elementos publicitarios en los restaurantes y cafeterías para exhibir el menú por medio de estos conocidos elementos.

Se tenderá a la supresión de este tipo de soporte publicitario, y hasta entonces, se limitará la proliferación en número y formas de los mismos, de modo que no se concedan nuevos permisos.

Se prohíbe su uso para otro tipo de establecimientos no hosteleros.

En el caso de los existentes, se prohíbe su colocación en la vía pública, entorpeciendo el tránsito de personas o vehículos.

Art. 35. *Ubicación y características.*—Deberán quedar integrados dentro del edificio donde se ubiquen, en espacios tales como portales, zaguanes o patios. Está prohibida su instalación en suelo público. Sólo se permitirán en restaurantes y establecimientos hosteleros. Se permite uno por establecimiento. No obstaculizarán el acceso al local ni las vías o salidas de evacuación. Contarán con una altura máxima de 170 centímetros y anchura de 65 centímetros. La finalidad será exclusivamente la de mostrar la carta o menú del establecimiento; podrán mostrar el nombre del establecimiento en un área impresa no superando el 25 por 100 de la superficie del objeto. Queda prohibida la utilización de objetos como soportes publicitarios ni para exhibir marcas comerciales.

## TÍTULO IX

### Régimen jurídico

#### Capítulo I

##### *Normas generales*

Art. 36. *Actos sujetos a licencia.*—Estarán sujetas a previa licencia municipal, sin perjuicio de las autorizaciones que fuere procedente obtener con arreglo a otras legislaciones específicas aplicables, toda actividad o instalación publicitaria perceptibles desde la vía pública, salvo las excepciones expresamente previstas en esta ordenanza. Las licencias de esta naturaleza que se otorguen quedarán sujetas durante toda su vigencia a una relación permanente con la Administración Municipal, la cual podrá exigir en cada momento la adopción de las medidas pertinentes en defensa del interés público o la imposición de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben.

Art. 37. *Transmisibilidad.*—Las licencias de publicidad exterior serán transmisibles, pero el antiguo y el nuevo titular deberán comunicarlo por escrito al Ayuntamiento adjuntando la documentación prevista en esta ordenanza, sin lo cual quedarán ambos sujetos a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por la licencia.

Art. 38. *Conservación de las instalaciones.*—Los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias y de identificación deberán mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos de mantenimiento y limpieza así como las obras de reparación que sean precisas para su adecuada conservación, incluso cuando se deriven de actos vandálicos o de pintadas sobre cualquier parte de la instalación publicitaria, pudiendo ordenarse por el Ayuntamiento la ejecución de las obras necesarias para conservar las condiciones mencionadas.

El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilitará al órgano municipal competente para adoptar cualquiera de estas medidas:

- a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación.
- b) Imposición de las sanciones previstas en la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid.

Art. 39. *Seguro de Responsabilidad Civil.*—Asimismo, durante la vigencia de la licencia los propietarios de las instalaciones están obligados a suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra, sin franquicia alguna, los riesgos que pudieran derivarse de la instalación o explotación publicitaria en la cuantía que determina la Disposición Adicional Primera.

## Capítulo II

### *Documentación y procedimiento*

Art. 40. *Normativa aplicable.*—Las solicitudes de licencias urbanísticas se ajustarán a los procedimientos señalados en este capítulo que se aplicarán conforme a las disposiciones establecidas en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, Ley 9/2001, de 17 de junio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, a las especialidades contenidas en la legislación urbanística y medioambiental de la Comunidad de Madrid y sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que, por razón del contenido específico de la actuación urbanística que se proyecte, se establezcan en otras normas de rango superior a la presente ordenanza.

Toda actividad o instalación publicitaria que emplee medios o elementos eléctricos o electrónicos para su difusión deberá ajustarse, además, a la normativa técnica que le resulte de aplicación.

