

REGLAMENTO DE ANUNCIOS PARA EL MUNICIPIO DE BENITO JUAREZ, Q. ROO (P.O.E. 31- JULIO-95)

El Honorable Ayuntamiento de Benito Juárez, con fundamento en los Artículos 115 fracción II, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 160, fracción II, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo; 32, fracción I, inciso c), 35 fracción II, 112, fracción VI de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Quintana Roo; 17 del Reglamento Interno del Municipio de Benito Juárez; 22 fracción III Y XI del Reglamento de la Administración Pública Municipal, y

C O N S I D E R A N D O

Que entre los objetivos del Ayuntamiento se encuentra la regularización y control del crecimiento urbano, así como regular una adecuada ubicación y especificaciones de los anuncios que se encuentran dentro del municipio;

Que la contaminación visual de la ciudad de Cancún se debe a la proliferación de señalamientos de identificación de los comercios, la diversidad de materiales utilizados en la elaboración de los mismos, así como en el uso indiscriminado de sistemas de iluminación y de colorido de los anuncios, lo que ha propiciado que en la ciudad se coloque un sinnúmero de anuncios que no son acordes con la infraestructura urbana de Cancún;

Que por falta de una disposición expresa se invaden con diversos anuncios comerciales gran cantidad de espacios en la ciudad, siendo estos de diferentes dimensiones y coloridos, lo cual contribuye a incrementar la contaminación visual de los habitantes y turistas;

Ha tenido a bien expedir por votación económica y mayoritaria de sus miembros, el siguiente:

REGLAMENTO DE ANUNCIOS PARA EL MUNICIPIO DE BENITO JUAREZ, Q. ROO (P.O.E. 31- JULIO-95)

Capítulo 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 Benito Juárez 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 Desarrollo Urbano.

Manual: el de Normas Técnicas para la Comunicación Visual.

Permiso: documento oficial por el cual se levanta la prohibición 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 expedir normas y la aplicación 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.- 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 estos; la altura mínima y máxima en que pueda quedar instalado; su colocación en relación con el alineamiento de los edificios y con los postes, líneas, o ductos de teléfonos, telégrafos y energía eléctrica, entre otros;

III.- Determinar las zonas de monumentos, lugares típicos y zonas de belleza natural en las 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 las demás limitaciones que por razones de planificación y zonificación urbana deban observarse en materia de anuncios;

VI.- Recibir solicitudes, tramitar y expedir los permisos o licencias para la instalación, colocación y usos de los anuncios a que se refieren 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, mismo 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 estabilidad, seguridad y buen aspecto;

IX.- Ordenar, en los términos de este Reglamento, el retiro de los anuncios que constituyen un peligro para la vida o seguridad de las personas y de sus bienes, o bien, para la estabilidad de la construcción en la que se encuentren colocados;

X.- 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 a partir de la fecha de notificación para dar cumplimiento a la orden respectiva.

En el caso de que el dueño del anuncio no efectuare los trabajos que se le hubieren ordenado en el plazo para que tal efecto 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, y

XI.- Expedir permiso para ejecutar obras, ajustándose a lo dispuesto por el presente Reglamento y Manual de Normas Técnicas para la comunicación visual de Benito Juárez, Quintana Roo.

Artículo 10.- En ningún caso se permitirá la colocación de anuncios que por su ubicación y/o características, pudieran poner en peligro la vida o la integridad física de las personas o que pudieran 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 pavimentos de las calles, avenidas y calzadas, en los camellones y glorietas, en la berma de servicios y en los edificios, monumentos públicos y su contorno, en los árboles, postes y columnas, en los términos señalados en el Manual.

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 de la ciudad de Cancún, los anuncios no deberán alterar ni obstruir el paisaje, debiendo apegarse a lo dispuesto por este Reglamento y el Manual.

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 formas de volantes, folletos, láminas metálicas, plásticas o similares, así como su fijación de los mismos en muros, puertas y ventanas, árboles, postes, casetas y similares.

Únicamente 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 15. - Queda prohibido en los anuncios comerciales el uso de frases, dibujos y/o signos de cualquier naturaleza que atenten contra la moral y las buenas costumbres o que hagan apología de un vicio o un delito.

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 o tengan superficie reflectora.

Artículo 17.- De conformidad a 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 Quintana Roo, 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.

Capítulo II

Clasificación 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, y

VII.- En las Lagunas o en el mar territorial.

Artículo 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, y

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 tapias, 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 los 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, y

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

Artículo 22. Por sus fines, los anuncios se clasifican:

I.- Denominativos: son aquellos que sólo contienen el nombre, razón social, profesión o actividad a que se dedique las persona 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 su ventas, uso o consumo;

V. - Mixtos: Contienen elementos denominativos y de propaganda, y

VI.- De carácter cívico, político o electoral.

