

Ayuntamiento de Murcia
Glorieta de España 1
30004 Murcia.
T. 968 35 86 00.

C.I.F.: P-3003000-A



PROYECTO DE ORDENANZA REGULADORA DE PUBLICIDAD EXTERIOR



Sumario

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.	5
TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES.	8
Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.	8
Artículo 2. Definiciones a efectos de la aplicación e interpretación de esta ordenanza.	8
Artículo 3. Actuaciones no sujetas.	9
Artículo 4. Instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior no autorizadas, y medidas cautelares.	10
Artículo 5. Requisitos de las instalaciones publicitarias y tipos de autorizaciones administrativas.	14
Artículo 6. Ámbito subjetivo.	15
Artículo 7. Ámbito objetivo.	15
TÍTULO II: CONDICIONES TÉCNICAS DE LAS INSTALACIONES.	17
CAPÍTULO I: TIPOS DE SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS.	17
Artículo 8. Clases y características de las instalaciones publicitarias en función del tipo de soporte y su emplazamiento.	17
Artículo 9. Emplazamientos y superficies publicitarias.	19
Artículo 10. Protección del entorno.	19
Artículo 11. Protección del Patrimonio.	19
CAPÍTULO II: PUBLICIDAD EXTERIOR EN DOMINIO PÚBLICO.	21
Artículo 12. Publicidad en dominio público.	21
Artículo 13. Autorizaciones temporales.	21
CAPÍTULO III: PUBLICIDAD EN EDIFICIOS.	22
Artículo 14. Tipos de instalaciones publicitarias en edificios.	22
Artículo 15. Instalaciones publicitarias en coronación de edificios.	22
Artículo 16. Publicidad exterior en medianeras.	24
Artículo 17. Otra publicidad exterior en edificios.	26
CAPÍTULO IV: PUBLICIDAD EXTERIOR EN OBRAS.	27
Artículo 18. Clases de instalaciones publicitarias en obras.	27
Artículo 19. Ámbito objetivo y temporal.	27
Artículo 20. Condiciones técnicas de las instalaciones publicitarias en obras.	28
CAPÍTULO V: PUBLICIDAD EXTERIOR EN SOLARES Y TERRENOS SIN USO.	29
Artículo 21. Ámbito objetivo.	29
Artículo 22. Vallas publicitarias, monopostes y pantallas luminosas o electrónicas: Características generales.	30
Artículo 23. Vallas publicitarias.	31
Artículo 24. Monopostes publicitarios.	32
Artículo 25. Pantallas publicitarias.	33

CAPÍTULO VI: INSTALACIONES PUBLICITARIAS EN LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS DONDE SE DESARROLLA UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA, INDUSTRIAL, COMERCIAL O PROFESIONAL.	34
Artículo 26. Características generales.	34
Artículo 27. Rótulos.	36
Artículo 28. Carteles y Banderines.	37
Artículo 29. Banderolas y pancartas.	38
Artículo 30. Toldos.	39
Artículo 31. Otros elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos.	39
CAPÍTULO VII: PUBLICIDAD IMPRESA.	40
Artículo 32. Reparto de publicidad exterior.	40
TÍTULO III: RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.	41
CAPÍTULO I: FORMAS DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.	41
Artículo 33. Objeto, contenido y tipos de intervención administrativa.	41
Artículo 34. Período de vigencia del título habilitante.	42
Artículo 35. Prórroga de la vigencia del título habilitante.	43
Artículo 36. Transmisión de la titularidad.	44
CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO.	45
Artículo 37. Obtención de títulos habilitantes.	45
Artículo 38. Resolución y silencio administrativo.	46
Artículo 39. Instalaciones publicitarias en actividades y establecimientos mercantiles, comerciales, profesionales o industriales.	46
Artículo 40. Seguro de responsabilidad civil.	46
Artículo 41. Exacciones.	47
CAPÍTULO III: CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN PUBLICITARIA.	47
Artículo 42. Identificación de la instalación.	47
Artículo 43. Deber de conservación y retirada de las instalaciones.	48
Artículo 44. Régimen de actuaciones municipales inmediatas.	49
CAPÍTULO IV: INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD.	49
Artículo 45. Servicios de inspección.	49
Artículo 46. Protección y restablecimiento de la legalidad.	49
CAPÍTULO V: RÉGIMEN SANCIONADOR.	50
Artículo 47. Régimen jurídico aplicable a las infracciones.	50
Artículo 48. Clasificación de las infracciones.	51
Artículo 49. Sujetos responsables.	53
Artículo 50. Sanciones.	53
Artículo 51. Graduación de las sanciones.	54
Artículo 52. Procedimiento sancionador.	55
Artículo 53. Medidas Cautelares.	55
Artículo 54. Prescripción de las infracciones y sanciones.	56
CAPÍTULO VI: VALORACIÓN ECONÓMICA.	56

Ayuntamiento de Murcia

Glorieta de España 1

30004 Murcia.

T. 968 35 86 00.



C.I.F.: P-3003000-A

Artículo 55. Valoración de la instalación publicitaria a efectos del impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO) y del régimen sancionador.	56
DISPOSICIÓN TRANSITORIA.	58
DISPOSICIÓN DEROGATORIA.	58
DISPOSICIÓN FINAL.	58



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

Hasta ahora, la regulación específica de la publicidad local estaba contemplada en la vigente ordenanza municipal de publicidad exterior, aprobada por Comisión de Pleno de Sostenibilidad, Urbanismo y Asuntos Generales (en virtud de acuerdo de delegación de competencias del Pleno de 27 de junio de 2011) en sesión de 23 de julio de 2012, y publicada su aprobación definitiva en el BORM n.º 177, de 1 de agosto de 2012. Sin embargo, esta ordenanza, con el paso de los años, ha dejado de responder a las expectativas que tiene actualmente el municipio, desde donde se pretende proporcionar un marco jurídico estable que permita la coexistencia de la actividad económica con el disfrute de la realidad cultural e histórica de la ciudad.

De igual modo, se quiere lograr una mayor consideración ambiental y paisajística, especialmente en el conjunto histórico declarado, donde la publicidad instalada debe ser respetuosa con los valores patrimoniales y acorde con los nuevos diseños que ofrece el mercado, así como con la preservación del paisaje urbano, del entorno rural, de los núcleos de población, del viario y dominio público y del medio ambiente en general. Asimismo, dentro del marco competencial que corresponde y de forma transversal, se busca alcanzar los siguientes objetivos:

- Velar por el principio de igualdad, mediante el fomento de la educación social en esta materia, evitando publicidad sexista;
- Proteger al consumidor y usuario frente a soportes con publicidad de actividades o productos que inciten a un consumo que pueda suponer un riesgo para su salud, con especial atención a los menores de edad;
- E impulsar el principio de bienestar animal, soslayando, en este tipo de instalaciones, publicidad que incite a lo contrario.

La nueva ordenanza nace de la necesidad de contar con una normativa que regule nuevas modalidades publicitarias, evitando el vacío formal que en los últimos años se ha producido en la ciudad, pues los preceptos actuales no recogen las nuevas modalidades de diseño, tecnología y materiales o soportes que se dan en el ámbito de la comunicación. La evolución de la actividad publicitaria exige, por un lado, una actitud receptiva con las tendencias actuales, y, por otro, la adopción de mayores medidas protectoras del paisaje urbano para determinados ámbitos, como son el conjunto histórico, los accesos a la ciudad y pedanías, y el viario y dominio públicos.

Para dar respuesta a estas cuestiones se redacta la nueva ordenanza municipal de publicidad, la cual asume los criterios anteriormente aprobados por ese Ayuntamiento para la zona afectada por el Plan Especial de Conservación y protección de edificios, conjuntos y elementos de interés Histórico-Artístico de Murcia, aprobado por el Pleno de la Corporación en sesión celebrada el día 28 de marzo de 1998, dentro de cada una de las modalidades publicitarias, así como las pinturas y vinilos.

La nueva regulación surge igualmente de la necesidad de la adopción de medidas protectoras en materia de igualdad de género, de salubridad pública, de defensa del consumidor y usuario, con especial atención a los menores de edad, y de protección del bienestar animal.

El presente texto cumple con los principios de buena regulación que contempla el artículo 129 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de procedimiento administrativo común de las administraciones públicas, principalmente los de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia y eficiencia, incluyendo nuevas modalidades publicitarias como consecuencia de la evolución tecnológica, considerándose la aprobación de una nueva ordenanza como el instrumento más eficaz para su regulación, así como para, de forma transversal, evitar publicidad sexista, que atente contra la salubridad pública, la protección del consumidor y usuario, con especial atención a los menores de edad, y del bienestar animal.

Se han incluido como medios de intervención la licencia, la declaración responsable y la comunicación previa en función de la afección de la instalación publicitaria a los espacios públicos y, fundamentalmente, al patrimonio histórico, consiguiendo así una simplificación administrativa y una agilización de procedimientos, en cumplimiento del principio de eficiencia administrativa, teniendo en cuenta la necesidad de pronunciamientos, informes o autorizaciones sectoriales, cuando ello sea preciso, conforme a la Ley 4/2007, de 16 de marzo, de Patrimonio Cultural de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia o cualquier otra normativa aplicable, por lo que el cumplimiento del principio de proporcionalidad queda debidamente acreditado.

La inclusión de estos medios de actuación determina que se evalúe la aplicación de los principios de intervención de las administraciones públicas para el desarrollo de una actividad, contenidos en el artículo 4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, por cuanto que se realizan controles sobre la actividad publicitaria de particulares y empresas.

La regulación contenida en la presente ordenanza gradúa la intervención en la actividad privada, entendiéndose que la protección del patrimonio y el paisaje urbano, la protección de la salubridad pública, del consumidor y el usuario, del bienestar animal, y las actuaciones en la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, así como en contra de la violencia de género, son razones imperiosas de interés general, de entre las comprendidas en el artículo 3.11 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicio y su ejercicio, cumpliéndose asimismo la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado, cuyo artículo 5 obliga a que cualquier límite al acceso o ejercicio de una actividad económica deba motivarse en la salvaguarda de alguna razón imperiosa de interés general, y ser proporcionado de modo tal que no exista otro medio menos restrictivo o distorsionador para dicha actividad.

La citada ley 39/2015, de 1 de octubre, también exige el ajuste de las iniciativas reglamentarias al principio de seguridad jurídica y, a estos efectos, esta ordenanza encuentra su justificación, además de en la legislación específica sobre publicidad (Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, y otras disposiciones

Ayuntamiento de Murcia

Glorieta de España 1

30004 Murcia.

T. 968 35 86 00.



C.I.F.: P-3003000-A

complementarias o de desarrollo), en los siguientes artículos de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local:

- Artículo 25.2 letras a) y b), que establece la competencia municipal en el ámbito de actuaciones en materia de urbanismo y medio ambiente urbano;
- Artículo 25.2 letra f) que prevé la competencia municipal en materia de protección del medio ambiente; en el artículo 25.2 letra j) que establece la competencia municipal en materia de protección de la salubridad pública;
- Y artículo 25.2 letra o) que establece la competencia municipal en materia de actuaciones en la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, así como contra la violencia de género.

La presente ordenanza se estructura en tres títulos (Título I Disposiciones generales, Título II Condiciones técnicas de las instalaciones, Título III Régimen de intervención administrativa), que contienen 55 artículos; una disposición transitoria, una disposición derogatoria y una disposición final; y un Anexo único que contiene los modelos normalizados de solicitud de licencia de obra e instalación, declaración responsable de obra e instalación, y comunicación previa de cambio de titularidad o de solicitud de prórroga de título habilitante.

TÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

La presente ordenanza tiene por objeto establecer la normativa sustantiva y procedimental por la que ha de regirse la ordenación de las instalaciones publicitarias e identificativas visibles desde el espacio público en el término municipal de Murcia.

Mediante la regulación de los términos y condiciones a los que habrán de someterse las instalaciones y actividades de publicidad exterior, cualquiera que sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, se pretende alcanzar el fin primordial de compatibilizar esta actividad con la protección, el mantenimiento y la mejora de los valores del paisaje urbano, medio ambiente y la imagen del municipio de Murcia.

Asimismo, esta ordenanza regula los mecanismos de intervención administrativa local adecuados, dentro del marco de competencias que le atribuye la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y normativa de desarrollo.

Artículo 2. Definiciones a efectos de la aplicación e interpretación de esta ordenanza.

1. *Publicidad exterior*: se entiende por publicidad exterior toda actividad encaminada a transmitir mensajes de contenido lícito, de conformidad a la normativa sectorial aplicable, esto es, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, y otras disposiciones complementarias o de desarrollo.

También los mensajes de cualquier índole, con independencia del medio o soporte a través del cual se manifiestan, perceptibles desde las vías y espacios públicos siendo susceptibles de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen en medios privados o públicos de transporte y, en general, permanezcan o discurren por lugares o ámbitos de utilización común.

2. *Instalación publicitaria*: se entiende por instalación publicitaria el soporte físico, independientemente de que requiera obra o no para su colocación, que sirva para difundir publicidad por cualquier medio físico, bien sea tipo valla, banderola, monoposte, biposte, lonas, rótulos, luminosos, pantallas electrónicas, carteles, toldos, pósteres, pegatinas, expresión publicitaria en grafitis.

Dicha instalación puede estar situada en dominio público o privado, en la vía pública, sobre elementos de mobiliario urbano, en vehículos de uso público o privado, así como la expuesta en vallado de solares mediante cartelería, o cualquier otro medio, siempre que la publicidad a la que sirva de soporte pueda ser percibida desde la vía y espacio público, siendo susceptible de atraer la atención de quienes se encuentren en espacios abiertos, transiten por la vía pública, circulen a



C.I.F.: P-3003000-A

través de medios, privados o públicos, de transporte y, en general, permanezcan o discurran por lugares o ámbitos de utilización común.

3. *Emplazamiento publicitario*: viene constituido por cada uno de los ámbitos físicos susceptibles de ser utilizados para la instalación de los soportes publicitarios o identificativos regulados en esta ordenanza. Cada emplazamiento es único y no podrá ser objeto de segregación parcial a efectos de su explotación publicitaria.