Art. 41. *Tramitación.*—Para la tramitación del expediente a que se refiere esta ordenanza será preceptiva la presentación en Registro de la siguiente documentación:

Instancia según modelo, debidamente cumplimentada adjuntándose a la misma los documentos requeridos según la modalidad de instalación, que podrán ser los siguientes:

- a) Proyecto o documento técnico, integrado por memoria, planos y presupuesto.
- b) Licencia de apertura del establecimiento que se anuncia o la matrícula del impuesto sobre actividades económicas para cualquier otra instalación publicitaria no ligada a un establecimiento.
- c) Licencia del elemento o espacio de la instalación.
- d) Las solicitudes para instalaciones publicitarias en bienes de titularidad pública, sea municipal o de cualquier otra Administración, deberán estar acompañadas de la autorización de la Administración titular para la ocupación con instalaciones publicitarias. Asimismo, en el supuesto de que el suelo sea de titularidad municipal la licencia se otorgará con la misma vigencia temporal que la autorización o concesión administrativa correspondiente, sin superar el límite máximo que para cada modalidad se establece.
- e) Documentación específica en cada caso: Si una instalación publicitaria constara de más de una modalidad, se presentará una única solicitud del conjunto, englobando y unificando todos los documentos que se precisen por sus distintas modalidades.
  - I. Placas: Sólo será preceptivo el documento exigido en los apartados b) y c) de este artículo.
  - II. Colgaduras, banderines, soportes publicitarios no rígidos y rótulos en toldos:
    1. Fotografías actuales a color de la fachada del edificio y del local, de frente y de perfil.
    2. Plano de situación a escala 1:5000.
    3. Plano de alzado de la fachada del edificio y del local incluyendo la instalación publicitaria, a escala y acotado.
    4. Plano de sección de la fachada incluyendo la instalación publicitaria, el acerado y la anchura de la calle, a escala y acotado.
    5. En colgaduras en edificios en construcción o reforma deberá presentarse la licencia de obras.
    6. Licencia de toldo o su solicitud conjunta con la instalación publicitaria.
  - III. Rótulos de establecimientos, rótulos rígidos de obra, carteles en mobiliario urbano:
    1. Fotografías actuales a color de la fachada del edificio y del local, de frente y de perfil.
    2. Plano de situación a escala 1:5000.
    3. Proyecto técnico suscrito por facultativo competente, visado por su colegio profesional, integrado por memoria, planos y presupuesto.

Aquellas que no precisen de proyecto técnico se tramitarán de conformidad con lo previsto en la Ley 9/2001 del Suelo de la CAM.

Una vez concluida la instalación deberá aportarse declaración de la dirección facultativa, visada por el Colegio Profesional correspondiente, en la que conste que la misma se

ha realizado de acuerdo con el proyecto técnico presentado y con cumplimiento de la normativa de aplicación.

### Capítulo III

#### *Vigencia de las licencias*

El documento de concesión de licencia indicará la modalidad publicitaria, titular, número de elementos, sus características (dimensiones, texto del anuncio, materiales, etc...), condiciones del otorgamiento, periodo de vigencia de la licencia, fecha de finalización de la vigencia de la licencia, para aquéllas que estén sujetas a plazo y, en su caso, el contenido del articulado referido a las infracciones.

Art. 42. *Plazo.*—Las licencias sujetas a esta ordenanza, que tengan carácter provisional según el artículo 3 tendrán el plazo de vigencia que se marque en su otorgamiento, prorrogable en supuestos de ampliación de la actividad a la que sirven.

Las licencias sujetas a esta ordenanza que tengan carácter estable, según el artículo 3 tendrán vigencia mientras subsista la actividad a la que sirvan.

Las licencias sujetas a esta ordenanza que tengan naturaleza de rótulos móviles según el artículo 3 tendrán la vigencia de la actividad a la que sirven.

Art. 43. *Plazo de ejecución.*—La instalación del anuncio deberá ejecutarse en el plazo de tres meses desde la concesión de licencia, transcurridos los cuales sin ejecutarse ésta procederá la caducidad de la licencia.

