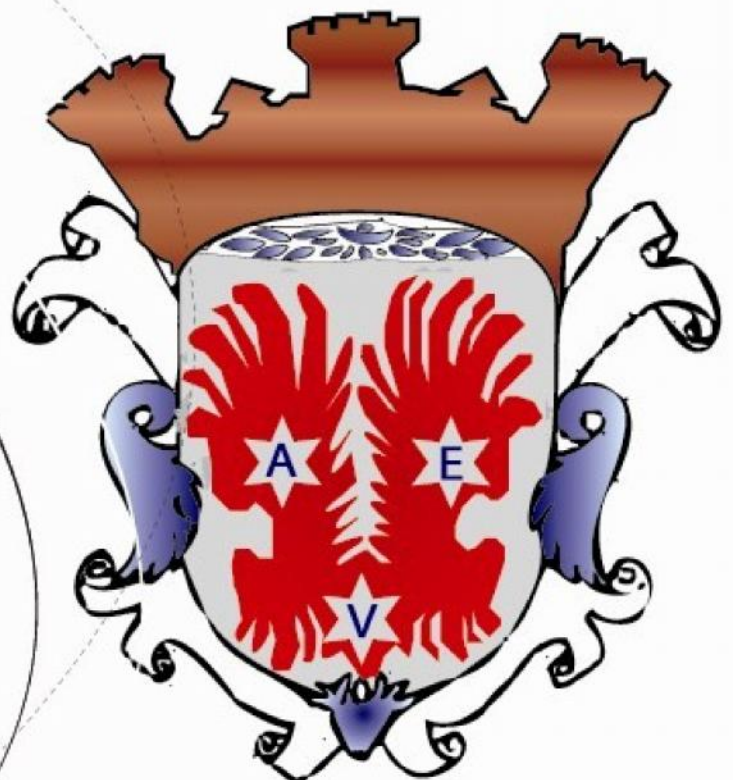


REGLAMENTO DE ANUNCIOS

PARA EL MUNICIPIO DE
SANTA MARÍA DE LOS ÁNGELES, JALISCO.



REGLAMENTO DE ANUNCIOS PARA EL MUNICIPIO DE SANTA MARÍA DE LOS ÁNGELES JALISCO.

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE SANTA MARÍA DE LOS ÁNGELES, JALISCO.

ADMINISTRACIÓN 2007 - 2009

C. ENRIQUE MARQUEZ
PRESIDENTE MUNICIPAL

A LOS HABITANTES DE ESTE MUNICIPIO, HAGO SABER:

QUE EN SESION ORDINARIA DE AYUNTAMIENTO DE FECHA 23 DE JUNIO DE 2009, SE APROBO EN LO GENERAL Y EN LO PARTICULAR POR MAYORIA CALIFICADA DE VOTOS DE LOS REGIDORES DE ESTA ADMINISTRACION MUNICIPAL, LA PROMULGACION DEL PRESENTE REGLAMENTO, DE CARÁCTER OBLIGATORIO PARA TODOS LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO, ASÍ COMO PARA LOS QUE SE ENCUENTREN TEMPORAL O TRANSITORIAMENTE DENTRO DE SU TERRITORIO, CUALQUIERA QUE SEA SU NACIONALIDAD; CON EL SIGUIENTE CONTENIDO:

FUNDAMENTOS LEGALES:

DANDO EL SUSTENTO JURÍDICO LEGAL QUE CONCEDE NUESTRA LEGISLACIÓN VIGENTE, LA EXPEDICIÓN DEL PRESENTE REGLAMENTO SE FUNDAMENTA EN:

CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. ARTICULO 115, FRACCIONES II Y III.

CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO DE JALISCO. ARTICULOS 28 FRACCION IV, 77, 79, 85 FRACCION II, Y 86.

LEY DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACION PÚBLICA MUNICIPAL DEL ESTADO DE JALISCO. ARTICULOS 37 FRACCION VII, 40, 42, 44, 47 FRACCION V, 50 FRACCION I, Y 53 FRACCION II.

CONSIDERACIONES:

I. QUE SON FACULTADES DEL PRESIDENTE MUNICIPAL, LOS REGIDORES, EL SÍNDICO Y LAS COMISIONES DEL AYUNTAMIENTO, COLEGIADAS O INDIVIDUALES, PRESENTAR INICIATIVAS DE ORDENAMIENTOS MUNICIPALES.

II. QUE LES CORRESPONDE A LAS COMISIONES DE: REGLAMENTOS, INSPECCION Y VIGILANCIA, ESPECTACULOS, PLANEACION SOCIOECONOMICA Y URBANA Y TURISMO CONOCER DE LOS ASUNTOS REFERENTES AL REGLAMENTO DE ANUNCIOS.