4. *Título habilitante*: se entiende por título habilitante la autorización previa necesaria, licencia municipal, declaración responsable o comunicación previa, en los términos establecidos en el Título III, Régimen de Intervención Administrativa, de la presente ordenanza.

5. *Agentes*: se entiende por agentes a todas aquellas personas físicas o jurídicas responsables por su intervención en el proceso publicitario:

- *Propietario* del bien, los terrenos o edificación donde se ubica la instalación.
- *Empresa-Gestor publicitario*, el que construye y comercializa la instalación publicitaria.
- *Técnico* autor del proyecto, documento técnico o declaración responsable, y *director facultativo*.
- *Anunciante*, el que se publicita o publica el mensaje o anuncio de su producto o servicio.

Artículo 3. Actuaciones no sujetas.

No están sujetas a esta ordenanza:

1. Las instalaciones publicitarias o publicidad exterior que carezcan de esta naturaleza de conformidad con lo dispuesto en la ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad o legislación futura que lo regule.

2. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior que se efectúen o localicen en vía pública por entidades sin ánimo de lucro, partidos políticos y otras entidades vecinales y asociativas para informar, difundir y promocionar sus actos propios de carácter social, político, cultural, de participación ciudadana, de fomento de valores cívicos y conductas humanitarias, de concienciación y sensibilización social y similares.

Estas instalaciones deberán ubicarse en los emplazamientos y soportes que cumplan las condiciones que se establecen en la presente ordenanza, no permitiéndose su instalación en dominio público ni sobre mobiliario urbano, con excepción de los lugares habilitados al efecto.

Con carácter especial, el tipo de publicidad exterior señalada en el párrafo anterior sobre edificios catalogados, espacios protegidos y entornos de bienes de interés cultural (BIC) atenderá a lo previsto en el artículo 11 de la presente ordenanza y a la legislación sectorial aplicable.

3. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior que consistan en la difusión o el reparto de prensa gratuita, que se ajustarán a lo establecido por su normativa específica.
4. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior realizadas durante las campañas electorales y de contenido electoral, que se ajustarán a las disposiciones previstas en materia electoral.
5. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior que estén sujetas a concesión administrativa. Realizadas por la empresa concesionaria en cumplimiento de sus obligaciones, se registrarán por lo establecido en los pliegos correspondientes, en la normativa en materia de contratación pública, debiendo cumplir, no obstante, las limitaciones de ubicación establecidas en la presente ordenanza.
6. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior que se ubiquen o emitan desde el interior de establecimientos comerciales o de servicios, así como los paneles informativos que se instalen en las obras en curso de ejecución, que se ajustarán a lo dispuesto en la ordenanza municipal sobre edificación y uso del suelo.
7. Las instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior en el transporte público y en vehículos para transporte de viajeros o mercancías, que se ajustarán a lo dispuesto por su normativa específica.

Artículo 4. Instalaciones publicitarias y/o publicidad exterior no autorizadas, y medidas cautelares.

Con carácter general, se prohíbe toda publicidad exterior que no se ajuste a lo previsto en la presente ordenanza o cualquier otra normativa sectorial aplicable.

1. Se prohíbe expresamente:

a) La fijación de publicidad exterior mediante carteles, pegatinas, etiquetas, proyecciones, vallas, pantallas electrónicas y otros medios o instalaciones similares, y la realización de inscripciones o dibujos con motivos publicitarios, sobre paramentos de edificios e instalaciones, pavimentos, muros, monumentos, obras públicas, registros de instalaciones de servicios y suministros de cualquier tipo; elementos de señalización y seguridad vial, o de cualquier otro de servicio público, salvo en el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras o en espacios habilitados al efecto.

b) La fijación de publicidad exterior en elementos e instalaciones que se encuentren en el dominio público: mobiliario urbano, alumbrado público, farolas, semáforos, postes de señalización viaria, cuadros de control de instalaciones, centros de transformación y cualquier elemento ubicado sobre aceras, arbolado y espacios de dominio público en general, sin autorización o concesión municipal.

c) La instalación de cualquier tipo de publicidad exterior en pilares, muros y elementos



estructurales o de cerramiento de cualquier infraestructura, edificio u obra pública.

2. Se prohíbe expresamente la colocación de carteles informativos, indicativos o de señalización direccional que contengan mención de marcas, distintivos, logotipos, nombres comerciales o de establecimientos, productos, promociones y otros similares en vía pública, sirviéndose de las señales de circulación, señalización y seguridad vial, de los báculos y columnas de alumbrado público y de los rótulos viarios con esta finalidad, y sirviéndose de elementos de sustentación propios sobre dominio público.

Las señales direccionales, que podrán ser ubicadas en vía pública, serán solo las de tráfico, edificios y direcciones de centros de interés así calificados por el Ayuntamiento de Murcia, colegios y centros docentes, aparcamientos de uso público, locales culturales, sanitarios, hoteleros, turísticos u otras de interés público autorizadas por el Ayuntamiento de Murcia, y se emplazarán sobre postes, dimensiones y formatos normalizados, con pictogramas, colores y tipos de letra que determine el servicio municipal correspondiente.

Queda exceptuada de esta prohibición la instalación de publicidad sobre otros soportes de elementos en la vía pública como paradas de autobuses, quioscos, casetas, mupis u otro mobiliario urbano que, con tal objeto, se autorice expresamente mediante el procedimiento regulado a tal efecto, si bien se deberá respetar, en todo caso, las limitaciones de ubicación que figuran en la presente ordenanza además de las derivadas de su título habilitante.

3. Se prohíbe expresamente el reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, flyers, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario, así como su colocación en vehículos aparcados en vía pública, salvo en los supuestos de publicidad impresa prevista en la presente ordenanza.

4. Se prohíben las instalaciones publicitarias en las inmediaciones de rotondas, curvas, cruces, cambios de rasante, confluencias con arterias, y en general, tramos de carreteras, incluidas las travesías de carreteras regionales y estatales, así como en calles o plazas en modo que se pueda afectar a la seguridad del tráfico rodado o tránsito del viandante.

Quedan exceptuadas de esta prohibición las señales direccionales autorizadas por el Ayuntamiento de Murcia.

Quedan asimismo prohibidas las instalaciones publicitarias en zonas colindantes con: carreteras, vías de servicio, calles y caminos y, en general, cualquier tipo de vía pública por la que esté permitido el tráfico rodado o peatonal, con las limitaciones de la presente ordenanza, cuando causen deterioro del paisaje urbano o puedan afectar a la seguridad del tráfico rodado o tránsito del viandante.

La zona afectada por la prohibición contemplada en este apartado se computará, en suelo urbano y urbanizable, hasta una distancia de 100 metros a contar desde el borde exterior de la acera, o,

en caso de inexistencia de acera, desde el límite de la calzada o alineación de planeamiento en su caso, de rotondas, curvas, viales, carreteras, vías de servicio, calles y caminos y, en general, cualquier tipo de vía pública por la que esté permitido el tráfico rodado o tránsito peatonal.

5. Se prohíbe la publicidad exterior en cualquier tipo de vehículo para transporte de viajeros o mercancías, remolque o semirremolque, usando el mismo como instalación o soporte publicitario, en circulación o estacionado, excepto la que se realice en los vehículos destinados al transporte público de viajeros. En aquellos vehículos que pertenezcan a actividades económicas podrá figurar un elemento de identificación, nombre y/o logotipo de la razón social de la empresa o su titular, o de la marca comercial del producto, sin mención de promociones de productos y servicios.

Se prohíbe el estacionamiento en vía pública de vehículos con mensajes publicitarios o que sirvan de soporte a cualquier publicidad exterior, con las excepciones señaladas en el párrafo anterior.

6. La utilización de medios, dispositivos o formatos publicitarios sonoros está expresamente prohibida, rigiéndose su régimen sancionador por la normativa específica de protección del medio ambiente urbano: la ordenanza de protección del medio ambiente contra la emisión de ruidos y vibraciones, aprobada definitivamente en reunión de la Comisión de Pleno de Sostenibilidad, Urbanismo y Asuntos Generales de 24 de noviembre de 2014 y, de forma subsidiaria, por el régimen sancionador previsto en la presente ordenanza.

7. En general, queda expresamente prohibida la publicidad exterior cuyo contenido sea ilícito, es decir, prohibido por la normativa sectorial en materia de publicidad, o que no cumpla lo dispuesto o no esté expresamente regulado en la misma. En particular, y teniendo en cuenta lo dispuesto en la normativa sectorial aplicable, queda expresamente prohibida:

a) La publicidad exterior cuyo contenido consista en mensajes discriminatorios o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, y/o que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

b) La publicidad exterior cuyo contenido consista en mensajes discriminatorios, sexistas o degradantes hacia la persona por razón de sexo u orientación sexual, que fomente la desigualdad de género o por razón de sexo, o que incite a la violencia de género o por razón de sexo. Se atenderá especialmente a la prohibición de publicidad exterior que no transmita una imagen igualitaria, plural y no estereotipada entre hombres y mujeres, ya sea a través de imágenes, de símbolos o del propio uso del lenguaje.

c) La publicidad exterior cuyo contenido consista en anuncios de prostitución, contactos, comercio sexual y/o reproduzcan contenidos vejatorios relacionados con la imagen de las mujeres y, por tanto, atenten contra su dignidad, banalicen o inciten a la violencia contra las mismas.



C.I.F.: P-3003000-A

d) La publicidad exterior cuyo contenido fomente cualquier tipo de desigualdad, violencia, odio y/o segregación que atente contra cualquier colectivo social, cultural, religioso o étnico.

e) La publicidad exterior cuyo contenido fomente cualquier tipo de violencia, odio y/o atente contra la dignidad o bienestar animal.

f) La publicidad exterior cuyo contenido fomente la práctica de juegos y apuestas prohibidos, según lo dispuesto en la Ley 2/1995, de 15 de marzo, reguladora del juego y apuestas de la Región de Murcia y su normativa de desarrollo; o la publicidad exterior estática y nominativa que incite expresamente al juego, aun tratándose de juegos y apuestas autorizados.

g) La publicidad exterior cuyo contenido incite, directa o indirectamente, al consumo de bebidas alcohólicas y tabaco utilizando argumentos dirigidos específicamente a menores de dieciocho años o con la participación de éstos, ya sea a través de imagen o cualquier otra referencia, ni los fundados en la eficacia social de su consumo o la mejora del rendimiento físico o psíquico, así como los que asocien el consumo de estas sustancias a actividades educativas, sanitarias o deportivas, y al uso de vehículos o de armas.

De igual modo, queda prohibida la publicidad exterior cuyo contenido ofrezca una imagen negativa de la abstinencia y la sobriedad.

Se prohíbe expresamente la publicidad exterior cuyo contenido incite, directa o indirectamente, al consumo de bebidas alcohólicas y tabaco en aquéllos lugares donde está prohibida su venta, o en centros y espectáculos destinados mayoritariamente a un público menor de dieciocho años.

8. Se podrá disponer la retirada inmediata de forma cautelar de la publicidad exterior que vulnere los principios establecidos en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad y/o normativa de desarrollo, con independencia de los procedimientos sancionadores y restantes actuaciones que tramiten los órganos competentes en materia de publicidad, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 53 de la presente ordenanza.

En caso de que la instalación publicitaria que vulnere dicha normativa sectorial se encuentre ubicada en dominio público local, la orden de retirada como medida cautelar no precisará de audiencia previa al interesado.

En cualquier caso la retirada inmediata a la que se refiere este apartado se realizará a costa del interesado.

Artículo 5. Requisitos de las instalaciones publicitarias y tipos de autorizaciones administrativas.

1. Todos los elementos que integran la instalación publicitaria deberán reunir y mantener las suficientes condiciones de seguridad, calidad y ornato exigidas por la legislación aplicable y en

particular las previstas en el Título II de la presente ordenanza, relativas a las condiciones técnicas de las instalaciones, con atención especial a los edificios y espacios urbanos catalogados del municipio de Murcia. En ellos habrá que tenerse en cuenta lo dispuesto en la ordenanza municipal sobre condiciones técnicas, estéticas y de ornato público en espacios urbanos catalogados aprobada por Comisión de Pleno de Sostenibilidad, Urbanismo y Asuntos Generales de este Ayuntamiento, en virtud de acuerdo de Pleno de delegación de competencias de 27 de junio de 2011, en sesión de 22 de abril de 2013; o en la normativa que la sustituya.

2. Las instalaciones publicitarias que utilicen cualquier sistema de alumbrado o iluminación deberán cumplir las condiciones de limitación de la contaminación lumínica y de eficiencia energética establecidas en la legislación vigente y, en particular, las establecidas en la siguiente normativa o en aquella que la sustituya:

- Ley 10/2006, de 21 de diciembre, de energías renovables y ahorro y eficiencia energética de la Región de Murcia.
- Ordenanza municipal de regulación de la eficiencia energética y prevención de la contaminación lumínica del alumbrado exterior.
- Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto, por el que se aprueba el reglamento electrotécnico para baja tensión.

Estas instalaciones deberán disponer, con carácter previo al título habilitante, de la preceptiva autorización de la Dirección General de Industria de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

3. Las instalaciones publicitarias requerirán de título habilitante: licencia municipal o declaración responsable previa para la ejecución de obras o instalaciones, comunicación previa para la prórroga del plazo de vigencia o cambio de titularidad, de conformidad a lo dispuesto en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de ordenación territorial y urbanística de la Región de Murcia; en la ordenanza municipal sobre edificación y uso del suelo; y en aquella normativa de desarrollo o que sustituya a la anterior, aunque se trate de actuaciones de carácter experimental o no estén contempladas expresamente en la presente ordenanza.

Artículo 6. Ámbito subjetivo.

Serán titulares de la autorización administrativa para la instalación publicitaria: licencia municipal, declaración responsable o comunicación previa, aquellas personas físicas o jurídicas que en su propio nombre y derecho, directamente o a través de representante, hayan solicitado la licencia o presentado de forma completa la declaración responsable o la comunicación previa.