Art. 44. *Retirada de la instalación.*—Transcurrido el periodo de vigencia de la licencia, a contar desde la fecha del acuerdo de otorgamiento, sin que medie la prórroga de la misma, o una vez producido el cese de la actividad, los titulares de las instalaciones publicitarias deberán proceder a su desmontaje y retirada total de los elementos integrantes de las mismas a su costa. Dicha circunstancia podrá hacerse constar en el documento de otorgamiento de licencia. En caso de no hacerlo el Ayuntamiento podrá retirarlo.

Art. 45. *Prórroga de las licencias.*—Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de 1 mes a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación:

- Fotografías actualizadas del emplazamiento.
- Certificado de facultativo competente donde se testifique que la instalación se ajusta a la licencia concedida y se mantienen las condiciones de seguridad y estéticas previstas en el proyecto inicial o prescritas en la licencia.
- Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para la concesión de la licencia en su caso.
- En el supuesto de venta o alquiler de locales deberá aportarse junto con la solicitud de prórroga copia de la licencia de obra concedida y certificado final de obra, en su caso.
- Restante documentación que se requiera a juicio de los servicios técnicos.

La prórroga se entenderá automáticamente concedida transcurrido el plazo de tres meses desde la solicitud de la misma, salvo que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias y éstas no hayan sido resueltas antes de finalizar el plazo de vigencia.

En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la licencia quedará automáticamente sin vigencia.

Cuando la licencia pierda su vigencia, el titular de la misma estará obligado al desmontaje y retirada a su cargo de la totalidad de los elementos que componían la instalación en el plazo máximo de un mes.

Las licencias de publicidad exterior quedarán sin efecto si se incumpliese cualquiera de las condiciones a que estuvieren subordinadas.

## Capítulo IV

### *Régimen de actuaciones inmediatas*

Si por los servicios municipales se apreciara la existencia de un peligro grave e inminente para la seguridad de las personas o los bienes se tomarán las medidas necesarias para evitarlo, sin que sea precisa resolución administrativa previa, que se adoptará con posterioridad.

Dichas medidas serán las que técnicamente se consideren imprescindibles para evitar el peligro inmediato, pudiendo consistir en apeos, apuntalamientos, desmontajes, u otras análogas, debiendo observarse el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo del titular de la licencia, de la empresa publicitaria, de la entidad o persona cuyo servicio o producto se anuncie o del titular del terreno o edificio en el que esté instalado el soporte.

## III. INSTALACIÓN DE APARATOS DE CLIMATIZACIÓN, EVACUACIÓN DE HUMOS Y SIMILARES EN FACHADAS

### Capítulo I

#### *Normas generales*

Art. 46. *Características técnicas y normativa.*—Ninguna instalación de refrigeración, acondicionamiento de aire, evacuación de humos o extractores podrá sobresalir más de treinta centímetros del plano de fachada ni perjudicar la estética de la misma. No obstante, en edificios de uso exclusivo no residencial, se podrá superar esta dimensión justificadamente por razones funcionales o compositivas.

Las instalaciones de aparatos de aire acondicionado o de deflectores de salidas de humos de calderas individuales, visibles desde la vía pública requerirán un estudio de conjunto para su integración en la fachada del edificio, que deberá presentar la comunidad de propietarios o propietario del mismo.

Estas instalaciones podrán sobresalir hasta un máximo de 45 centímetros, siempre que se interpongan elementos no macizos que salvaguarden la integración estética de la fachada, tales como celosías, rejillas, etc., o se haya previsto su integración arquitectónica en el proyecto de nueva edificación.

La instalación de aire acondicionado, con las obras que supongan, está sujeta a la solicitud de la preceptiva licencia de obras y de instalación de actividades, siendo las condiciones de dicha solicitud dependientes tanto de las obras necesarias, como de las características del aparato a instalar, ya que según su potencia (calorífica o frigorífica), se tratará como actividad inocua o calificada.

No obstante, se remite en cualquier caso a lo establecido en la Ley de Propiedad Horizontal (LPH), donde se asegura que todos los inquilinos tienen derecho a acondicionar el espacio donde habitan, modificar la arquitectura, siempre y cuando no se perjudique la integridad ni si ponga en riesgo la seguridad de la comunidad.