III. QUE SE HAN REALIZADO LOS TRABAJOS PREVIOS A LA PRESENTACION DE ESTA INICIATIVA.

IV. QUE DE ACUERDO AL TRABAJO DE ESTUDIO Y ANALISIS REALIZADO POR LAS COMISIONES QUE SUSCRIBEN EL PRESENTE DICTAMEN, ENCONTRAMOS QUE EFECTIVAMENTE, SE DEBE ESTABLECER LA NORMATIVIDAD EN MATERIA DE ANUNCIOS EN LO QUE RESPECTA A LA FIJACIÓN Y COLOCACIÓN DE ANUNCIOS VISIBLES DESDE LA VÍA PÚBLICA; LA EMISIÓN, INSTALACIÓN Y/O COLOCACIÓN DE ANUNCIOS EN LUGARES PÚBLICOS, EL USO DE LOS DEMÁS MEDIOS DE PUBLICIDAD QUE SE ESPECIFICAN EN ESTE REGLAMENTO Y LAS OBRAS DE INSTALACIÓN, CONSERVACIÓN, MODIFICACIÓN, AMPLIACIÓN, REPARACIÓN O RETIRO DE ANUNCIOS.

V. QUE ES OBLIGATORIO EL ACTUALIZAR LOS REGLAMENTOS VIGENTES, DE TAL MANERA QUE NO CONTRAVENGAN LA LEGISLACION ESTATAL Y FEDERAL Y LA LEY DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACION PUBLICA MUNICIPAL DEL ESTADO DE JALISCO,

VI. QUE SE DEBE ACTUALIZAR LA REGLAMENTACION VIGENTE E IMPLEMENTAR NUEVAS, CON EL AFAN DE QUE ESTEN A LA PAR CON LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES Y ECONOMICAS, QUE HAN IMPULSADO EL DESARROLLO QUE DESPUNTA EN NUESTRO MUNICIPIO.

VII. QUE SE DEBE PROPICIAR LA DEROGACION DE UNA O VARIAS DISPOSICIONES CONTENIDAS EN LOS REGLAMENTOS MUNICIPALES, CON EL FIN DE EVITAR QUE SE TRADUZCAN EN GENERADORAS DE OBSTACULOS PARA EL DESARROLLO DEL MUNICIPIO.

REGLAMENTO DE ANUNCIOS PARA EL MUNICIPIO DE SANTA MÁRIA DE LOS ÁNGELES, JALISCO.

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1.- Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento son de orden público y observancia general en todo el territorio del Municipio de Sta. María de los A., Jalisco y tienen por objeto establecer la normatividad en materia de anuncios.

ARTÍCULO 2.- Se sujetarán a las disposiciones del presente ordenamiento la fijación y colocación de anuncios visibles desde la vía pública; la emisión, instalación y/o colocación de anuncios en lugares públicos, el uso de los demás medios de publicidad que se especifican en este Reglamento y las obras de instalación, conservación, modificación, ampliación, reparación o retiro de anuncios.

ARTÍCULO 3.- Para los efectos de este Reglamento se entenderá por:

Autoridad Municipal: la Dirección General de Servicios Públicos.

Manual: el de Normas Técnicas para la Comunicación Visual.

Permiso: documento oficial por el cual se autoriza para la instalación, uso, ampliación, modificación y/o reparación de anuncios en los términos del presente Reglamento, pudiendo ser temporal o permanente.

Reglamento: el presente Reglamento.

ARTÍCULO 4.- La aplicación, vigilancia, la atribución de la autoridad para imponer las normas y la ejecución de sanciones derivadas de este Reglamento y del manual recaerá en la autoridad municipal.

ARTÍCULO 5.- La publicidad relativa a alimentos, bebidas y medicamentos se ajustará a lo dispuesto en la correspondiente normatividad federal y/o estatal.

ARTÍCULO 6.- El texto de los anuncios deberá redactarse en idioma español, con sujeción a las normas de pronunciación, ortografía, sintaxis y vocabulario, autorizándose el empleo de idiomas extranjeros para nombres propios de productos comerciales que estén debidamente registrados ante las autoridades competentes de conformidad con lo dispuesto por los correspondientes ordenamientos en materia de patentes, marcas y franquicias.

Todo texto informativo adicional del anuncio podrá escribirse o darse oralmente en una lengua extranjera, siempre y cuando sea precedida por su traducción al español, a la que se le dará cuando menos el mismo valor tipográfico y prosódico.

ARTÍCULO 7.- Los anuncios objeto del presente Reglamento deberán ser elaborados de conformidad con las siguientes normas:

I.- Se sujetarán a las reglas de pronunciación establecidas, evitando la alteración de los fonemas que intervengan en su construcción gramatical.

II.- Se respetará el uso de los signos auxiliares, tales como diéresis y acentos, así como el uso de las letras en la redacción de los anuncios.

III.- No deberá alterarse el orden correcto de la construcción gramatical de cada frase, así como la combinación de las palabras de la misma, ya que los cambios podrían alterar el sentido original.

IV.- Se evitará el uso innecesario de vocablos extranjeros, dándose en todo momento preferencia a los vocablos de origen español. No deberá introducirse el uso de apóstrofe en palabras de origen español.