Serán sujetos responsables a efectos del régimen sancionador establecido en la presente ordenanza los relacionados en el artículo 49.



Artículo 7. Ámbito objetivo.

De conformidad con la clasificación tipológica del suelo en el término municipal de Murcia establecida en el Plan General de Ordenación Urbana, los ámbitos de actuación territoriales a efectos de esta ordenanza son los previstos en el mismo, con las particularidades recogidas en esta ordenanza. En concreto:

1. La aprobación definitiva de los proyectos de reparcelación o de innecesidad de reparcelación requerirá el desmontaje inmediato, a costa del titular o sujeto responsable, de todas aquellas instalaciones publicitarias que se encuentren en terrenos de cesión para viales y dotaciones públicas previstas en el planeamiento y en el instrumento urbanístico aprobado, y en aquellos terrenos donde se localice el diez por ciento del aprovechamiento urbanístico que corresponda ceder al Ayuntamiento.

2. No se permite la instalación de vallas publicitarias en:

- Suelos calificados por el vigente Plan General de Ordenación Urbana como vivienda unifamiliar aislada (RF), vivienda unifamiliar aislada en gran parcela (RG), vivienda unifamiliar en transición a huerta (RH), residencial - proyectos unitarios a conservar (RU), usos singulares en parcela ajardinada – zona genérica (AJ);
- Sus equivalentes en planeamiento de desarrollo;
- Suelo clasificado como urbano especial, urbanizable especial, urbanizable no sectorizado, no urbanizable (en todas sus categorías), sistemas generales;
- Y suelo clasificado como viario, equipamiento estructurante, zonas con algún tipo de protección ambiental, dotaciones locales y zonas verdes.

3. Los solares y terrenos susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios son los situados en el suelo urbano y urbanizable sectorizado donde no exista algún nivel de protección.

TÍTULO II: CONDICIONES TÉCNICAS DE LAS INSTALACIONES.

CAPÍTULO I: TIPOS DE SOPORTES Y EMPLAZAMIENTOS.

Artículo 8. Clases y características de las instalaciones publicitarias en función del tipo de soporte y su emplazamiento.

1. En función de los materiales utilizados y su relación con la luz, sin que sean excluyentes entre sí, los soportes publicitarios se clasifican en:

- a) Soportes rígidos: son todos aquellos que no son flexibles.
- b) Soportes flexibles: son aquellos realizados con materiales textiles, plastificados o cualquier otro tipo de textura flexible o blanda.
- c) Soportes opacos: son aquellos que no permiten el paso de la luz.
- d) Soportes iluminados: son soportes opacos que reciben la luz indirectamente o por proyección.
- e) Soportes luminosos o retro iluminados: son aquellos que proyectan la luz desde su interior.
- f) Soportes fijos: son aquellos que para su montaje o utilización precisan de la realización de obras en el terreno o paramento sobre el que se instalen.
- g) Soportes móviles: son aquellos que para su montaje o utilización precisan instalaciones o estructuras eventuales, desmontables o portátiles.

2. Por su formato y destino o finalidad principal, los soportes publicitarios se clasifican en:

- a) Vallas publicitarias: instalación publicitaria de gran formato, con una dimensión superior a 2 metros de longitud, destinada a contener mensajes publicitarios fijos o temporales. Se incluyen en esta categoría los monopostes, bipostes, vallas iluminadas y pantallas luminosas o electrónicas de más de 82 pulgadas.
- b) Carteles publicitarios y pósteres: instalación publicitaria de mediano o pequeño formato destinada a contener mensajes publicitarios, generalmente de eventos o espectáculos temporales, con una dimensión mayor de 0,50 metros e inferior a 2 metros. Se incluyen en este apartado las pantallas luminosas o electrónicas de menos de 82 pulgadas así como las banderolas.
- c) Folletos, flyers o pegatinas: soporte publicitario, generalmente destinado a la publicidad de anuncios de particulares, cuya dimensión no supera 0,50 metros.
- d) Elementos direccionales: instalación publicitaria con formato tipo cartel, fijo o temporal, indicador de ubicación de instalaciones y de situación de locales privados, no instalada sobre vallas o carteles publicitarios, con cualquier dimensión.
- e) Publicidad en elementos de mobiliario urbano: instalación publicitaria sobre elementos del mobiliario urbano tales como farolas, báculos de tráfico y señalización, quioscos y mupis.



f) Rótulos: instalación publicitaria en formato de carteles identificativos de locales comerciales y/o de actividad industrial, económica o profesional, ubicados sobre la fachada del establecimiento o envolvente del edificio.

g) Banderín: carteles perpendiculares al plano de la fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido.

3. Los diseños y construcciones de los soportes publicitarios, sus elementos y estructuras de sustentación, así como su conjunto deberán reunir las condiciones de estabilidad, seguridad y calidad precisas para el desarrollo de su función, dichas condiciones deberán ser acreditadas mediante certificado por el técnico responsable de la instalación.

4. Los soportes rígidos que se destinen a albergar papel pegado deberán contar con un marco perimetral que impida el deslizamiento de los adhesivos o vinilos utilizados.

La profundidad total de estos soportes cuando sean opacos o iluminados, incluido dicho marco, no sobrepasará los 30 centímetros. La profundidad total de los soportes rígidos luminosos o retro iluminados, así como los que utilicen tecnología de iluminación electrónica no sobrepasarán los 45 centímetros.

5. En ningún caso podrán incorporarse a los soportes elementos sonoros ni corpóreos, en cualquier forma, que se asimilen a la señalización viaria y/o que puedan generar riesgo para la seguridad del tráfico rodado o el tránsito de los viandantes.

6. Las condiciones de iluminación para los soportes iluminados o pantallas luminosas o electrónicas, serán las establecidas en la ordenanza municipal de regulación de la eficiencia energética y prevención de la contaminación lumínica del alumbrado exterior, de 22 de junio de 2009, debiendo cumplir igualmente con las determinaciones establecidas en el Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto, sobre Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión y en la ley 10/2006, de 21 de diciembre, de energías renovables y ahorro y eficiencia energética de la Región de Murcia y demás normativa sectorial aplicable.

7. Cualquier otro tipo de instalación publicitaria diferente a la recogida en la presente ordenanza se deberá ajustar a ésta, por similitud en cuanto a sus características, condiciones dimensionales y ubicación.

Artículo 9. Emplazamientos y superficies publicitarias.

La superficie publicitaria permitida en cada emplazamiento vendrá determinada en función del tipo de soporte, condiciones de la iluminación, ubicación y tipología zonal.

Se exceptúa el caso de tratamientos integrales de paredes medianeras, donde la superficie publicitaria o de identificación del establecimiento estará contenida en un soporte externo.

Artículo 10. Protección del entorno.

1. Cualquier actuación publicitaria deberá realizarse de forma que su impacto visual y ambiental sea mínimo. Por ello, no podrá producir daños en el entorno, ni será autorizable su alteración mediante podas o talas de arbolado, desplazamientos de tierras o escombros, o modificaciones de elementos arquitectónicos.
2. No se autorizarán, en ningún caso, actuaciones publicitarias que produzcan distorsiones perjudiciales para el paisaje urbano o natural, las que interfieran en la percepción visual de paisajes o perspectivas ambientales y patrimoniales de interés, así declarados por el planeamiento u otra herramienta de protección, ni las que por su ubicación o diseño puedan generar riesgo para la seguridad del tráfico rodado o el tránsito de los viandantes.
3. No se considerarán perjudiciales, por su carácter de temporal y vinculación a la duración de las obras autorizadas, la instalación de soportes flexibles sobre estructuras de andamios, cuando se ajusten a las condiciones técnicas previstas en la normativa aplicable, y cuenten con el preceptivo título habilitante.
4. Se podrá exigir la utilización de materiales, técnicas o diseños específicos cuando los servicios técnicos lo consideren necesario para lograr la debida integración de la actuación publicitaria en el ambiente urbano y natural, y para mantener la seguridad vial, tanto en la ejecución de la instalación como durante la vida útil de la misma.
5. La gestión de los residuos generados deberá realizarse de conformidad con lo dispuesto en la normativa sectorial de aplicación.

Artículo 11. Protección del Patrimonio.

1. Se prohíbe, con carácter general, la publicidad comercial:
 - En el ámbito del Plan Especial del Conjunto Histórico de Murcia (PECHM), los bienes declarados de interés cultural (BIC) y en sus entornos de protección.
 - En los edificios públicos o privados, parques y jardines.
 - En restos arqueológicos conservados en la escena urbana.
 - En establecimientos comerciales y elementos urbanos o de otra índole, catalogados o protegidos con cualquier grado por el Plan General de Ordenación Urbana. Se exceptuarán aquellos que se encuentren incluidos en focos o escenas encendidas, o se trate de soportes publicitarios que, por su valor histórico y cultural, conforman el paisaje urbano de la ciudad, previo informe favorable del órgano autonómico competente en el supuesto de bienes declarados de interés cultural y su entorno de protección, o del Servicio municipal correspondiente en el resto de supuestos.

En caso de no estar delimitado entorno de protección se establece una distancia mínima a los



C.I.F.: P-3003000-A

inmuebles declarados de interés cultural (BIC), o protegidos en general, no inferior a 100 metros, a contar desde el extremo exterior del mismo, de tal modo que no incida o interfiera en la percepción del elemento protegido. Esta distancia podrá ser ampliada si la instalación afecta a perspectivas visuales de contemplación del monumento, edificio o elemento, previo informe al respecto de los Servicios municipales correspondientes.

2. Todas las actuaciones publicitarias que afecten a elementos catalogados con grado 1, 2 y 3 de protección, o a las áreas declaradas de interés histórico, artístico, paisajístico y natural, estarán sometidas a las condiciones y limitaciones necesarias para garantizar su integración en el ambiente urbano y natural, su correcta armonización con el entorno y la ausencia de interferencias en la contemplación del bien protegido.

Se respetarán los valores paisajísticos y el mantenimiento de las líneas compositivas de los edificios, sin ocultar sus elementos decorativos y ornamentales. Se podrán imponer tamaños y alturas menores a las permitidas con carácter general, en función de las características del edificio y la necesidad de evitar impactos ambientales negativos.

3. Salvo las excepciones que se puedan admitir en función de las especiales características de cada emplazamiento, las instalaciones publicitarias se realizarán con elementos sueltos (letras, logotipos), o integrados en la composición de huecos, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción, y evitando colores y formas disonantes con el entorno.

4. No se admitirán banderines en aquellos elementos protegidos a los que se refiere el apartado 2.

5. Cualquier tipo de instalación publicitaria que se ubique en el recinto histórico de Murcia deberá ajustarse a las condiciones establecidas al efecto en el Plan Especial del Conjunto Histórico de Murcia (PECHM).

6. En los escaparates de los edificios catalogados no se podrá instalar publicidad, en cualesquiera de sus formas, por la cara interior de los mismos.

CAPÍTULO II: PUBLICIDAD EXTERIOR EN DOMINIO PÚBLICO.

Artículo 12. Publicidad en dominio público.

Los soportes publicitarios instalados en parcelas y edificios municipales de uso dotacional y los situados o que vuelen sobre espacios de titularidad municipal (excepto las banderolas y rótulos de los edificios que no sobrepasen el vuelo máximo de la ordenanza).

Se exceptúan los flexibles sobre estructuras de andamios y con motivo de realización de obras, los cuales serán objeto, en su caso, de licitación pública y quedará sometida a las condiciones que se establezcan en su contratación.

Quedan incluidos en este apartado todas las instalaciones publicitarias y publicidad exterior autorizadas por el Ayuntamiento de Murcia o vinculada a éste mediante el correspondiente contrato o concesión pública, ya sean señalizaciones viarias publicitarias o se ubiquen en quioscos, mupis y mobiliario urbano.

No están incluidas las instalaciones de señalización viaria y de tráfico municipales, así como de otras administraciones públicas, ni las ubicadas en carreteras e infraestructuras por sus respectivas administraciones públicas titulares o responsables.

Artículo 13. Autorizaciones temporales.

Las actuaciones eventuales que justificadamente puedan tramitarse como patrocinio de actividades y acontecimientos promovidos y/o desarrollados por el Ayuntamiento de Murcia, sus organismos autónomos, entes y empresas municipales, podrán ser objeto de autorización demanial en la que se establecerán las condiciones de la explotación publicitaria en dominio público municipal con carácter temporal.

Se podrá autorizar la utilización de báculos y columnas de alumbrado público como soporte divulgativo o informativo, con ocasión de acontecimientos y programas de tipo cultural, deportivo u otros de singular importancia, y para actuaciones de patrocinio.

Los elementos de sustentación de estas instalaciones, así como los lugares donde se emplacen, deberán ser homologados y autorizados por la Concejalía del área correspondiente del Ayuntamiento de Murcia.

Estas instalaciones serán temporales, no pudiendo exceder de un mes con el mismo mensaje publicitario, y devengando la tasa que se establezca, en su caso, por el Ayuntamiento de Murcia.

Fuera de estas autorizaciones no se permitirá la instalación de ningún tipo de publicidad en báculos, farolas, semáforos, señales de tráfico, indicaciones viarias, rótulos de calle, ni elementos de mobiliario urbano en general.

Las señales de indicadores viarios se realizarán utilizando los modelos del Ayuntamiento de Murcia, con los colores, dimensiones, características y logos normalizados para cada uso.

CAPÍTULO III: PUBLICIDAD EN EDIFICIOS.

Artículo 14. Tipos de instalaciones publicitarias en edificios.

En edificios podrán situarse instalaciones publicitarias y elementos de identificación o señalización de actividades y establecimientos de carácter económico, comercial, industrial o profesional.

Los soportes publicitarios en edificios podrán consistir en:

- a) Rótulos o instalación de publicidad en coronación de edificios.



C.I.F.: P-3003000-A

- b) Publicidad en paredes medianeras.
- c) Otra publicidad exterior en edificios.

Artículo 15. Instalaciones publicitarias en coronación de edificios.