En edificios existentes, la instalación de máquinas condensadoras o refrigeradoras estará sujeta, respecto a su ubicación, a lo dispuesto en las Normas Urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana vigente, o en sus futuras revisiones.

Art. 47. *Ruidos y vibraciones.*—Los equipos de aire acondicionado deberán funcionar de forma que no se sobrepasen los niveles de perturbación por ruidos y vibraciones establecidos en esta ordenanza. Se prohíbe el funcionamiento de aquellos que transmitan vibraciones detectables directamente, sin necesidad de instrumentos de medida. Todos los conductos de fluidos deberán estar aislados para evitar la transmisión de ruidos y vibraciones y con una velocidad de circulación tal que no se produzca golpe de ariete o cualquier otro tipo de vibración.

## IV. RÉGIMEN DISCIPLINARIO Y SANCIONADOR

### Capítulo I

#### *Infracciones*

Art. 48. *Definición.*—Constituirán infracciones de las presentes Ordenanzas las acciones u omisiones que vulneren las prescripciones contenidas en las mismas y las contenidas en la Normativa Urbanística que sea de aplicación.

Art. 49. *Responsables*.—De las infracciones de esta ordenanza serán responsables:

1. La empresa publicitaria titular de la instalación.
2. El beneficiario del mensaje.
3. El titular o en su caso el ocupante del espacio o elemento en que se haya efectuado la instalación.

Art. 50. *Sanciones*.—Toda infracción de esta ordenanza llevará consigo la imposición de sanciones a los responsables así como la obligación de resarcimiento de daños e indemnización de los perjuicios a cargo de los mismos.

Art. 51. *Clasificación de las infracciones*.—Se clasifican según la gravedad en muy graves, graves y leves

Art. 52. *Infracciones muy graves*.—Se considerarán infracciones muy graves:

- a) La colocación de publicidad o de elementos de identificación directamente sobre los edificios sin utilización de soportes externos cuando produzca daños muy graves a los mismos por el deterioro causado o se trate de edificios catalogados.
- b) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del paisaje urbano mediante: la tala de árboles sin autorización, la modificación irreversible o la alteración de elementos naturales o arquitectónicos.
- c) La realización de cualquier clase de acción publicitaria, sin la correspondiente autorización o sin ajustarse a las condiciones establecidas en la misma, que impida a los ciudadanos que permanecen o transitan por las vías y espacios públicos su utilización.
- d) La realización de cualquier clase de acción publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos.
- e) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público.
- f) La realización de cualquier clase de acción publicitaria cuando produzca un deterioro grave y relevante de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos sean muebles o inmuebles.

Art. 53. *Infracciones graves*.—Se consideran infracciones graves:

- a) Efectuar las instalaciones careciendo de la licencia municipal.
- b) No ajustarse a la licencia concedida ni a la normativa reguladora.
- c) El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de seguridad.
- d) El no mantenimiento de la instalación publicitaria en las debidas condiciones de ornato, incidiendo negativamente de una forma manifiesta en el entorno.
- e) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez que la licencia ha perdido su eficacia.
- f) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentación aportados para la obtención de la correspondiente autorización.
- g) El incumplimiento reiterado de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.
- h) La falta del seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente Ordenanza.

Art. 54. *Infracciones leves*.—Se conceptuarán como infracciones leves, aquéllas en las que en el procedimiento sancionador se demuestre la escasa entidad del daño producido a los intereses generales y en particular:

- a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas de la actividad.
- b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un deterioro o menoscabo grave al entorno y paisaje urbano.
- c) La falta de presentación de la declaración de la dirección facultativa de adecuación de la instalación al proyecto autorizado y a la normativa de aplicación.
- d) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en la licencia publicitaria.
- e) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente Ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

Art. 55. *Circunstancias atenuantes.*—Se considerará circunstancia atenuante de la responsabilidad de los autores de una infracción el haber procedido el responsable a la legalización, rectificación correspondiente y/o en su caso a la retirada de la instalación publicitaria antes de la iniciación de la actuación sancionadora.