ARTÍCULO 8.- Cuando el producto o servicio que se pretenda anunciar requiera para su venta al público del registro, autorización, permiso o cualquier otro tipo de trámite previos de alguna dependencia federal y/o estatal, no se autorizará el uso de los medios de publicidad a que se refiere el presente Reglamento, hasta en tanto el interesado acredite debidamente la obtención de los mismos.

ARTÍCULO 9.- Son atribuciones de la autoridad municipal:

I.- Respetar y hacer respetar las normas técnicas establecidas en el manual, mismas que regulan la fijación, modificación, colocación, ampliación, conservación, reparación y retiro de los anuncios, de sus estructuras y de los elementos que lo integran.

II.- Señalar las distancias que debe haber entre uno y otro anuncio; la superficie máxima que puede cubrir cada uno de éstos; la altura mínima y máxima en que puede quedar instalado; su colocación en relación con el alineamiento de los edificios y con los postes, líneas, o ductos de teléfonos, telégrafo y energía eléctrica, entre otros.

III.- Determinar las zonas de monumentos, lugares típicos y zonas de belleza natural en los que se prohíba la colocación o fijación de anuncios permanentes comprendidos en la fracción correspondiente.

IV.- Establecer formas, estilos, tipo de materiales, sistemas de colocación e iluminación y demás características de los anuncios permanentes que se autoricen en cada una de las zonas.

V.- Fijar otras limitaciones que por razones de planificación y zonificación urbana deban observarse en materia de anuncio.

VI.- Recibir solicitudes, tramitar y expedir los permisos o licencias para la instalación, colocación y usos de los anuncios a que se refiere este Reglamento y, en su caso, revocar y cancelar los permisos, así como ordenar y ejecutar el retiro de los anuncios.

VII.- Permitir, previa solicitud del interesado, la fijación y colocación de anuncios temporales, cuya permanencia no será mayor de 90 días para la promoción publicitaria de eventos de carácter transitorio y señalar los lugares para su colocación, clase, características y materiales de los anuncios, mismos que deberán garantizar, en todo caso, la seguridad del público y sus bienes.

VIII.- Practicar la inspección de los anuncios y ordenar los trabajos de conservación y reparación que fueren necesarios para garantizar su estabilidad, seguridad y buen aspecto.

IX.- Ordenar el retiro o modificación de los anuncios en los casos en que así lo determine el presente Reglamento, otorgando a sus propietarios un plazo de 30 días contados a partir de la fecha de notificación para dar cumplimiento a la orden respectiva.

En el caso en que el dueño del anuncio no efectuare los trabajos que se le hubieren ordenado en el plazo que para tal efecto se hubiere determinado, la autoridad municipal ordenará el retiro del anuncio y procederá a la aplicación de las sanciones correspondientes, en el entendido que los gastos derivados del retiro del anuncio o de su demolición le serán cobrados al infractor.

X.- Expedir permisos para ejecutar obras, ajustándose a lo dispuesto por el presente Reglamento y el Manual de Normas Técnicas para la Comunicación Visual en el Municipio de Sta. María de los A., Jalisco.

ARTÍCULO 10.- En ningún caso se permitirá la colocación de anuncios que por su ubicación y/o características pudieren poner en peligro la vida o la integridad física de las personas o que pudieren causar daño a bienes, ocasionaren molestias a los vecinos o afectasen la prestación de los servicios públicos.

ARTÍCULO 11.- Queda prohibida la fijación o colocación de anuncios en el piso o pavimento de las calles, avenidas y calzadas, en los camellones y glorietas, en los edificios, monumentos públicos y su contorno, en los árboles y columnas.

ARTÍCULO 12.- Queda prohibida la publicidad de productos comerciales en la vía pública con altavoces o vehículos en movimiento.

ARTÍCULO 13.- Los anuncios permanentes deberán tener las dimensiones aspecto y ubicación adecuados, a fin de que no desvirtúen los elementos arquitectónicos de los edificios en los que se pretenda colocar o estén colocados y armonicen, en su conjunto, con los demás elementos urbanos.

En caso de encontrarse ubicados en las vías de acceso o salida, los anuncios no deberán alterar ni obstruir el paisaje, debiendo apegarse a lo dispuesto por este Reglamento.

ARTÍCULO 14.- Con el propósito de mantener limpia la ciudad y cuidar la imagen urbana, queda prohibida la distribución en la vía pública de la propaganda en forma de volantes, folletos, láminas metálicas, plásticas o similares, así como la fijación de los mismos en muros, puertas y ventanas, árboles, postes, casetas y similares. Excepción hecha, y en los casos muy particulares en que el municipio autorice lo contrario, con la obligación de que la vía pública quede completamente limpia.

ARTÍCULO 15.- Se permitirá la publicidad a través de la fijación de anuncios en las carteleras de espectáculos creadas para tal efecto por las autoridades municipales, previo pago de los correspondientes derechos.

ARTÍCULO 16.- No se autorizará la colocación o uso de anuncios que guarden semejanza con señalamientos restrictivos, preventivos, directivos e informativos que regulen el tránsito o bien, que sean similares a los anuncios utilizados por dependencias oficiales en su forma, color o palabras que tengan superficie reflectora.