Se admite la colocación de rótulos o instalaciones publicitarias en coronación de edificios, en los siguientes términos:

- a) Se autorizarán rótulos o instalaciones publicitarias sobre los edificios de uso exclusivo no residencial, indicados en el apartado l) del presente artículo, si bien el contenido del mensaje será exclusivamente el identificativo de algún local o actividad económica, comercial, industrial o profesional existente en el edificio en que se emplazan, no pudiendo incluir en ningún caso mensajes publicitarios de un producto o promoción comercial.
- b) Su instalación requerirá la tramitación por el procedimiento de solicitud de licencia municipal, adjuntando un proyecto específico en el que se justifique por técnico competente la estabilidad y seguridad estructural, así como que no se ocasionan molestias a vecinos o transeúntes ni interfiere en el tráfico ni en perspectivas paisajísticas, monumentales, urbanas o naturales.
- c) Se podrán instalar rótulos u otros soportes publicitarios de índole similar en la coronación de edificios, exclusivamente en la última planta, entendiéndose por ésta el plano del peto de protección de cubierta o, en su defecto, el de la cara superior del remate del forjado de la última planta, cuando la cubierta carezca de utilización.

El contenido del mensaje será exclusivamente el identificativo de algún local existente en el edificio en que se emplace y no de locales ajenos al mismo. También se podrán instalar rótulos u otros soportes publicitarios de características similares sobre locales en planta baja o naves industriales y construcciones de uso terciario.

- d) Solo se autorizará un rótulo de publicidad con un mensaje publicitario en cada edificio, que se podrá emitir con efectos visuales luminosos, siempre que no produzca destellos, deslumbramiento, fatiga o molestias visuales, ni que induzcan a confusión con señales luminosas de tráfico, debiendo cumplir con la normativa sobre balizamiento para navegación aérea, así como con la ordenanza municipal de regulación de la eficiencia energética y prevención de la contaminación lumínica del alumbrado exterior, aprobada definitivamente por la Comisión de Pleno de Asuntos Generales de este Ayuntamiento, en sesión celebrada el 15 de diciembre de 2009, y otra normativa de aplicación en esta materia.
- e) Se utilizarán preferiblemente elementos disgregados (letras y logotipos), de forma que tanto de día como de noche se respete la estética del edificio sobre la que se sitúen, así como la del entorno y la perspectiva desde la vía pública, cuidando especialmente su configuración cuando no están iluminados, debiendo minimizarse el impacto de los elementos de anclaje y sujeción.

Concejalía de Urbanismo y Transición Ecológica

Dirección de Área de Urbanismo

Subdirección de Coordinación Administrativa del Área de Urbanismo – expediente 2023/00406/000003

- f) Los rótulos se instalarán retranqueados al menos 1 metro a contar desde la fachada del edificio. Su altura no superará los 3 metros medidos desde la rasante del último forjado.
- g) Las dimensiones del rótulo no serán superiores a 1 metro de altura, salvo en edificios de centros terciarios, grandes y medianas superficies y grandes equipamientos, en los que las dimensiones podrán ser mayores, sin superar la altura máxima de 3 metros, medidos a cada uno de sus lados. Si hubiere fachada de edificio con huecos o ventanas abiertas sobre el local en planta baja en cuya cubierta se instale el rótulo, se deberá separar 6 metros, al menos, de dicha fachada.
- h) La superficie publicitaria total, en la que aparezca, figure o se emita el mensaje publicitario, será como máximo de 70 metros cuadrados.
- i) Para la obtención de la licencia municipal se requerirá presentación de proyecto técnico con memoria descriptiva de la instalación y de la seguridad y estabilidad de su sujeción a la cubierta, adjuntando, en ambos casos, plano compositivo de integración en el edificio, pudiendo formar parte del diseño de este desde su construcción.
- j) En edificios de uso exclusivo terciario, industrial, hostelero, comercial o dotacional en general, se permitirá la colocación de rótulos identificativos y mensajes comerciales relacionados con su actividad, sobre la altura máxima de la zona, debiendo presentar proyecto técnico justificativo de la integración formal en el mismo, así como evitar afecciones o molestias a edificios contiguos.
- k) No se permitirá la instalación de rótulos en coronación de edificios declarados bien de interés cultural (BIC) y su entorno, así como en el ámbito del Plan Especial del Conjunto Histórico de Murcia (PECHM), y en edificios catalogados. Tampoco se permitirá su instalación en el ámbito de los sitios históricos del municipio, zonas arqueológicas, zonas paleontológicas ni lugares de interés etnográfico.
- l) La instalación de rótulos y pantallas luminosos o electrónicos en coronación de edificios está permitida en edificios de uso exclusivo económico-industrial, servicios, equipamientos, transportes e infraestructuras, debiendo tramitar proyecto técnico justificativo con las condiciones y en los términos del artículo 15. b) de la presente ordenanza.

Artículo 16. Publicidad exterior en medianeras.

1. A efectos de esta ordenanza, se entiende por medianera o muro colindante con otra edificación las superficies verticales de los edificios que se sitúan sobre los linderos de la parcela que no reúnen la condición de alineación oficial. Por tanto, quedan incluidas tanto las que quedan al descubierto de forma temporal o provisional y circunstancial como las que, por aplicación de las condiciones del planeamiento, quedan al descubierto con duración indefinida al no colindar la edificación existente con la pared medianera o al exceder su superficie de la edificación colindante.
2. Las fachadas ciegas de edificios de uso residencial existentes en el momento de la entrada en vigor de la ordenanza y que, por aplicación de las condiciones de planeamiento, se sitúan en la



C.I.F.: P-3003000-A

alineación oficial o colindan con terrenos no susceptibles de ser edificados, se asimilarán a las condiciones reguladas para las medianeras en el presente artículo, a los solos efectos de su adecuación y explotación publicitaria.

3. No se admite la colocación de soportes publicitarios en las medianeras situadas en el Recinto Histórico, bienes declarados de interés cultural (BIC) ni edificios catalogados por el Plan General de Ordenación Urbana Municipal, pudiéndose emplazar en el resto del suelo urbano y urbanizable, con las limitaciones que se indican en la presente ordenanza.

4. Se podrán autorizar soportes publicitarios en las medianeras, fuera del ámbito definido en el párrafo anterior, siempre que los proyectos de acondicionamiento y decoración contemplen su tratamiento singular integrando un mensaje publicitario, como medida de fomento de la estética de las edificaciones. Este tratamiento requerirá el acondicionamiento integral de la medianera y cada diseño que se realice deberá ser aprobado previamente por el Ayuntamiento de Murcia.

5. La publicidad exterior en medianeras requerirá la redacción de un proyecto o documento técnico, y una memoria descriptiva, suscrito por técnico competente. Se autorizará singularmente y presentará una solución individualizada que contemplará el revestimiento y decoración de la medianera con materiales duraderos que integren el mensaje publicitario de carácter secundario o accesorio, y sin que la parte del mensaje publicitario que se exprese mediante cualquier forma de texto escrito (eslóganes, datos del anunciante, empresas, ofertas, o formato de índole similar) pueda superar el 10% de la superficie de la medianera a tratar.

La solución que se proponga habrá de adaptarse en lo básico al ambiente estético de la zona, sector, calle o plaza, para que no desentone en el conjunto medio en que estuviese situado, sin romper la armonía de dicho conjunto y su perspectiva. Se podrán establecer condiciones adicionales respecto a los materiales, colores y motivos cuando las características del entorno así lo exijan.

6. Solo se permitirá un soporte publicitario con un único anunciante, de una superficie máxima de 100 metros cuadrados e integrado en el diseño general del paramento por cada medianera de una edificación independiente, prohibiéndose expresamente la instalación o agrupación de dos o más vallas superpuestas o contiguas, o de mayor tamaño que el indicado.

7. No se permitirá la inclusión del nombre ni referencia gráfica de la empresa publicitaria que gestiona el cartel, a excepción de la identificación de la autorización municipal o título habilitante.

8. La instalación de publicidad en medianeras requerirá la autorización previa y expresa por parte del propietario o comunidad de propietarios del inmueble, especificando la duración de la autorización.

Artículo 17. Otra publicidad exterior en edificios.

1. Con la única excepción de la identificación y logos comerciales del local o establecimiento en el que se ubiquen, no se admite la instalación de publicidad exterior en edificios habitados o en uso, a excepción de los locales de planta baja y los entresuelos o primeras plantas, si se destinan a uso comercial, industrial, económico o profesional, que podrán anunciar los productos relacionados con su actividad.

Para la eventual instalación de publicidad exterior en edificios desocupados deberá obtenerse una autorización expresa mediante licencia, previa presentación de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva de conjunto en el que se detallen las características y condiciones, debiendo establecerse un periodo máximo de duración que no podrá exceder de tres años, con el compromiso de adecuación o demolición en su caso transcurrido este periodo.

2. En edificios de uso exclusivo dotacional, terciario o comercial no se permitirá la instalación de vallas publicitarias, si bien podrán realizarse instalaciones publicitarias temporales propias de su uso, previa presentación de proyecto de conjunto de la fachada donde se integren éstas, cuya permanencia no podrá ser superior a un mes.

Estos mensajes publicitarios solo se podrán referir a eventos o promociones temporales relacionados con el uso y actividad del edificio en que se emplazan, no pudiendo contener mensajes publicitarios ajenos al mismo.

3. No se permite la instalación de carteles identificativos ni publicidad exterior en balcones, miradores, ventanas o elementos compositivos principales de los edificios en ninguna planta de la edificación.

4. Se permite la instalación de publicidad en edificios situados en ámbitos de suelo urbano y urbanizable, calificado como terciario o industrial, si bien, tendrán que referirse a actividades vinculadas con la realizada en el edificio e incluidas e integradas en el diseño de la fachada, permitiéndose la instalación de vallas publicitarias y pantallas luminosas o electrónicas que emitan mensajes publicitarios, integradas en la composición del proyecto arquitectónico.

5. Los rótulos, pantallas y carteles que se instalen en edificios de uso exclusivo terciario, industrial o comercial, identificativos de la actividad, o la previsión de los lugares para su instalación, tendrán que ir recogidos en el proyecto general del edificio o ser objeto de una autorización expresa que incluya la adecuación a la composición general del edificio.

6. No se permite la instalación de vallas publicitarias en los espacios libres de parcela, residencial o de uso terciario, en retranqueos, en gasolineras, en vallados ni en zonas de aparcamientos.

7. Se permite la instalación de pantallas visibles desde el exterior en el interior de los locales en planta baja y primera, de una dimensión máxima de 82 pulgadas y retranqueada 50 centímetros desde el plano del escaparate-fachada.

En edificios de uso exclusivo terciario-comercial, hostelero, industrial o dotacional en general,



podrán instalarse pantallas publicitarias integradas en los huecos y fachada, con cualquier dimensión, mediante la presentación de proyecto o documento técnico y memoria descriptiva en el que se analice el impacto visual, deslumbramientos e integración en la composición del edificio.

8. La instalación de publicidad en los escaparates se realizará, en su caso, por la cara interior. No se permite la utilización de los escaparates para la fijación de publicidad que ocupe más del 50% de la superficie de cada escaparate, debiendo quedar permeable, visualmente, el resto.

CAPÍTULO IV: PUBLICIDAD EXTERIOR EN OBRAS.

Artículo 18. Clases de instalaciones publicitarias en obras.

En las obras serán autorizables los soportes rígidos y los soportes flexibles sobre estructura de andamio.

Artículo 19. Ámbito objetivo y temporal.

1. En todas las zonas establecidas en la presente ordenanza, las obras susceptibles de servir como emplazamientos publicitarios serán, de conformidad con las normas urbanísticas del Plan General de Ordenación Urbana, las de nueva edificación en todas sus variantes, las de reestructuración general y total, las de demolición total, restauración y rehabilitación de fachadas y urbanización, incluso en edificios u otros elementos catalogados, sin perjuicio de su protección.

2. Para la instalación de publicidad, las obras y el vallado, en su caso, deberán contar con el título habilitante en vigor que sea legalmente exigible. La publicidad será autorizada, como máximo, durante el periodo de vigencia de éstas, salvo en los soportes flexibles sobre estructuras de andamio (lonas publicitarias).

3. A efectos de la explotación publicitaria no podrán segregarse zonas parciales del solar, terreno o edificación salvo en el supuesto de soportes flexibles sobre estructuras de andamio, en los que podrá figurar, en la franja reservada para ello, las denominaciones de las actividades directamente afectadas por las obras y de las empresas actuantes de las mismas.

4. El periodo máximo de permanencia de la instalación publicitaria en obras será el que corresponda a la ejecución de esta, no debiendo superar el plazo de dos años y debiendo retirarse en caso de paralización de las mismas más allá de este periodo.

Artículo 20. Condiciones técnicas de las instalaciones publicitarias en obras.

1. Los soportes publicitarios rígidos en obras, tipo vallas y carteleras, deberán instalarse en la

alineación oficial o en el cerramiento de la obra, en caso de estar autorizado, sin volar sobre la vía pública. Su altura máxima será de 6 metros sobre la rasante del terreno en la alineación oficial, y la superficie máxima de ocupación será de 240 metros cuadrados por cada 100 metros de línea de fachada del solar, debiendo mantener una distancia mínima de 10 centímetros entre soportes.

En las vías de circulación rápida la distancia mínima desde el soporte publicitario a la vía será de 20 metros y la altura del mismo no superará los 6 metros sobre la rasante del terreno.

En ningún caso estos soportes publicitarios podrán sustituir al vallado obligatorio del solar.

2. Los soportes publicitarios flexibles sobre estructuras de andamio (lonas publicitarias) cubrirán la totalidad de la superficie del andamio teniendo como limitación la altura del edificio y la longitud de la fachada. En la parte inferior de la lona se reservará una franja continua a lo largo de toda la lona de 150 centímetros de altura, en la que figurarán los elementos de identificación de los establecimientos existentes en el edificio cuya localización quede afectada por la instalación, del soporte, de la empresa publicitaria y de las restantes empresas participantes en la obra, quedando prohibida la colocación de otros soportes rígidos o flexibles.