Art. 56. *Circunstancias agravantes.*—Se considerarán circunstancias agravantes de la responsabilidad de los autores de una infracción:

1. El haber alterado los supuestos de hecho que presuntamente legitimasen la actuación o mediante falsificación de los documentos en que se acreditase el fundamento legal para la obtención de la licencia.
2. La reiteración y la reincidencia.
3. Si como consecuencia de la instalación resultasen daños o perjuicios a otros particulares.

Art. 57. *Prescripción de las infracciones y sanciones.*—El plazo de prescripción, en su caso, de estas infracciones empezará a computarse a partir de la finalización de la actividad publicitaria ilegal.

Art. 58. *Sujetos responsables.*—1. Serán sujetos responsables de las infracciones, las personas físicas o jurídicas que realicen las acciones u omisiones tipificadas en la presente Ordenanza y en la normativa de aplicación, las personas físicas o jurídicas promotoras del producto o servicio que se publicite y el propietario del suelo o del inmueble en el cual se haya cometido la infracción cuando haya tenido conocimiento de las instalaciones o actividades infractoras. Salvo prueba en contrario, se presumirá la existencia de conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo o de la edificación para la realización de cualquier clase de actividad publicitaria.

2. Las multas que se impongan a los distintos responsables por una misma infracción tendrán entre sí carácter independiente.

## Capítulo II

### Sanciones

Art. 59. *Sanciones.*—La comisión de las infracciones dará lugar a la imposición de las siguientes sanciones:

1. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa reguladora del patrimonio de las Administraciones Públicas y del Patrimonio Histórico se sancionarán de conformidad con lo dispuesto en las mismas.

2. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa urbanística se sancionarán, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227 de la Ley 9/2001, de 17 de julio, del Suelo de la Comunidad de Madrid, con las siguientes multas:

- a) Infracciones muy graves: de 20.001 a 30.000 euros.
- b) Infracciones graves: de 6.001 a 20.000 euros.
- c) Infracciones leves: de 600 a 6.000 euros.

3. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente Ordenanza se sancionarán, de acuerdo con lo establecido en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, con las siguientes multas:

- a) Infracciones muy graves: de 1.501 euros hasta 3.000 euros.
- b) Infracciones graves: de 751 euros hasta 1.500 euros.
- c) Infracciones leves: hasta 750 euros.

Art. 60. *Graduación de las sanciones.*—Para la graduación de la cuantía de las sanciones se atenderá al importe de los daños causados; su incidencia en el patrimonio histórico, artístico y natural de la ciudad; la naturaleza de la infracción; la intensidad en la perturbación ocasionada en el paisaje urbano; la intensidad de la perturbación ocasionada en la utilización del espacio público; la localización según la calificación tipológica del suelo; la reiteración y grado de culpabilidad; la reincidencia en la comisión de otra infracción de la misma naturaleza en el término de un año, el posible beneficio económico del infractor y demás circunstancias concurrentes.

Art. 61. *Medidas cautelares.*—1. Si la actuación consistiese en la implantación sin licencia de una instalación publicitaria, la autoridad competente dispondrá su inmediato desmontaje, al no existir garantías de sus condiciones de seguridad.

2. Si se tratase de una actuación efectuada sin ajustarse a las condiciones señaladas en la licencia, la autoridad competente dispondrá su desmontaje en el plazo de quince días, previa audiencia al titular, procediéndose, en caso de incumplimiento a su retirada por la Administración Municipal.

3. En cualquier caso podrá llevarse a cabo la retirada inmediata de cualquier instalación publicitaria cuando concurren razones de urgencia relacionadas con la seguridad de la instalación que aconsejen la inmediata ejecución de dicha medida. Dicha actuación material no exigirá la previa adopción de resolución alguna, pero los funcionarios intervinientes levantarán acta sucinta de lo actuado y de las circunstancias concurrentes.