ARTÍCULO 17.- De conformidad con lo estipulado en la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacional y la Ley sobre las características y el uso del Escudo del Estado de Jalisco y del Escudo del Municipio de Sta. María de los A., Jalisco, queda restringido el uso de los símbolos anteriormente señalados en cualquier tipo de publicidad.

El Municipio coadyuvará con la vigilancia y en caso de que se incurra en alguna violación a las leyes de referencia, será turnada la denuncia a la autoridad competente.

CAPITULO II

CLASIFICACION DE LOS ANUNCIOS

ARTÍCULO 18.- Los anuncios se clasifican en consideración al lugar en que se fijen, coloquen o pinten, como sigue:

- I. Fachadas, muros, paredes, bardas o tapiales.
- II. Vidrieras, escaparates y cortinas metálicas.
- III. Marquesinas y toldos.
- IV. Piso de predios no edificados, de espacios libres o de predios parcialmente edificados.
- V. Azoteas y techos inclinados.
- VI.- Vehículos.

No obstante, queda prohibida la fijación o colocación de anuncios o propaganda en los edificios o monumentos públicos.

ARTICULO 19.- Atendiendo a su duración los anuncios se clasifican en permanentes o temporales.

ARTÍCULO 20.- Se consideran anuncios permanentes:

- I. Los pintados, colocados o fijados en cercas y en predios sin construir
- II. Los pintados, adheridos o instalados en muros y bardas.
- III. Los que se fijen e instalen en el interior de los locales a que tenga acceso el público.
- IV. Los que se instalen en estructuras sobre predios no edificados o sobre edificios.
- V. Los contenidos en placas denominativas.
- VI.- Los adosados o instalados en salientes de la fachada.
- VII. Los colocados a los lados de las calles, calzadas o vías rápidas.
- VIII. Los pintados o colocados en el interior de vehículos automotores.
- IX. Se consideran también anuncios permanentes aquellos que por sus fines se destinen a estar en uso más de 90 días.

ARTÍCULO 21.- Se consideran anuncios temporales:

- I. Los volantes, folletos, muestras de productos y en general toda clase de propaganda impresa distribuida a domicilio.
- II. Los que anuncien baratas, liquidaciones y subastas.
- III. Los que se coloquen en tapiales, andamios y fachadas de obras de construcción. Estos anuncios sólo podrán permanecer durante el tiempo que comprenda la licencia de construcción.
- IV. Los programas de espectáculos y diversiones.

V.- Los anuncios referentes a cultos religiosos.

VI. Los anuncios y adornos que se coloquen con motivo de fiestas navideñas o actividades cívicas conmemorativas.

VII. Los que se coloquen en el interior de vehículos de uso público.

VIII. Se considerarán igualmente anuncios transitorios lo que se instalen o fijen para propaganda de eventos temporales, cuya duración no exceda de 90 días;

IX. Los que empleen, voces, música o sonidos en general.

X. Los anuncios ambulantes que sean conducidos por personas o animales y en vehículos.

ARTÍCULO 22.- Por sus fines, los anuncios se clasifican en:

I.- Denominativos: Son aquellos que sólo contienen el nombre, razón social, profesión o actividad a que se dediquen las personas físicas o morales de que se trate, o sirvan para identificar una negociación o un producto, tales como logotipos.

Esta clase de anuncios sólo podrán colocarse o fijarse adosados a las fachadas del edificio, en que los interesados tengan su domicilio, despacho, consultorio, taller, fachadas de bodegas, almacenes o establecimientos industriales o comerciales cuando se trate de empresas.

II.- Identificativos: Son elementos arquitectónicos, escultóricos o naturales de referencia urbana, que imprimen una imagen que propicia la identificación de parajes naturales, comunidades, compañías, asociaciones, comercios y similares.

III.- Simbólicas: Diseños gráficos que identifican compañías, asociaciones y comercios.

IV.- De propaganda: Son aquellos que se refieren a marcas, productos, eventos, servicios y actividades análogas para promover sus ventas, uso o consumo.

V.- Mixtos: contienen elementos denominativos y de propaganda.

ARTÍCULO 23.- Se consideran partes del anuncio todos los elementos que lo integren, tales como:

I.- Base o elemento de sustentación.

II.- Estructura de soporte.

III.- Elementos de fijación o sujeción.

IV.- Caja o gabinete del anuncio

V.- Carátula, pista o pantalla.

VI.- Elementos de iluminación.

VII.- Elementos mecánicos, eléctricos o hidráulicos.

VIII.- Elementos e instalaciones accesorios

ARTÍCULO 24.- Tomando en cuenta su colocación, los anuncios se clasifican en la siguiente forma:

I.- Adosados.- son aquellos que se fijan o adhieren sobre las fachadas o muros de los edificios o vehículos.

II.- Colgantes o banderas, en volados o en salientes. Son aquellos cuya carátula se proyecta fuera del parámetro de una fachada, fijándose perpendicular o paralelamente a ellos por medio de ménsulas o voladizos.