De forma excepcional, por razón de interés general, acontecimientos singulares o análogos, la publicidad deberá quedar integrada en la imagen del edificio o del entorno, o se podrá invertir el orden anterior de forma que la publicidad quede instalada en la franja continua a lo largo de toda la lona.

En los edificios declarados bien de interés cultural (BIC) y en los catalogados con nivel de protección 1 y 2, en dicha franja continua se reservará una superficie de al menos 150 centímetros por 150 centímetros para la representación gráfica del edificio, en el que figurará una fotografía, imagen o alzado del edificio, con la denominación del mismo.

CAPÍTULO V: PUBLICIDAD EXTERIOR EN SOLARES Y TERRENOS SIN USO.

Artículo 21. Ámbito objetivo.

1. A los efectos previstos en esta ordenanza, se entiende por solar la parcela apta para ser edificada y por terreno sin uso aquella parcela que esté vacante y sin urbanizar.

En ambos supuestos, no podrá existir ninguna edificación ni desarrollarse ninguna actividad. En caso de contar con alguna edificación o construcción, esta deberá estar declarada en ruina de acuerdo con la legislación urbanística aplicable y ser demolida, con carácter previo al título habilitante para la instalación publicitaria, en su caso.

2. El espacio libre de parcela edificada no tiene la consideración de solar ni de terreno sin uso, no siendo un emplazamiento a efectos de explotación publicitaria, por lo que no se podrán instalar soportes publicitarios ni en su interior, retranqueos, aparcamientos, espacios no ocupados por la edificación de instalaciones comerciales o gasolineras, que sean visibles desde el exterior, ni en el



cerramiento o vallado perimetral de la parcela. Esta limitación se refiere a la publicidad exterior de productos y marcas, permitiéndose la instalación de rótulos identificativos del local.

3. Los terrenos destinados por el planeamiento general o de desarrollo a viales, espacios libres o dotaciones públicas, una vez aprobado definitivamente el proyecto de reparcelación o de innecesariedad de reparcelación, no podrán ser ocupados por instalaciones publicitarias.

4. Aun encontrándose en alguna de las clasificaciones anteriores, las instalaciones publicitarias visibles desde carreteras, autonómicas o estatales; rotondas o cruces se ajustarán a lo señalado en el artículo 4.4 de esta ordenanza, sin perjuicio de lo establecido en la legislación sectorial aplicable.

5. Como medida de protección del paisaje urbano, rural y de la huerta de Murcia no se permitirá la instalación de vallas publicitarias, monopostes ni pantallas luminosas en los terrenos clasificados como suelo urbano especial (US) y urbanizable especial en zona de huerta (SH), en agrupaciones lineales residenciales (RL) y agrupaciones residenciales tradicionales (UR).

Como medida de protección arqueológica no se permitirá la instalación de vallas publicitarias, monopostes ni pantallas luminosas o electrónicas en los terrenos afectados por yacimiento arqueológico.

Asimismo, no se permite el emplazamiento de este tipo de instalaciones publicitarias en los terrenos clasificados como suelo urbanizable no sectorizado, sin desarrollar, y suelo no urbanizable en cualquiera de sus categorías, ni los clasificados como vivienda unifamiliar en transición a huerta (RH), vivienda unifamiliar aislada (RF), vivienda unifamiliar aislada en gran parcela (RG), residencial – proyectos unitarios a conservar (RU) y usos singulares en parcela ajardinada – zona genérica (AJ).

6. No se autorizará la instalación de soportes publicitarios en espacios destinados a sistemas generales, viales, espacios libres o dotacionales de cualquier tipo una vez aprobado definitivamente el proyecto de reparcelación o de innecesariedad de reparcelación.

A tal efecto, las instalaciones publicitarias existentes en terrenos de cesión para viales, dotaciones, sistemas generales adscritos y espacios libres, previstos en el planeamiento y en el instrumento urbanístico aprobado, tendrán que ser identificadas y retiradas con carácter inmediato.

7. En ningún caso se autorizarán instalaciones publicitarias en terrenos abandonados o que incumplan con el deber de conservación de la propiedad inmueble regulado en los artículos 15 a 17 del Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, por el que aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana; en el Plan General de Ordenación Urbana Municipal y en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia.

8. Las limitaciones incluidas en los puntos anteriores se aplican a vallas publicitarias, monopostes y pantallas electrónicas.

Artículo 22. Vallas publicitarias, monopostes y pantallas luminosas o electrónicas: Características generales.

1. La nueva instalación de cualquier tipo de valla publicitaria, monoposte o pantalla requerirá la existencia de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva suscrito y dirigido por técnico competente, en el que se acredite y haga constar el cumplimiento de las condiciones establecidas en la presente ordenanza, en el planeamiento y en cualquier otra normativa de aplicación, legislación sectorial y normativa reguladora de la estabilidad y seguridad estructural.

La instalación de nuevas estructuras portantes de vallas o monopostes requerirá la presentación de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva junto a la solicitud, que se tramitará por el procedimiento de licencia urbanística o declaración responsable, aportando certificado suscrito por técnico competente que garantice que la instalación cumple con la normativa exigible y de seguridad.

La instalación de publicidad en soportes ya existentes requerirá la presentación de un certificado suscrito por técnico competente que garantice que la instalación cumple con la normativa exigible y de seguridad, pudiéndose iniciar el procedimiento con una declaración responsable, de acuerdo con la legislación urbanística vigente.

2. Las superficies máximas previstas en este artículo para cada tipo de soporte se entenderán como superficie máxima por cada cara, en el caso de que dichos soportes contengan publicidad a dos caras.

3. La distancia a los lindes de otra propiedad, de cualquier valla, monoposte o pantalla será de 50 metros lineales a contar desde el borde exterior de la misma.

Artículo 23. Vallas publicitarias.

1. Los soportes publicitarios tipo valla o cartelera deberán ajustarse a un mínimo de 2 metros de ancho por 1,50 metros de alto y sus múltiplos, con un límite máximo de 48 metros cuadrados por parcela catastral. Estos límites se aplicarán por cada cara de la valla publicitaria. A estas medidas se les incrementará el marco perimetral de obligada instalación y la altura máxima, que no podrá superar los 9 metros sobre la rasante del terreno, incluido el soporte.

La instalación de estos soportes publicitarios deberá respetar en todo caso las distancias siguientes:

a) Para instalaciones de 24 metros cuadrados en horizontal (8 x 3 metros), la distancia mínima será de 8 metros a contar desde la arista exterior de la carretera, vía de servicio, calle, camino y, en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal.

b) Para instalaciones de 24 metros cuadrados en vertical (4 x 6 o 3 x 8 metros) la distancia mínima será de 10 metros a contar desde la arista exterior de la carretera, vía de servicio, calle, camino y, en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal.

c) Para instalaciones de 48 metros cuadrados en horizontal (16 x 3 metros), la distancia mínima será de 8 metros a contar desde la arista exterior de la carretera, vía de servicio, calle, camino y, en general,

cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal.

d) Para instalaciones de 48 metros cuadrados en vertical (8 x 6 metros), la distancia mínima será de 10 metros a contar desde la arista exterior de la carretera, vía de servicio, calle, camino y, en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal.

2. Se permiten las vallas superpuestas, sin que en ningún caso puedan sobrepasar las superficies, alturas máximas permitidas y distancias mínimas en función de su ubicación, en agrupaciones lineales de hasta un máximo de dos vallas publicitarias, siempre que no superen en todo caso la superficie de 48 metros cuadrados por parcela catastral. La distancia entre vallas o grupos de vallas no será inferior a 100 metros.

3. Se permiten agrupaciones de vallas publicitarias que no superarán, en todo caso, la superficie máxima de 48 metros cuadrados y 24 metros de longitud.

La instalación de vallas publicitarias, individuales o agrupaciones de vallas, en parcelas ubicadas frente a cualquier tipo de viario público, estará sujeta a la limitación de una sola valla individual o agrupación de vallas por cada parcela catastral, salvo que se trate de parcelas que tengan un frente de fachada superior a 100 metros, en cuyo caso se admitirá una valla individual o agrupación de vallas por cada 100 metros a contar desde la parte exterior de las vallas.

Artículo 24. Monopostes publicitarios.

1. Se considerarán soportes publicitarios tipo monoposte las vallas publicitarias que cuentan con un solo poste de sustentación para su instalación a más de 9 metros de altura, medidos en la cara superior de la valla sobre la rasante del terreno.

Se incluyen en esta categoría, y les serán de aplicación las mismas limitaciones que a los monopostes, las variantes consistentes en la colocación de dos o más apoyos como sistema de sustentación del cartel.

2. La instalación de monopostes publicitarios deberá respetar, en todo caso, las medidas de exhibición publicitaria con un máximo de 48 metros cuadrados, debiendo quedar incluido en una envolvente máxima de 12 metros de ancho por 5 metros de alto y por 2 metros de profundidad (medidas del panel publicitario), sujetado por un soporte de 9 metros de altura como máximo, a contar desde la rasante natural del terreno hasta el inicio o parte exterior del panel publicitario.

3. La instalación de monopostes deberá respetar una distancia mínima de 25 metros, a contar desde la arista exterior, en zonas colindantes a carreteras, vías de servicio, calles, caminos y, en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal.

4. La instalación de monopostes publicitarios en parcelas ubicadas frente a cualquier tipo de viario público estará sujeta a la limitación de un solo monoposte por cada parcela catastral, salvo que se

trate de parcelas que tengan un frente de fachada superior a 100 metros, en cuyo caso se admitirá un monoposte por cada 100 metros de fachada en una misma parcela catastral, a contar desde la parte exterior de las vallas, respetando, en todo caso, las distancias a viario y lindes que se establecen en el presente artículo.

Solo se permite la instalación de un monoposte por parcela catastral, debiendo quedar una distancia mínima de 100 metros a otro monoposte o cualquier otra instalación publicitaria, medidos desde la arista exterior del panel publicitario.

La distancia mínima a los lindes de parcela será de 50 metros, contada desde la línea exterior de la proyección en planta del monoposte.

5. No se permiten monopostes publicitarios circulares, o a más de dos caras.

6. El ancho (profundidad) del plano donde se inscriben los paneles publicitarios no podrá ser superior a 2 metros, incluida la estructura portante.

7. La altura máxima de los monopostes no podrá superar los 14 metros incluido el soporte, contados desde la rasante natural del terreno, desde la arista exterior de la carretera, vía de servicio, calle, camino y, en general, cualquier tipo de vía por la que esté permitido el tráfico rodado y/o peatonal, desde la cual se establece la distancia a la que se ubican las instalaciones publicitarias.

En caso de diferencias de rasante significativas, entendiéndose por tales aquéllas que superen los 5 metros entre terreno y vial, se tendrá que realizar un estudio de paisaje que requerirá la aprobación municipal. En caso de carreteras que cuentan con viales de servicios, la altura no podrá superar los 9 metros contados desde la rasante de la arista exterior del vial principal.

8. La instalación de vallas iluminadas o pantallas electrónicas en monopostes se ajustará a lo dispuesto en la presente ordenanza para las pantallas publicitarias.

Artículo 25. Pantallas publicitarias.

1. Se entiende por pantalla luminosa o electrónica, a los efectos de aplicación de la presente ordenanza, aquella de más de 82 pulgadas que se emite en este tipo de soporte electrónico, con mensajes de publicidad fijos cambiantes o continuos.

2. La publicidad a través de pantallas electrónicas estará sometida a las limitaciones de distancia y ubicación de las vallas publicitarias, en función de su sistema de sujeción.

3. No se permitirá la instalación de pantallas electrónicas que se instalen cerca de una carretera regional o nacional, o vías locales incluidas las travesías o las de tráfico rodado intenso. En este sentido, la instalación se ajustará a lo previsto en el artículo 4.4 de la presente ordenanza.

4. En edificios de uso exclusivo comercial, terciario o industrial podrán instalarse pantallas luminosas o electrónicas, de tamaño superior a 82 pulgadas, que incluyan mensajes relacionados con su



actividad, presentando al efecto un proyecto técnico con las condiciones y publicidad que se indican en el presente apartado.

La instalación de pantallas luminosas requerirá la tramitación de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva en el que se justifique por técnico competente la no generación de molestias a viandantes y edificios próximos, la no interferencia en el tráfico rodado y el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad vial y de contaminación lumínica, por lo que se requerirá, en el procedimiento de tramitación del título habilitante, el trámite de audiencia previa a los residentes en los edificios colindantes que puedan verse afectados por la instalación.

5. No se permitirá la instalación de pantallas que incluyan mensajes publicitarios, en general, sobre edificios residenciales ni en sus fachadas.

6. A las pantallas luminosas o electrónicas le serán de aplicación las prohibiciones previstas para las vallas publicitarias que se especifican en la presente ordenanza.

CAPÍTULO VI: INSTALACIONES PUBLICITARIAS EN LOCALES Y ESTABLECIMIENTOS DONDE SE DESARROLLA UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA, INDUSTRIAL, COMERCIAL O PROFESIONAL.

Artículo 26. Características generales.

1. Son elementos de señalización e identificación aquellos que tienen por fin exclusivo la localización de actividades y establecimientos. No podrán contar con publicidad comercial distinta a aquella que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la denominación social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial o profesional o de servicios a la que se dedique.

2. Su instalación no podrá alterar las características arquitectónicas de los edificios ni de sus huecos de fachada y carpinterías. Los materiales serán adecuados a las condiciones estéticas y constructivas del edificio y del ambiente urbano en que se instalen.

No podrán instalarse carteles identificativos sobre cerrajerías, balcones, miradores o elementos ornamentales del edificio.

3. Los rótulos deberán emplazarse en los huecos que defina la composición arquitectónica de la fachada, longitudinalmente sobre el paramento del local o en los entrepaños. En caso de planteamientos identificativos diferentes a esta distribución se requerirá la presentación de un plano o infografía con la composición general de la fachada, incluyendo memoria y justificación de la inserción de los rótulos en ésta.