4. Si la instalación publicitaria se encontrase situada sobre el suelo o el vuelo de la vía pública, la Administración Municipal dispondrá sin más trámite su retirada inmediata en ejercicio de sus potestades de recuperación de oficio de sus propios bienes, notificando esta decisión al titular si fuese conocido.

5. Las medidas anteriormente citadas no están sujetas a plazo de caducidad para su adopción al dirigirse contra actos de uso del suelo que generan una relación permanente con la Administración.

6. La retirada de cualquier instalación publicitaria efectuada por la Administración Municipal en cumplimiento de los preceptos de esta ordenanza se entenderá efectuada siempre a costa del obligado, a quien se exigirá el abono correspondiente por la vía de apremio si fuese necesario.

7. En cualquier momento del procedimiento sancionador, el órgano municipal competente para su iniciación, por propia iniciativa o a propuesta del instructor, podrá adoptar las medidas cautelares que resulten necesarias para garantizar el buen fin del procedimiento, asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer o evitar el mantenimiento de los efectos de la infracción.

#### DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. *Seguro de responsabilidad civil.*—La póliza del seguro de Responsabilidad Civil establecida en el artículo 39 de la vigente ordenanza deberá concertarse, garantizando la responsabilidad civil derivada de los daños personales y materiales que puedan ocasionarse por el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Segunda. *Comisión mixta de protección y estética del paisaje urbano.*—A los efectos de definir las grandes directrices de actuación de la Administración Municipal en cuanto a la protección, mantenimiento y mejora de los valores fundamentales del paisaje urbano y la imagen de Torrelaguna, se crea la Comisión mixta de protección y estética del paisaje urbano. Esta Comisión se crea como órgano de asesoramiento, con el fin de garantizar, en los casos de interpretación dudosa de esta ordenanza, su aplicación y para emitir informe en los nuevos supuestos de colocación de mobiliario urbano u otras instalaciones municipales y en el caso de licencias de publicidad e identificación sobre medianeras, coronaciones o cubiertas de los edificios y de obras o instalaciones provisionales que ocupen la vía pública, así como establecer criterios coherentes con esta ordenanza en la redacción de futuras normativas que afecten al paisaje urbano del municipio o modificación de las existentes, según se determina reglamentariamente.

Tercera. *Normas de planeamiento.*—La descripción literal o gráfica de los distintos tipos de suelo o edificios figuran en los documentos de las Normas Subsidiarias de Planeamiento y los Planes especiales.

#### DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Los soportes publicitarios que se encuentren instalados en el momento de entrar en vigor esta ordenanza tendrán el plazo de dos años para adaptarse a los preceptos de la misma, legalizando, en su caso, las situaciones que actualmente cumplen esta ordenanza. Transcurrido este período se aplicará en su integridad el régimen disciplinario que la presente Ordenanza establece.

Quedan autorizados los servicios técnicos municipales para revisar todas las instalaciones existentes del municipio, para adecuar su finalidad, estructura y dimensiones a lo dispuesto en la presente Ordenanza.



**DISPOSICIONES FINALES**

Primera.—En lo no previsto en esta ordenanza, se estará a lo dispuesto en la normativa Estatal y Autonómica sobre la materia.

Segunda.—En el caso de que entrara en vigor normativa de rango superior que modifique las cuantías de las sanciones o las prescripciones técnicas contempladas, quedarán automáticamente actualizadas las previstas en esta ordenanza.

Tercera.—La presente ordenanza entrará en vigor y producirá efectos jurídicos, una vez sea aprobada definitivamente por el Pleno de la Corporación y efectuada la publicación de su texto íntegro en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, permaneciendo en vigor hasta que se acuerde su modificación o derogación expresa».

Contra el presente Acuerdo se podrá interponer por los interesados recurso contencioso-administrativo, en el plazo de dos meses contados a partir del día siguiente al de la publicación de este anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID, ante el Tribunal Superior de Justicia de Madrid de conformidad con el artículo 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

En Torrelaguna, a 10 de junio de 2019.—El alcalde, Óscar Jiménez Bajo.

(03/21.155/19)