III.- Auto soportantes.- se encuentran sustentados por uno o más elementos apoyados o anclados directamente al piso de un predio.

IV.- De azotea.- son aquellos que se desplantan en cualquier lugar sobre el plano horizontal de la misma, sobre el extremo superior de los planos de la fachada de los edificios.

V.- Pintados.- son aquellos que se realizan mediante la aplicación de cualquier tipo de pintura sobre superficies de edificaciones o de vehículos.

VI.- Integrados.- son aquellos que forman parte integral de la edificación que los contiene, ya sea en alto relieve, calados o en bajo relieve.

ARTÍCULO 25.- Los anuncios a que se refieren las clasificaciones anteriores a este capítulo deberán sujetarse a las siguientes disposiciones:

I.- Sobre las fachadas y paredes, podrán ser pintados, adosados, colgantes e integrados.

II.- En vehículos, los anuncios podrán ser pintados o adosados.

CAPITULO III

ZONIFICACION

ARTÍCULO 26.- Para fines del presente Reglamento, la ciudad se dividirá en las siguientes zonas:

I.- Zona Comercial.- comprende los centros comerciales y pequeños comercios ubicados en el primer cuadro de la ciudad de Sta. María de los A., comprendida entre las calles: Hidalgo, Morelos y Zaragoza.

II.- Zona Habitacional.- comprende las viviendas tanto unifamiliares como multifamiliares, conjuntos de edificios y conjuntos de casas ubicados ya sea en la zona centro y los barrios.

III.- Zona de Conservación y Reserva.- Parques y Jardines.

IV.- Zonas Históricas.- monumentos, parque públicos, jardines y, en general, todas aquellas áreas que sean frecuentadas por el público por su belleza arquitectónica y natural, o por su interés histórico.

ARTÍCULO 27.- Para la emisión, fijación, colocación y uso de cualquiera de los medios de publicidad a que se refiere este reglamento, se requiere la obtención previa del permiso expedido por la autoridad municipal.

La autoridad correspondiente deberá resolver dentro de un plazo no mayor a quince días hábiles, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, el otorgamiento en su caso, del permiso solicitado.

CAPITULO IV

PERMISOS

ARTÍCULO 28.- Podrán solicitar y obtener los permisos a que se refiere este capítulo:

I. Las personas físicas o morales que deseen anunciar el comercio, industria o negocio de su propiedad, los artículos o productos que elaboren o vendan y los servicios que presten.

II. Las personas físicas y sociedades mexicanas, debidamente constituidas e inscritas en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio, que tengan como objeto social realizar actividades publicitarias, siempre que se encuentren registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el giro correspondiente.

ARTÍCULO 29.- Las solicitudes de permisos para la fijación o instalación de anuncios permanentes deberán contener los siguientes datos:

I.- Nombre y domicilio del solicitante, número de cédula de inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes o de su empadronamiento para el pago del Impuesto sobre Ingresos Mercantiles y constancias vigentes de la filiación en la cámara correspondiente.

Quando se trate de personas morales, deberán acreditar su personalidad y la de las personas físicas que las representen, mediante escritura pública que contenga la constitución de la sociedad y el otorgamiento del poder correspondiente, debidamente inscrito en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio.

II.- De acuerdo a lo dispuesto en el Plan de Desarrollo Urbano, el solicitante deberá presentar comprobante de uso de suelo que corresponda al lote en que se ubica el inmueble objeto del anuncio.

III.- Toda solicitud deberá acompañarse de la siguiente documentación:

A) Dibujo y descripción del anuncio, así como dibujo y/o fotografía del sitio de su colocación, mostrando el proyecto del anuncio que desea colocarse, su forma, dimensiones, colores, textos y demás elementos que constituyan el mensaje.

B) Descripción de los materiales de que está constituido.

C) Cuando la fijación o colocación requiera el uso de estructuras e instalaciones, deberá acompañarse de los cálculos estructurales correspondientes y descubrir el procedimiento y lugar de su colocación.

D) Calle y número a los que corresponda la ubicación del anuncio con la clasificación de la zona, de acuerdo con lo dispuesto en el presente ordenamiento.

E) Deberán incluirse los datos de altura sobre la banquetta y en saliente máxima desde el alineamiento del predio y desde el parámetro de la construcción en la que quedará colocado el anuncio.

F) Cuando el anuncio vaya a ser sostenido o apoyado en alguna edificación, deberá presentarse el anclaje y los apoyos que garanticen estabilidad y seguridad del anuncio y de la edificación que los sustente.

ARTÍCULO 30.- Los permisos para la fijación de anuncios se concederán previo pago de los derechos que correspondan y se renovarán cada año, lo cual permitirá su revisión de acuerdo al presente ordenamiento.

ARTÍCULO 31.- No se requerirá el pago de derechos a que hace referencia el artículo anterior en los casos a continuación señalados, siempre y cuando se obtenga la correspondiente autorización por parte de la autoridad:

I.- Periódicos fijados en tableros sobre edificios que estén ocupados por la casa editora de los mismos.