En ningún caso podrán cerrarse los huecos compositivos del local con rótulos publicitarios.

En el caso de instalación de publicidad en huecos de fachada existentes, no podrá quedar opaca una superficie superior al 50% del hueco.

4. Los rótulos y pantallas luminosas o electrónicas de menos de 82 pulgadas podrán ubicarse en el interior de los locales sin necesidad de tramitación de título habilitante alguno, si bien deberán cumplir la normativa en materia de contaminación lumínica.

La instalación en el exterior de los edificios de rótulos mediante pantallas luminosas o electrónicas estará sometida al cumplimiento de las normas del capítulo V del presente título II, si bien requerirá, además, la presentación de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva específicos en el que se justifique el cumplimiento de la normativa en materia de contaminación lumínica, la no producción de daños al paisaje urbano, la no generación de molestias a transeúntes y edificios colindantes y la no interferencia en el tráfico rodado.

5. Los rótulos o carteles identificativos solo podrán ubicarse en las plantas bajas de los edificios, hasta la cara inferior del forjado que separa la planta baja de la primera.

En caso de destinarse el entresuelo a oficinas o actividad comercial, la identificación podrá ubicarse en su fachada correspondiente, debiendo integrarse en la composición de la misma.

En edificios de uso exclusivo terciario, comercial, industrial u oficinas, a excepción de los incluidos en el Recinto Histórico de Murcia y sitio histórico, los rótulos identificativos podrán ubicarse en toda la fachada, requiriéndose a tal efecto su inclusión e integración en el proyecto o documento técnico y memoria descriptiva generales de la misma.

En zonas de uso global económico-industrial, terciario, servicios y equipamientos la instalación de rótulos será libre, debiéndose no obstante integrar en el diseño y composición general de las fachadas o cerramientos de parcela colores, texturas y efectos luminosos, en su caso, a cuyo efecto se presentará un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva generales de la fachada en el que se defina la composición general.

6. Las condiciones generales de iluminación y de las pantallas serán las propias de la presente ordenanza y de la normativa reguladora de la contaminación lumínica y eficiencia energética, prohibiéndose la instalación de elementos de identificación y señalización con mensajes móviles o variables.

7. En los edificios declarados bien de interés cultural (BIC) y catalogados no se podrán instalar elementos de identificación, salvo los permitidos en la normativa de protección correspondiente, para los supuestos de establecimientos comerciales tradicionales y aquellos con especiales exigencias de señalización previstas para los servicios sanitarios, farmacéuticos, fuerzas y cuerpos de seguridad y otros de la misma índole. Las instalaciones en bienes de interés cultural (BIC) y sus entornos requerirán la autorización de la Dirección General competente en materia de Cultura de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

En edificios catalogados fuera del recinto histórico, delimitado por el Plan Especial del Conjunto



Histórico de Murcia (PECHM), en los localizados dentro de sitio histórico y en los entornos de bienes de interés cultural los rótulos identificativos requerirán la presentación de un proyecto o documento técnico y memoria descriptiva de integración del cartel, con expresión de texturas y colores e incorporación en la composición de la fachada.

Artículo 27. Rótulos.

1. Se entiende por rótulos de identificación los carteles que, situados en las fincas sobre las que tengan título legal suficiente, sirvan para indicar la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de actividad mercantil, industrial o profesional o de servicios a las que se dedican, sin que en ningún caso puedan tener finalidad publicitaria.

Quedan incluidos en la categoría de rótulos los luminosos y/o pantallas luminosas o electrónicas con mensajes identificativos fijos.

La instalación de rótulos se ajustará a las condiciones y limitaciones que para cada clase de suelo se establezcan, sujetándose a título habilitante necesario, debiendo garantizarse una adecuada protección del entorno urbano, del patrimonio artístico y de la seguridad pública.

2. En el Conjunto Histórico Artístico de Murcia, conforme al contenido del artículo 9, apartado 13 de su Plan Especial, la instalación de cualquier cartel o rótulo deberá integrarse en su diseño y ajustarse a las siguientes condiciones:

- Los rótulos o carteles identificativos se instalarán en los huecos o en los entrepaños, prohibiéndose los rótulos continuos que ocupan la totalidad de ambos elementos de la edificación, sin sobresalir de la línea de fachada, recomendándose la utilización de letras sueltas que no distorsionen la composición de la fachada ni afecten a elementos ornamentales.
- La altura máxima y su proyección será de 60 centímetros como máximo.
- La longitud máxima será la del hueco o macizo y no podrá superar los 3 metros de longitud, debiendo quedar en su caso un espacio de esta misma dimensión hasta la siguiente línea de rótulo.
- No se permitirá la realización de rótulos sobre los machones de la fachada a una altura por debajo de los 2 metros ni por encima de los 4.
- No se autorizarán iluminaciones parpadeantes ni deslumbrantes.
- Podrán autorizarse los rótulos abatibles que sean compatibles con el entorno donde se ubican, y que no impidan o limiten la visibilidad o contemplación de bienes protegidos por el Plan General de Ordenación Urbana Municipal o Plan Especial del Recinto Histórico.
- En los entrepaños de edificios, solo se permitirá colocar letras sueltas o anagramas pegados al paramento, de materiales pétreos o metálicos, con una altura máxima de 60 centímetros.
- En el Conjunto Histórico no se autorizarán rótulos sobre la cubierta de los edificios.

- En edificios catalogados fuera del recinto histórico, así como en sitio histórico serán igualmente de aplicación las normas indicadas en el presente apartado.

3. En el resto de Suelo Urbano, los rótulos:

- Solo se autorizarán en planta baja y primera.

- Se adosarán a fachada, permitiéndose un vuelo y altura máxima de 60 centímetros, respectivamente.

- Los rótulos luminosos o en banderas deberán quedar a una altura mínima de 2,50 metros, a contar desde la rasante de la acera.

- Los rótulos en plantas superiores solo serán autorizados cuando el edificio esté destinado con carácter exclusivo a uso comercial, industrial, oficinas o terciario en general, con las condiciones anteriores.

Artículo 28. Carteles y Banderines.

1. Los carteles son soportes lito-grapados o impresos sobre papel cartulina, cartón o similar, paralelos al plano de la fachada del local, realizados en cualquier clase de material rígido, situados en la planta baja y primera de los edificios, pudiendo ser opacos o contar con iluminación.

Se prohíben los carteles movibles ocupando vía pública con publicidad de los establecimientos comerciales. Solo será posible dicha instalación cuando se ubique en espacio privado del local de negocio o actividad.

2. Los banderines son los carteles perpendiculares al plano de la fachada del local realizados con cualquier clase de material rígido y se ajustarán a las siguientes condiciones:

- La instalación de banderines deberá cumplir con las normas urbanísticas para este tipo de elementos, no pudiendo rebasar la longitud máxima de vuelos del edificio en que se ubican, ni volar sobre la calzada de tráfico rodado y a una altura sobre la rasante de más de 2,50 metros.

- No se permitirá más de un banderín por cada fachada del local al que se refiera.

- No se permitirá la instalación de banderín en edificios catalogados.

Artículo 29. Banderolas y pancartas.

1. Las banderolas y pancartas son elementos publicitarios realizados con materiales efímeros sobre lonas, plástico o panel.

2. Las banderolas solo podrán autorizarse:

a) En fachadas de edificios de uso exclusivamente comercial por motivo de campañas extraordinarias o con el objeto de publicitar ofertas especiales o características de la actividad que alberguen, por un plazo no superior a dos meses. No obstante, se podrá autorizar la reserva de espacios de carácter permanente, siempre que sean objeto de un tratamiento estético de conjunto en el proyecto o documento técnico y memoria descriptiva presentados.



C.I.F.: P-3003000-A

b) En fachadas de museos, edificios públicos, salas de exposiciones, espectáculos o similares por idéntico plazo y para fines propios de la institución de que se trate.

c) En elementos de alumbrado público por campañas electorales, celebraciones municipales o institucionales, en soportes homologados a tal efecto y en ubicaciones que determine la Concejalía de área competente.

3. Las pancartas solo estarán permitidas en lugares visibles desde la vía pública en situaciones excepcionales como fiestas patronales, eventos, celebraciones religiosas, culturales, deportivas o similares. Este soporte publicitario se ajustará a las siguientes condiciones:

- La utilización de los citados elementos para publicidad comercial solo podrá autorizarse en el supuesto de campañas extraordinarias y por el periodo temporal que expresamente se autorice.

- En la documentación que se presente para la tramitación del título habilitante se deberá reflejar la forma, dimensiones, materiales y contenido de la pancarta, emplazamiento, altura mínima sobre la calzada y tiempo de duración.

- La pancarta en ningún caso limitará el tráfico rodado o peatonal, así como la visibilidad de señalización urbana y no podrá situarse a una altura inferior a 5,50 metros sobre la calzada.

- La pancarta tiene una utilización limitada exclusivamente a las celebraciones que la justifiquen, debiendo ser retirada en el plazo máximo de cinco días siguientes a la terminación de dicha celebración, a costa del titular de instalación.

- Queda expresamente prohibida la instalación de pancartas sobre elementos de alumbrado público.

4. Las banderolas o pancartas que se instalen sobre elementos de mobiliario urbano precisarán del oportuno título habilitante y se podrá exigir una fianza que responda de los daños ocasionados sobre estos elementos, y en su caso por la utilización de materiales o soportes que deba suministrar el Ayuntamiento en el supuesto de no ser devueltos en perfecto estado de conservación.

5. Ocasionalmente podrán autorizarse banderolas destinadas a la información de eventos temporales en farolas sobre soporte homologado y por periodos limitados a un máximo de 20 días. Deben ser autorizadas por el departamento municipal competente en cuanto a los elementos urbanos afectados.

El titular de la instalación deberá presentar con la documentación que se precise para la tramitación del título habilitante el número y situación exacta de cada farola o elemento portante, así como el plazo de permanencia de dicha instalación y un aval que garantice su retirada en el plazo concedido.

Artículo 30. Toldos.

La publicidad exterior en el faldón de los toldos y en sombrillas está sujeta a la normativa en materia

de ocupación de vía pública.

La instalación de toldos y sombrillas en el recinto histórico y en sitios históricos se ajustará a las condiciones establecidas en el Plan Especial del Conjunto Histórico de Murcia (PECHM).

Artículo 31. Otros elementos de señalización e identificación de actividades y establecimientos.

1. Carteles de identificación en solares o terrenos sin uso y colindantes con vías de circulación:

Se podrán instalar en solares y terrenos sin uso carteles identificativos con la denominación de las personas físicas o jurídicas o el ejercicio de una actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a los que se dedican sin que en ningún caso puedan tener finalidad publicitaria, no pudiendo sobrepasar de 24 metros cuadrados por emplazamiento y cumpliendo las demás determinaciones contenidas en el presente título.

2. Hitos comerciales identificativos:

En edificios de uso exclusivo no residencial se podrán instalar hitos comerciales identificativos en el espacio libre de la parcela, dentro de la alineación. La altura máxima de los hitos será de 12 metros.

Los hitos comerciales deberán separarse de la vía pública una distancia mínima de la mitad de su altura.

Su diseño y composición deberán integrarse en el proyecto o documento técnico y memoria descriptiva, sin que su instalación pueda suponer en ningún caso un peligro para las instalaciones y edificios existentes en la propia parcela, para las edificaciones colindantes y vías de circulación de vehículos y tránsito de viandantes.

CAPÍTULO VII: PUBLICIDAD IMPRESA.

Artículo 32. Reparto de publicidad exterior.

El reparto de la publicidad impresa solo se autorizará, con carácter restringido, en los siguientes supuestos:

- a) En periodo de campaña electoral de acuerdo con la normativa específica aplicable y celebraciones populares o institucionales.
- b) En entradas de locales comerciales así como por asociaciones de comerciantes dentro de los límites territoriales de sus establecimientos.

El titular o beneficiario del mensaje será responsable de mantener limpio el espacio urbano afectado por la distribución de dicha publicidad, a cuyo objeto deberá aplicar los medios necesarios.

Ayuntamiento de Murcia

Glorieta de España 1

30004 Murcia.

T. 968 35 86 00.



C.I.F.: P-3003000-A

El incumplimiento de dicha obligación producirá la pérdida del título habilitante. El interesado deberá presentar con la documentación para el correspondiente título habilitante aval suficiente que garantice los costes adicionales de limpieza, en el supuesto de ejecución subsidiaria.

TÍTULO III: RÉGIMEN DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

CAPÍTULO I: FORMAS DE INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA.

Artículo 33. Objeto, contenido y tipos de intervención administrativa.

1. La realización de cualquier clase de actividad, acción o actuación de publicidad exterior queda sometida a la previa obtención del título habilitante correspondiente, que estará sometido a la tramitación del procedimiento de licencia urbanística, declaración responsable o comunicación previa presentadas de forma completa con la documentación requerida, sin perjuicio de las demás licencias y autorizaciones que sean exigibles por la normativa sectorial aplicable y que en todo caso serán previas al título habilitante municipal.

2. En todo caso, la administración municipal podrá exigir la adopción de medidas pertinentes en defensa del interés general o de las modificaciones que resulten de las nuevas determinaciones que se aprueben por disposiciones de carácter general.

3. La actuación publicitaria y la identificación de actividades y establecimientos quedan sujetas a la obtención de licencia urbanística cuando:

a) Se desarrollen mediante soportes que precisen para su instalación de licencia de obra.

b) Se desarrollen en suelo de titularidad privada y uso público o privado, debido a su incidencia y repercusión en el entorno urbano, al concurrir razones de interés general de acuerdo con lo previsto en el artículo 5 de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Su tramitación se realizará de acuerdo con lo dispuesto en esta ordenanza y con las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas.

4. Si la actuación publicitaria se realiza en suelo de titularidad pública, la autorización tendrá el carácter de autorización demanial especial, de conformidad con la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas y el Real Decreto 1372/1986, de 13 de junio, por el que se aprueba el Reglamento de Bienes de las Entidades Locales. En el caso de que para su realización requieran la utilización de estructuras o soportes, deberán cumplirse las condiciones técnicas exigidas para los títulos habilitantes de naturaleza urbanística.