II.- Programas o anuncios de espectáculos o diversiones públicas fijados en tableros, cuya superficie en conjunto no exceda de dos metros cuadrados, adosados precisamente a los edificios en que se presente el espectáculo.

III.- Anuncios referentes a cultos religiosos, cuando estén sobre tableros en las puertas de los templos o en lugares específicamente diseñados para este efecto.

IV.- Adornos navideños y por fiestas de carnaval, anuncios y adornos para fiestas cívicas nacionales o para eventos oficiales.

V.- Propaganda política.

ARTÍCULO 32.- La regulación o registro de los trabajos realizados sin permiso con motivo de la colocación de un anuncio, deberá solicitarse dentro del término de diez días hábiles siguientes a la fecha de su terminación.

ARTÍCULO 33.- Expirado el plazo del permiso y el de las prórrogas de los mismos, en su caso, el anuncio deberá ser retirado por su titular dentro de un plazo no mayor de 30 días naturales. En caso contrario, el retiro del anuncio será efectuado por la autoridad, con cargo al titular del mismo.

CAPITULO V

CONDICIONES Y ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE ANUNCIOS

ARTÍCULO 34.- Los anuncios identificativos no podrán contener más de diez sílabas, pudiendo agregarse a éstas un logotipo o emblema.

En casos especiales, cuando el nombre del establecimiento sea excepcionalmente largo, se podrán aceptar hasta quince sílabas, condicionado a que dicho nombre esté contenido en un sólo anuncio y que se utilice un solo tipo y tamaño de letras.

ARTÍCULO 35.- Los anuncios a que se refieren las clasificaciones del capítulo II, deberán sujetarse a las siguientes disposiciones:

I.- Podrán ser adosados, pintados, integrados o colgados sobre fachadas, paredes ciegas o tapias sin obstruir en ningún caso partes fundamentales de la fachada como son puertas, ventanas, balcones, columnas, repisones, cerramientos, trabes acusadas y demás elementos arquitectónicos que sean característicos del estilo arquitectónico del edificio.

Se permitirá la colocación de este tipo de anuncios de fachada, siempre y cuando sean colocados atendiendo a un criterio de proporción armoniosa y estética entre el anuncio y el muro.

El área a considerar en una fachada para la colocación de un anuncio, será la inscrita en un rectángulo imaginario que la contenga libre de la interrupción de ventanas, puertas o elementos arquitectónicos importantes;

II.- Sólo se permitirá la colocación de anuncios de identificación por comercio en la fachada orientada hacia una calle o avenida, siempre y cuando se encuentre dentro de propiedad privada.

En caso de existir dos o más fachadas orientadas hacia la calle, el anuncio deberá colocarse en una fachada, siendo ésta seleccionada por el anunciante.

Si la autoridad lo juzga necesario, el solicitante podrá colocar un anuncio complementario, atendiendo a que la ubicación y situación del comercio, la orientación de las calles o avenidas o la concurrencia de ambos factores impidan la localización o identificación del comercio, con un sólo anuncio, desde la vía pública;

III.- En las zonas comerciales urbanas o industriales, los anuncios deberán sujetarse a las dimensiones descritas en el manual;

IV.- Si el anuncio consiste en letras individuales recortadas, la suma del área total de éstas no deberá ser mayor del área permitida;

V.- Aquellos establecimientos en donde figuren entretenimientos en vivo como teatros, circos, carpas y centros nocturnos, estarán sujetos a la limitación de altura de su marquesina o exhibidor;

VI.- Se autorizarán anuncios colgantes o banderas en saliente de edificio, con un ángulo aproximado de 90º con respecto a parámetro del edificio, y se sujetarán a las limitaciones descritas en este Reglamento y el Manual. Asimismo, no podrán en ningún caso contraponerse con el estilo arquitectónico de la fachada;

VII.- Se permitirá la colocación de un logotipo y la razón o denominación social en escaparates de cristal o plástico, ubicados en planta baja y puertas, debiendo mostrar éstos buena apariencia, tanto en el exterior como en el interior del edificio, sin que sus áreas sean en ningún caso mayores al 10 % de un metro cuadrado.

Dichos logotipos no deberán afectar la iluminación natural al interior, ni el estilo arquitectónico del inmueble. En ventanas de niveles superiores, escaparates y cortinas metálicas, no se permitirá ningún tipo de anuncios.

Las cortinas metálicas se pintarán de color uniforme que armonice con los colores predominantes de la fachada del edificio.

VIII.- Se podrán colocar anuncios afuera y aislados de los edificios, ubicados en el piso de los predios no edificados o en los espacios libres de predios parcialmente edificados.

Estos anuncios serán auto-soportados, no deberán invadir la vía pública, ni deberán estorbar la visibilidad tanto de los automovilistas como de peatones y deberán guardar equilibrio estético con la arquitectura y el paisaje urbano.

En centros comerciales, todos los anunciantes establecidos en la misma plaza deberán agruparse en un mismo elemento, sin exceder el número de cinco sílabas de información por cada anunciante;

IX.- No se permiten anuncios en techos inclinados, si los primeros son visibles desde la vía pública;

X.- La señalización del equipamiento urbano, ya sea privado o público, se ajustará a las normas de la matriz de comunicación visual para la zona comercial;

XI.- Los anuncios que se utilicen como medio de publicidad en cualquier tipo de vehículo de motor deberán pintarse o adosarse y se regirán por el presente Reglamento y por las disposiciones del Reglamento de Tránsito Municipal;

ARTÍCULO 36.- Los elementos auxiliares para el diseño de anuncios, deberán utilizarse adecuadamente, basándose en el carácter del establecimiento y el lugar de su ubicación, considerando no únicamente la zona inmediata, de conformidad con los siguientes lineamientos:

I.- Iluminación:

A).- Los focos sencillos de luz directa, intermitente o indicando movimiento se permitirán únicamente en edificios destinados a espectáculos que se encuentren ubicados dentro de una zona comercial, siempre y cuando ésta no forme parte de una zona habitacional y que el propio edificio no sea de un estilo arquitectónico contrario a este tipo de anuncios.

B).- La iluminación externa mediante reflectores se permitirá cuando por su colocación y posición no invadan con su luz propiedades adyacentes, ni deslumbren la vista de los motoristas o peatones.

C).- La iluminación indirecta se permitirá en todos los establecimientos y en todas las zonas, siempre y cuando las fuentes de iluminación y sus accesorios queden ocultos a la vista de peatones y automovilistas.

D).- El uso de iluminación interna quedará limitado a las zonas y en las condiciones especificadas en el manual; debiendo encontrarse su fuente de luz escondida o contenida dentro de una caja o gabinete translúcido.

E).- Se prohíbe el uso de tubos de gas neón en forma de letras o símbolos en fachadas e interiores, en caso de que resulten visualmente accesibles desde la vía pública.

Un anuncio con tubos de neón, es aquél cuya fuente de luz proporcionada por un tubo de gas neón que está doblado de una manera que forme letras, símbolos u otras formas.

F).- Queda prohibido el uso de luz negra en fachadas e interiores, en caso de ser visualmente accesible desde la vía pública.

II.- Color:

Con excepción del uso de colores fluorescentes, estará permitido el uso de cualquier otro tipo de color en cualquier zona, siempre y cuando se atienda a criterios de armonía y buen gusto.

En los casos en que los letreros se coloquen directamente sobre la fachada y de acuerdo con lo permitido por este Reglamento, éstos deberán ser de un material que armonice con la superficie del muro.

III.- Anuncios cambiables:

En los programas o anuncios de espectáculos o diversiones públicas formados por letras y símbolos cambiables, montados sobre tableros, se registrarán por las normas antes señaladas por cuanto a colores, tamaño e iluminación se refiere, sin ningún tipo de restricción en cuanto al número de sílabas que integren el correspondiente anuncio.

ARTÍCULO 37.- No se permitirán anuncios hechos con materiales ligeros sobre bastidores, manta, lona, lámina y sus similares, colocados en los muros de los edificios, cuando se trate de liquidaciones, baratas, sorteos, subastas, etc.

ARTÍCULO 38.- Los anuncios que se utilicen para propaganda electoral se sujetarán a las disposiciones de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales.

ARTÍCULO.- Queda prohibida la proyección de anuncios por medio de aparatos cinematográficos, electrónicos y similares en muros y pantallas visibles desde la vía pública, así como los anuncios que contengan mensajes escritos, tales como noticieros y anuncios hechos a base de letreros, imágenes y elementos cambiantes o móviles.

ARTÍCULO 40.- Los adornos que se coloquen durante la temporada navideña, de carnaval, en las fiestas cívicas nacionales o en eventos oficiales y políticos, se sujetarán a este Reglamento debiendo retirarse al término de dichos eventos.

ARTÍCULO 41.- No es necesaria la obtención de permiso ni autorización para la colocación de placas para profesionales, siempre que la superficie total no exceda del cincuenta por ciento de un metro cuadrado. Las placas de dimensiones mayores a la señalada con redacción distinta a la simplemente denominativa, se considerarán como anuncios, requiriéndose para su colocación y uso la tramitación y obtención del permiso respectivo.

ARTÍCULO 42.- Se permitirá la colocación de anuncios en el interior de las estaciones, paraderos y terminales de transportes de servicios públicos, siempre y cuando tengan relación con el servicio público que en ellos se preste, así como de anuncios de ubicación y orientación en la zona urbana en que se encuentren e información de los establecimientos de auxilio y apoyo social.

Los anuncios temporales se permitirán, siempre y cuando sean de campañas comunitarias, de interés turístico y promociones socio-culturales.

ARTÍCULO 43.- El texto y contenido de los anuncios en los puestos o casetas fijas o semifijas, instalados en la vía pública, deberán relacionarse con los artículos que en ellos se expendan y sus dimensiones no excederán el 10 por ciento de la envolvente o superficie total, sujetándose a las disposiciones y recomendaciones de este Reglamento.