5. Si la actuación publicitaria se desarrolla en suelo de titularidad y uso privado y requiere la utilización de estructuras o soportes que no precisen licencia de obras, será necesario presentar una declaración responsable con la documentación requerida de forma completa.

6. La solicitud de licencia, declaración responsable y comunicación previa de las actuaciones de publicidad exterior deberán presentarse en impresos o modelos normalizados que figuran en el anexo único de esta ordenanza, dichos modelos serán susceptibles de actualización, motivada por la



C.I.F.: P-3003000-A

modificación de la normativa aplicable y/o por la propia praxis administrativa, sin necesidad de modificar la presente ordenanza.

7. En todos los casos, con independencia del título habilitante que proceda, se exigirá la presentación de declaración responsable del titular con el compromiso expreso de cumplir la normativa relativa a la publicidad considerada ilícita, especialmente la descrita en los apartados a), b) y d) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Acreditado en su caso el incumplimiento de la normativa en materia de publicidad ilícita, se procederá a revocar el título habilitante por incumplimiento de las condiciones del mismo.

8. No requerirán título habilitante las siguientes instalaciones, siempre que no se lleven a cabo sobre edificios catalogados o entornos de bienes de interés cultural (BIC):

a) Anuncios individuales de venta y alquiler de locales y viviendas.

b) Elementos de identificación y publicidad relacionada con su actividad en el cristal interior de los huecos de fachada de edificios de uso no residencial mediante grabación, serigrafía o elemento transparente superpuesto, siempre que su superficie no sea superior a unas dimensiones de 2 por 3 metros cuadrados.

c) Carteles en el cristal interior de los huecos de fachada de planta baja y primera mediante grabación, serigrafía, elementos transparentes superpuestos o similares.

d) Pantallas electrónicas de hasta 82 pulgadas que en ningún caso podrán incluir mensajes publicitarios no relacionados con la actividad del local en que se ubican.

Artículo 34. Período de vigencia del título habilitante.

1. Por su especial naturaleza y su trascendencia en el paisaje urbano, el título habilitante para instalaciones publicitarias, vallas, monopostes, pantallas, carteles, banderolas, pancartas y otros elementos de identificación contemplados en esta ordenanza tienen carácter temporal, siendo el plazo de vigencia máximo de tres años, a contar desde la fecha de su concesión, en los supuestos en los que esté sometido a licencia o desde su presentación completa, en los supuestos en los que esté sometido a declaración responsable o comunicación previa.

Las instalaciones temporales, vallas, monopostes y pantallas publicitarias tendrán la vigencia que figure en su título habilitante, nunca superior a tres años, plazo que deberá venir expresamente recogido impreso en la parte inferior derecha del marco de la instalación, con un tamaño de letra de 10 centímetros de altura, debiendo figurar la identificación del titular: nombre o denominación social, número de identificación fiscal (NIF/NIE), número de expediente o de registro de entrada del título habilitante municipal y fecha de finalización del período de vigencia de dicho título.

2. La vigencia del título habilitante para la instalación de soportes publicitarios en obras queda vinculada a la duración de éstas, salvo en el supuesto de instalación de soportes flexibles sobre estructura de andamios por razón de obras cuya duración inicial será como máximo de un año, prorrogable solo una vez por el mismo plazo.

3. El plazo de vigencia de la autorización de rótulos identificativos de locales así como otro tipo de instalaciones publicitarias previstas en el capítulo VI del presente título estará sujeto al plazo de vigencia del título habilitante de la actividad económica, industrial, comercial, profesional o de servicios.

La vigencia de los títulos habilitantes para identificación de actividades y establecimientos estará condicionada al ejercicio de la actividad. En caso de cambio de titularidad de la misma que no afecte, modifique o altere las condiciones de su título habilitante, nombre, marca comercial, logotipo o cualquier otro elemento de identificación de aquélla se requerirá presentación de comunicación previa, pudiéndose tramitar junto al cambio de titularidad de dicha actividad.

La modificación estructural o transformación del rótulo o elemento de identificación del local o establecimiento requerirá nuevo título habilitante.

4. La vigencia de las declaraciones responsables estará vinculada al plazo de duración que se establezca para el ejercicio de la actuación.

5. El título habilitante para la instalación publicitaria quedará sin efecto si se incumpliesen cualquiera de las condiciones o prescripciones conforme a las que fue concedida o si el contenido de la publicidad es de naturaleza ilícita de conformidad a la normativa aplicable.

Artículo 35. Prórroga de la vigencia del título habilitante.

1. Con carácter general, el título habilitante para actuaciones publicitarias se podrá prorrogar por una sola vez y por un plazo máximo igual al inicialmente acordado, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 34 de esta ordenanza respecto a los rótulos y otros elementos identificativos de local o establecimiento.

2. La prórroga del plazo de vigencia del título habilitante requerirá de la presentación de comunicación previa antes del vencimiento de dicho plazo, y siempre que no hayan cambiado las condiciones recogidas en el mismo. Se adjuntará o incorporará a la comunicación previa de prórroga la siguiente documentación o información:

a) Coordenadas del sistema Universal Transversal de Mercator (UTM).

b) Fotografías actualizadas del emplazamiento en formato digital Portable Document Format o formato de documento portátil (PDF).

c) Certificado de facultativo competente en el que conste que la instalación se ajusta al título habilitante correspondiente y se mantienen las condiciones de seguridad y estética exigibles



C.I.F.: P-3003000-A

previstas en el proyecto o documento técnico o memoria descriptiva inicial.

d) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido, en su caso, para la obtención del título habilitante.

En el supuesto de no ser presentados los documentos anteriores o éstos presentaran deficiencias, se otorgará plazo de subsanación en los términos establecidos en el artículo 68 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común.

Comprobadas las instalaciones, si se advirtiere deficiencia o incumplimiento de las condiciones y prescripciones impuestas se entenderá revocado el título habilitante quedando sin efecto el mismo, y generando la obligación de desmontaje y retirada de la instalación publicitaria en los términos establecidos en la presente ordenanza. La retirada deberá realizarse en el plazo máximo de cinco días a contar desde el siguiente a la recepción de la notificación de la orden. En el supuesto de que el titular de la instalación o sujeto responsable no desmonte la misma en el plazo previsto se podrá retirar mediante ejecución subsidiaria, a su cargo.

Artículo 36. Transmisión de la titularidad.

1. El título habilitante para la instalación publicitaria será transmisible, tanto el antiguo como el nuevo titular deberán comunicarlo al Ayuntamiento, sin lo cual quedarán ambos sujetos de forma solidaria a las responsabilidades derivadas de la actuación amparada por dicho título. La comunicación previa de cambio de titularidad se ajustará al modelo normalizado que figura en el anexo único de la presente ordenanza.

2. No serán transmisibles las autorizaciones demaniales especiales ni aquellas que estén vinculadas con el titular como medio humano para realizar la actuación.

CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO.

Artículo 37. Obtención de títulos habilitantes.

1. Las solicitudes de título habilitante para actuaciones publicitarias y de identificación de rótulos y otros elementos que requieran la utilización de estructuras y soportes fijos que precisen de proyecto o documento técnico, se tramitarán conforme a las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas en atención al uso afectado y al ámbito de aplicación de dicha normativa, y en lo no dispuesto por dicha normativa por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

A la solicitud de título habilitante para la nueva instalación de vallas, pantallas y monopostes que requieran un soporte estructural se adjuntará proyecto o documento técnico y memoria

descriptiva firmada por técnico competente.

2. Las solicitudes de título habilitante que no requieren de utilización de estructuras y soportes fijos que precisen de proyecto o documento técnico se tramitarán conforme al procedimiento administrativo previsto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y en el artículo 264 de la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia que regula la declaración responsable en materia de urbanismo, sin perjuicio de las peculiaridades y requisitos que por razón de su contenido específico se establezcan en la presente ordenanza o en cualquier normativa sectorial de aplicación.

3. Los procedimientos de tramitación del título habilitante se iniciarán mediante la presentación de la solicitud de licencia, declaración responsable o comunicación previa en impreso debidamente firmado, al que se adjuntará la documentación que se enumera en el modelo normalizado que corresponda y que figura en el anexo único de la presente ordenanza.

4. La documentación relativa a la instalación y su emplazamiento deberá presentarse en soporte electrónico.

5. En el supuesto de soportes en obras, deberá comunicarse la fecha de inicio de las obras conforme a las determinaciones previstas en la normativa municipal en materia de licencias urbanísticas, a efectos de iniciar el cómputo del plazo correspondiente. Una vez concluida la instalación deberá aportarse certificado de la dirección facultativa, en la que conste que la misma se ha realizado de acuerdo con el proyecto o documento técnico y memoria descriptiva presentado y con cumplimiento de la normativa de aplicación.

6. En el supuesto de solicitud de prórroga del título habilitante o transmisión de la titularidad se presentará comunicación previa, en los términos establecidos en los artículos 35 y 36 de la presente ordenanza, respectivamente.

Artículo 38. Resolución y silencio administrativo.

1. Transcurrido el plazo para el otorgamiento de las licencias urbanísticas de actuaciones publicitarias y de identificación reguladas en la presente ordenanza sin dictarse resolución expresa, el interesado podrá entender denegada la licencia por silencio administrativo, salvo en los supuestos excepcionales previstos en la normativa urbanística y medioambiental y en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

2. La declaración responsable así como la comunicación previa en los casos previstos por esta ordenanza surtirán efectos con carácter general desde el momento de su presentación de forma completa de acuerdo con la normativa urbanística que la regule y con la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.



3. En ningún caso podrán adquirirse por silencio administrativo facultades contrarias a las determinaciones establecidas en la presente ordenanza, en la normativa urbanística o ambiental o en las normas que regulan el procedimiento administrativo común que sean de aplicación.

Artículo 39. Instalaciones publicitarias en actividades y establecimientos mercantiles, comerciales, profesionales o industriales.

1. La solicitud de instalación de carteles, banderines, rótulos y elementos análogos de identificación de actividades y establecimientos podrá tramitarse conjuntamente con la licencia de obras o de implantación de actividad en el local.

Artículo 40. Seguro de responsabilidad civil.

Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera de licencia urbanística por implicar la realización de obras o instalaciones que necesiten proyecto o documento técnico o autorización demanial especial, deberá el titular aportar póliza de seguro de responsabilidad civil y justificante del pago de la prima, que cubra los posibles daños a personas o bienes, durante el montaje, permanencia y desmontaje de la instalación publicitaria.

Los importes de seguros que se indican tienen el carácter de mínimos, pudiendo motivadamente incrementarse de acuerdo con la peligrosidad que suponga para el tráfico rodado, viandantes e instalaciones, intensidad de la utilización del dominio público, en función de la superficie ocupada, de la duración de la actuación y las consecuencias que para el entorno urbano puedan derivarse de la actividad publicitaria así como por cualquier causa que justificadamente pudiera motivar dicho incremento:

- a) Soportes flexibles o rígidos sobre fachadas y en coronación de edificios: 1.000.000 euros.
- b) Instalación de soportes publicitarios con altura superior a 6 metros: 1.000.000 euros.
- c) Instalaciones publicitarias, salvo en fachadas y coronación de edificios, con altura inferior a 6 metros: 300.000 euros.

Artículo 41. Exacciones.

Las actividades reguladas en la presente ordenanza estarán sujetas en cada caso al pago de las exacciones previstas en las ordenanzas reguladoras de los tributos municipales.

CAPÍTULO III: CONSERVACIÓN DE LA INSTALACIÓN PUBLICITARIA.

Artículo 42. Identificación de la instalación.

Los propietarios o titulares de las vallas y monopostes publicitarios tendrán la obligación de identificar las mismas, a cuyo efecto deberán colocar en lugar visible y dentro del marco perimetral del soporte el nombre de la empresa de publicidad titular de la licencia o título habilitante, dirección, número de expediente municipal o de registro de entrada y fecha del título habilitante.

En el caso de las vallas la inscripción con los datos anteriores se realizará en la parte inferior derecha del marco con un tamaño de letra de 10 centímetros de altura.

En el caso de monopostes la identificación se colocará a una altura de 3 metros en el fuste del soporte con el mismo tamaño de letra. No podrán colocar elementos corpóreos sobre los soportes ni utilizar otras superficies para identificar los soportes.

Artículo 43. Deber de conservación y retirada de las instalaciones.

1. 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.

2. Una vez finalizada la vigencia del título habilitante o una vez producido el cese de la actividad, los titulares de las instalaciones publicitarias y/o de identificación del local o establecimiento deberán proceder a su desmontaje y retirada total, a su costa.

Las instalaciones temporales deberán ser retiradas en los tres días siguientes a la finalización del plazo fijado en el título habilitante.

3. El órgano municipal competente podrá ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el apartado anterior.

A estos efectos, se concederá al propietario o titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre diez y veinte días, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizar las mismas en dichos plazos, en cuyo caso se podrá conceder un plazo mayor.

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.



C.I.F.: P-3003000-A

- b) Imposición de las sanciones previstas en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia y en la presente ordenanza.
- c) Imposición de multas coercitivas de conformidad con lo previsto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
- d) Prohibición para el infractor de acceder a nuevo título habilitante para instalación publicitaria en cualquier emplazamiento durante el plazo de un año a contar desde la fecha de la infracción.

Artículo 44. Régimen de actuaciones municipales inmediatas.

Si por los servicios técnicos 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 siempre que se cumpla el principio de intervención mínima.

Todas las actuaciones que se acuerden serán a cargo con carácter solidario del titular de la instalación, 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 se ha ubicado la dicha instalación.

CAPÍTULO IV: INSPECCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA LEGALIDAD.

Artículo 45. Servicios de inspección.

El ejercicio de las funciones de inspección y comprobación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente ordenanza corresponderá a la inspección de los servicios técnicos del órgano municipal competente así como a los agentes de la Policía Local, como encargados de la vigilancia del cumplimiento de la normativa municipal.