ARTÍCULO 44.- La publicidad panorámica por medio de carteles quedará sujeta a los lineamientos y aprobación del Municipio.

ARTÍCULO 45.- La forma de cada anuncio será libre, siempre y cuando observe las normas establecidas en este Reglamento.

CAPITULO VI

NULIFICACIÓN Y REVOCACIÓN DE PERMISOS

ARTÍCULO 46.- Los permisos, permanentes o temporales, se revocarán en los siguientes casos:

- I.- Por falsedad en los datos proporcionados por el solicitante para la tramitación del permiso;
- II.- Cuando habiéndose otorgado el permiso correspondiente, el titular no respetare el diseño aprobado;
- III.- Por no realizar el interesado la colocación del anuncio respectivo, sus estructuras o instalaciones, dentro del plazo que le haya señalado la autoridad;
- IV.- Cuando se compruebe con posterioridad a la obtención del permiso que el anuncio fue colocado en sitio distinto al autorizado;
- V.- Cuando por la aprobación de proyectos de remodelación urbana en la zona en que haya sido colocado el anuncio, ya no sea permitida esa clase de anuncios.

La revocación será dictada por la autoridad municipal que haya expedido el permiso y deberá ser notificada personalmente al titular o a su representante.

ARTÍCULO 47.- La autoridad deberá ordenar una vigilancia constante de los anuncios para verificar que se ajusten a los permisos correspondientes y cumplan con las disposiciones de este Reglamento.

CAPITULO VII

SANCIONES Y RECURSOS

ARTÍCULO 48.- Las autoridades municipales sancionarán administrativamente a los propietarios de anuncios, cuando incurran en infracciones a las disposiciones de este Reglamento.

ARTÍCULO 49.- Tanto los responsables de la colocación de los anuncios, como los contratistas y propietarios de los mismos, serán solidariamente responsables cuando por la ejecución de los trabajos y de las obras de instalación, conservación, modificación, reparación o retiro de anuncios a que se refiere este ordenamiento, se causen daños a personas o bienes de propiedad federal, estatal, del municipio o de particulares.

ARTÍCULO 50.- Los incumplimientos o faltas a las disposiciones y obligaciones contenidas en el presente Reglamento serán sancionados de conformidad con las siguientes multas:

I.- Se aplicará multa de 10 a 20 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio, al titular del permiso, cuando se instale, modifique, amplíe o repare un anuncio en forma sustancialmente distinta a la del proyecto aprobado

II.- Se aplicará multa de 20 a 30 días de salario mínimo general vigente en el área a que pertenece el municipio, a la persona que proporcione datos e información falsa o bien documentos falsificados, con objeto de obtener de manera ilícita el permiso de la autoridad;

III.- Se aplicará multa de 20 a 30 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio, cuando se impida u obstaculice por cualquier medio, las funciones de inspección que la autoridad realice en cumplimiento de lo dispuesto por el presente Reglamento;

IV.- Se aplicará multa de 30 a 40 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio, cuando en la ejecución de cualquiera de los trabajos a los que se refiere la fracción anterior no se tomen las medidas necesarias para proteger la vida y bienes de las personas;

V.- Se aplicará multa de 25 a 50 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio, cuando el propietario de un anuncio no cuente con el permiso correspondiente a que se refiere el presente Reglamento;

VI.- Los incumplimientos a las demás obligaciones contenidas en el presente Reglamento que no se encuentren previstas en los artículos que anteceden, serán castigados con multas de 10 a 25 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio.

ARTÍCULO 51.- Contra las resoluciones o sanciones emanadas de la autoridad municipal por la aplicación del presente Reglamento, procederá el recurso de reconsideración en la forma y términos que establece la Ley del Gobierno y la Administración Pública Municipal del Estado de Jalisco.

ARTÍCULO 52.- Las sanciones serán impuestas por la autoridad municipal que haya expedido el permiso, tomando en consideración la gravedad de la infracción y las condiciones personales del infractor para la determinación de la misma.

ARTÍCULO 53.- En caso de reincidencia, se sancionará a los responsables con el doble de la multa que se les hubiera impuesto. Para los efectos de este Reglamento se considera que incurre en reincidencia la persona que cometa dos veces durante el ejercicio fiscal, infracciones de la misma naturaleza. Si el infractor reincidente es titular de un

permiso, y este persiste en la comisión de la misma, u otra infracción, la autoridad correspondiente procederá a revocar el permiso y a ordenar y ejecutar por cuenta y riesgo del infractor el retiro del anuncio que se trate.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS:

PRIMERO.- Se derogan todas las disposiciones que se opongan al presente reglamento.

SEGUNDO.- Este reglamento entrará en vigor al tercer día de su publicación en el órgano informativo municipal, en los estrados de la Presidencia Municipal, Delegaciones y Agencias Municipales.

Salón de Sesiones del H. Ayuntamiento Constitucional.

Santa María de los Ángeles, Jalisco, 23 de Junio de 2009