Artículo 46. Protección y restablecimiento de la legalidad.

1. Cuando la instalación publicitaria sujeta a intervención municipal se realizase sin el título habilitante correspondiente o sin ajustarse a las prescripciones y condiciones fijadas en dicho título, se adoptarán las medidas contempladas en la presente ordenanza y las previstas en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia y demás normativa aplicable por razón de la materia que resulten de aplicación, sin perjuicio de las acciones que pueda ejercer el municipio en defensa de sus bienes.

2. La utilización del dominio público municipal sin la previa obtención de autorización administrativa

Concejalía de Urbanismo y Transición Ecológica

Dirección de Área de Urbanismo

Subdirección de Coordinación Administrativa del Área de Urbanismo – expediente 2023/00406/000003

dará lugar al ejercicio de las facultades y prerrogativas para la defensa del patrimonio municipal de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

A tal efecto podrá ordenarse directamente la retirada de los elementos situados en dominio público previa notificación al interesado y sin perjuicio de la imposición de las sanciones previstas en la presente ordenanza.

3. Cuando la actuación publicitaria se realizase sin el título habilitante se adoptarán las medidas previstas en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas y en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia.

4. Las medidas de restablecimiento de la legalidad y el ejercicio de las facultades y prerrogativas en defensa del patrimonio municipal son independientes de la imposición de las sanciones que procedan por la aplicación de la presente ordenanza, la legislación urbanística y patrimonial.

5. La responsabilidad administrativa derivada del procedimiento sancionador es compatible con la exigencia al infractor de la restauración de la legalidad urbanística, la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado originario y con el resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

Transcurridos los plazos sin que el interesado lleve a cabo la actuación requerida, el órgano municipal competente acordará la retirada o desmontaje de la instalación publicitaria con reposición de la situación alterada a su estado originario, a costa del sujeto responsable.

6. Cuando la actuación publicitaria se desarrolle mediante actores y/o público en general sin el debido título habilitante se podrá realizar la retirada inmediata del material publicitario utilizado.

7. Cuando la publicidad vulnere la prohibición establecida en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad o se trate de una publicidad o instalación no permitida de conformidad al artículo 4 de la presente ordenanza se podrá proceder a su inmediata retirada.

CAPÍTULO V: RÉGIMEN SANCIONADOR.

Artículo 47. Régimen jurídico aplicable a las infracciones.

Tendrán la consideración de infracciones las acciones u omisiones que contravengan lo dispuesto en la presente ordenanza, así como las que estén tipificadas en la normativa urbanística y en la del patrimonio de las Administraciones Públicas.

El régimen sancionador de aplicación será el establecido en la presente ordenanza, salvo en los supuestos en los que se remita expresamente al régimen que prevea la legislación sectorial aplicable.



Artículo 48. Clasificación de las infracciones.

Las infracciones se clasifican en muy graves, graves y leves.

1. Se considerarán infracciones muy graves:

- a) La instalación de soportes publicitarios sin el correspondiente título habilitante o sin ajustarse a las condiciones previstas en el mismo.
- b) La inexactitud, falsedad u omisión de cualquier dato o documento que se adjunte o incorpore a una solicitud de licencia, declaración responsable o comunicación previa.
- c) La instalación o actividad publicitaria cuando sea susceptible de provocar daños graves a personas o animales.
- d) 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.
- e) El ejercicio de la actividad publicitaria que produzca una alteración muy grave del patrimonio y el paisaje urbano mediante la tala de árboles sin autorización, modificación irreversible o alteración de elementos naturales de conformidad a lo establecido en la ordenanza municipal de áreas verdes y arbolado viario, modificación irreversible o alteración de elementos arquitectónicos o de señalización y seguridad vial.
- f) La realización de cualquier clase de actuación publicitaria que impida o suponga una grave y relevante obstrucción del normal funcionamiento de los servicios públicos o deterioro grave y relevante de equipamientos, infraestructuras, instalaciones o elementos de un servicio público, de los espacios públicos o de cualquiera de sus instalaciones y elementos, sean muebles o inmuebles.

2. Se considerarán infracciones graves:

- a) La falta de mantenimiento de las instalaciones en los términos establecidos en la presente ordenanza, cuyo deterioro y falta de ornato suponga un menoscabo del entorno y del paisaje urbano.
- b) La instalación o mantenimiento de los soportes publicitarios de obras sin haberse iniciado o después de haber finalizado las mismas.
- c) La realización de cualquier acto que dañe a las especies vegetales o arbóreas instaladas en suelo público o privado tales como podas sin autorización, con especial atención al arbolado de alineación de conformidad a lo establecido en la ordenanza municipal de áreas verdes y arbolado viario.
- d) La realización de instalaciones de pósteres o pegatinas sobre dominio público, o sobre elementos de alumbrado público, señalización viaria y mobiliario urbano en general sin título habilitante.
- e) La falta de desmontaje y total retirada de los elementos de las instalaciones publicitarias una vez

Concejalía de Urbanismo y Transición Ecológica

Dirección de Área de Urbanismo

Subdirección de Coordinación Administrativa del Área de Urbanismo – expediente 2023/00406/000003

que el título habilitante ha perdido su vigencia.

f) La ocultación, manipulación o falsedad de los datos o documentos aportados para la obtención del correspondiente título habilitante.

g) La no suscripción de seguro obligatorio de responsabilidad civil establecido en la presente ordenanza.

h) El incumplimiento de los requerimientos formulados por la Administración Municipal en relación con el ejercicio de la actividad publicitaria o con las condiciones de la instalación.

i) La negativa a facilitar los datos a la Administración Municipal o los agentes de la Policía Local que sean requeridos por éstos, así como la obstaculización de la labor inspectora.

j) La falta de identificación de los soportes publicitarios de acuerdo con el artículo 42 de la presente ordenanza.

3. Se considerarán infracciones leves:

a) No comunicar los cambios de titularidad u otras variaciones que afecten a las circunstancias jurídicas, físicas o técnicas de la actividad publicitaria.

b) La falta de mantenimiento y limpieza de los soportes publicitarios que no suponga un peligro o produzca un menoscabo grave al entorno, paisaje urbano y elementos de señalización y seguridad vial.

c) La falta de presentación de la declaración suscrita por la dirección facultativa expresando la adecuación de la instalación al proyecto autorizado o documentación técnica que sirva de base al título habilitante correspondiente.

d) La falta de comunicación de la finalización de las obras en caso de producirse con anterioridad a la finalización prevista en el título habilitante.

e) La utilización de cualquier clase de vehículo, bicicleta o remolque, como medio publicitario para la transmisión de un mensaje, bien sea en circulación o estacionado.

f) Cualquier otra acción u omisión que, contraviniendo lo dispuesto en la presente ordenanza, no esté calificada como grave o muy grave.

Artículo 49. Sujetos responsables.

Serán sujetos responsables de las infracciones:

- La empresa instaladora, persona física o jurídica, que realice la acción u omisión tipificada en la presente ordenanza y en la normativa de aplicación.

- La persona física o jurídica anunciadora o promotora del producto o servicio que se publicite o titular de la actividad comercial.



C.I.F.: P-3003000-A

- El propietario o comunidad de propietarios del suelo o del inmueble en el que se haya cometido la infracción.
- El técnico autor del proyecto, memoria, certificado o documentación técnica de la instalación publicitaria y el director técnico de la instalación, cuando exista disconformidad con el planeamiento, la presente ordenanza u otra normativa aplicable o con el correspondiente título habilitante.

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.

Las multas que se impongan a los distintos responsables por una misma infracción tendrán carácter no excluyente.

Artículo 50. 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 la presente ordenanza.
3. Las infracciones derivadas del incumplimiento de la presente ordenanza se sancionarán de acuerdo con lo establecido en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local 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.

En tanto se procede a la retirada de la instalación publicitaria o los elementos instalados sin título habilitante o contraviniendo las condiciones del mismo podrán imponerse multas coercitivas contra los agentes responsables por cada mes de permanencia de instalación o elemento.

Artículo 51. Graduación de las sanciones.

Para la graduación de las sanciones se atenderá al:

- Importe de los daños causados.

- 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, en las infraestructuras de señalización y seguridad vial y 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 plazo de un año.
- El posible beneficio económico del infractor.
- Otras circunstancias concurrentes.

La concurrencia de alguno de los agravantes anteriores conllevará la aplicación de la sanción en su grado máximo a cada una de las infracciones.

Se considera reiteración grave la comisión de las infracciones tipificadas en relación a la instalación de cinco o más elementos publicitarios, dos o más en el supuesto de vallas publicitarias sobre dominio público sin autorización, en el plazo de un año. Esta reiteración conllevará la imposibilidad de acceder a título habilitante para instalaciones publicitarias a la empresa instaladora durante un periodo de un año, a contar desde la sanción de la última infracción.

Artículo 52. Procedimiento sancionador.

El procedimiento administrativo sancionador por infracciones tipificadas en la presente ordenanza se tramitará de conformidad con lo dispuesto en la ordenanza reguladora del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora por la Administración Pública del Ayuntamiento de Murcia y en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Artículo 53. Medidas Cautelares.

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.

Asimismo, la medida cautelar prevista en el artículo 4.8 de la presente ordenanza se aplicará especialmente en los supuestos contemplados como publicidad ilícita en los apartados a), b) y d) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.



C.I.F.: P-3003000-A

A tal efecto, de oficio o como consecuencia de la actuación de los agentes de Policía Local, la Inspección urbanística o la Inspección de vía pública se detecte publicidad que pudiera estar comprendida en el ámbito descrito en dichos apartados, los mismos emitirán informe indicando que el contenido pudiera ser constitutivo presuntamente de un supuesto de publicidad ilícita contemplado en los apartados indicados, reflejando los datos del titular del soporte y del publicista, anexando fotografía.

Dicho informe se remitirá a la Concejalía competente por razón de la materia con objeto de confirmar por parte de ésta que concurre el supuesto contemplado en el precepto indicado.

De confirmarse tal extremo, los servicios correspondientes de la Concejalía referida dispondrán con carácter inmediato la imposición de la medida cautelar de retirada del anuncio al amparo del presente artículo, concediendo un plazo de siete días al responsable para la retirada voluntaria, con apercibimiento de ejecución subsidiaria en caso de incumplimiento, procediendo en ese caso a la retirada del anuncio en sustitución y a costa del titular.

Al mismo tiempo, por dicha Concejalía se remitirá copia de lo actuado a la Consejería competente en la materia a los efectos de imposición de las sanciones que procedan.

Si el titular dispusiera del título habilitante para la instalación del soporte, por la Concejalía competente en materia de urbanismo se iniciará expediente de revocación del título habilitante por incumplir las condiciones de la autorización. En caso de no disponer de dicho título se iniciará expediente para el restablecimiento de la legalidad sin perjuicio del régimen sancionador que corresponda por la infracción urbanística.

A los efectos previstos en el presente artículo, por el Ayuntamiento de Murcia se habilitarán los instrumentos apropiados para que cualquier ciudadano ponga en conocimiento del mismo cualquier actuación que pueda considerarse ilícita por aplicación de los apartados a), b) y d) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Artículo 54. Prescripción de las infracciones y sanciones.

Se aplicará el régimen de prescripción de infracciones y sanciones previsto en la Ley 13/2015, de 30 de marzo, de Ordenación Territorial y Urbanística de la Región de Murcia.

CAPÍTULO VI: VALORACIÓN ECONÓMICA.

Artículo 55. Valoración de la instalación publicitaria a efectos del impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO) y del régimen sancionador.

La valoración de la instalación publicitaria a efectos de cálculo de la misma a los efectos del

Concejalía de Urbanismo y Transición Ecológica

Dirección de Área de Urbanismo

Subdirección de Coordinación Administrativa del Área de Urbanismo – expediente 2023/00406/000003

impuesto de construcciones, instalaciones y obras (ICIO) y régimen sancionador será de:

- a) Valla publicitaria: 100 euros por metro cuadrado de superficie publicitaria.
- b) Lonas: 50 euros por metro cuadrado de superficie publicitaria.
- c) Monoposte: 150 euros por metro cuadrado de superficie publicitaria.
- d) Pantalla: 500 euros por metro cuadrado de superficie de pantalla.
- e) Rótulo: 100 euros por metro cuadrado de superficie publicitaria.
- f) Folleto/pegatina: 20 euros por folleto.

Estos importes están sujetos a revisión anual.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA.

Las instalaciones publicitarias y de identificación de actividades que a la entrada en vigor de esta ordenanza no dispongan de título habilitante deberán en el plazo de seis meses adaptarse, o desmontarse en caso contrario, a las determinaciones contenidas en la misma, previa solicitud de la correspondiente licencia o presentación de declaración responsable o comunicación previa. Una vez transcurrido el anterior plazo se iniciarán los correspondientes expedientes sancionadores así como los de restablecimiento de la legalidad.

Las vallas publicitarias, monopostes y pantallas instaladas con título habilitante anterior a la publicación de la presente ordenanza dispondrán de un año para adaptarse a la misma o ser retiradas, en su caso. Una vez transcurrido el anterior plazo se iniciarán los correspondientes expedientes sancionadores así como los de restablecimiento de la legalidad.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.

Queda derogada la ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior aprobada por la Comisión de Pleno de 23 de julio de 2012 y publicada en el Boletín Oficial de la Región de Murcia número 177, de 1 de agosto de 2012.

DISPOSICIÓN FINAL.

Las cuestiones de interpretación que se susciten en aplicación de la presente ordenanza serán resueltas por la Junta de Gobierno Local.

En caso de controversia entre las previsiones de esta ordenanza y la normativa urbanística de aplicación prevalecerá esta última en todo caso.

Ayuntamiento de Murcia

Glorieta de España 1

30004 Murcia.

T. 968 35 86 00.

C.I.F.: P-3003000-A



La presente ordenanza entrará en vigor a los quince días hábiles de su íntegra publicación en el Boletín Oficial de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y haya transcurrido el plazo previsto en el artículo 65.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, tal y como señala el artículo 70.2 del mismo cuerpo legal.