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, y

VIII.- Elementos e instalaciones accesorios.

Artículo 24.- Tomando en cuenta su colocación, los anuncios se clasifican de 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 ménsulas o voladizos;

III.- Autosoportantes: Se encuentren sustentados por uno o más elementos apoyados o anclados directamente al piso de un predio y cuya característica principal sea que por su parte visible no tenga contacto con edificación alguna;

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 las edificaciones o de vehículos, e

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, y

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

Capítulo III

Zonificación

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 los centros urbanos de Cancún, Puerto Juárez, Puerto Morelos y Leona Vicario.

Esta zona comprende establecimientos tales como talleres, oficinas, hoteles y similares, así como escuelas, hospitales, clínicas u otros edificios de equipamiento urbano ubicados dentro de zonas habitacionales.

II. Zona habitacional.- Comprende las viviendas tanto unifamiliares como multifamiliares, conjuntos de edificios y conjuntos de casas ubicados ya sea en la zona turística residencial, o en centros urbanos de Cancún, Puerto Juárez, Puerto Morelos y Leona Vicario.

III. Zona hotelera.- Es aquella zona comprendida del "Kilómetro 0" a punta Cancún; de ésta a Punta Nizuc y, finalmente, de esta última al entronque con el Aeropuerto, abarcando hoteles, playas, marinas, áreas de reserva ecológica y centros comerciales ubicados en ella.

IV. Zona de Conservación y Reserva, Parques, Jardines y Playas

V. Zona marítima.- Es la que comprende las lagunas y el mar.

VI. Zonas Arqueológicas.- Monumentos, parques 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.- En los lugares no comprendidos dentro de la zonificación establecida, la Autoridad Municipal podrá autorizar la instalación de anuncios, siempre que para ello se observen las disposiciones de este Reglamento .

Capítulo IV

Permisos

Artículo 28.- 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 de 15 días hábiles, contando a partir de la fecha de la presentación de la solicitud, el otorgamiento, en su caso, del permiso solicitado.

Artículo 29.- Podrán solicitar y obtener los permisos y licencias 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 preste, y;
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 30.- 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 constancia vigente de la afiliación en la Cámara Correspondiente.

Cuando 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, deberán acompañarse 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 el presente ordenamiento;

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

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 lo sustente.

Artículo 31.- 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 32.- 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, y

V.- Propaganda Política.

Artículo 33.- La regularización o registro de los trabajos realizado 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 34.- 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.

Capítulo V

Condiciones y Elementos para el Diseño de Anuncios

Artículo 35.- 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 sólo tipo y tamaño de letras.

Artículo 36.- 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 del edificio, con un ángulo aproximado de 90° con respecto al 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 del exterior como en el interior del edificio, sin que en sus áreas sean en ningún caso mayores al 10 % de un metro cuadrado. Dicho 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 autosoportados, 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. Queda prohibida la colocación de anuncios en azoteas;

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

XI. 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;

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

XIII.- No se permitirá la colocación o fijación de anuncios en ningún tipo de vehículos o embarcaciones marítimos, de recreación, trabajo, transporte o de particulares;

XIV.-No se permite el uso de anuncios flotantes o fijos al suelo marino de ningún tipo de productos comerciales, en las lagunas o en el mar.

Los señalamientos marítimos deberán ajustarse a las disposiciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y las leyes marítimas internacionales, así como a la normatividad de Secretaría de Desarrollo Social, la Comisión Nacional del Agua y la Secretaría de Marina.

Por lo que se refiere a anuncios de orientación marítima, se autoriza la colocación de anuncios de identificación de establecimientos culturales y comerciales, siempre y cuando su tamaño no rebase 1/4 del tamaño total del señalamiento;

XV.- Queda prohibida la colocación de anuncios comerciales, ya sean flotantes, o fijos al suelo marino o aéreos;

XVI.- No se permite publicidad alguna en establecimientos semifijos;

XVII.- Queda restringida la publicidad en avionetas, globos aerostáticos o dirigibles, y

XVIII.- Para realizar el diseño de un anuncio se deberá consultar el Manual derivado de este Reglamento, a fin de ajustarse a la normatividad técnica correspondiente.

Artículo 37.- 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, sino la integración metropolitana, 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 o de la zona hotelera 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 doblado 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, y

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 regirán 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 38.- 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 39.- Los anuncios que se utilicen para propaganda electoral se sujetarán a las disposiciones de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales.

Artículo 40.- 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 41.- 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 42.- No es necesaria la obtención de permisos 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 43.- Se prohíben los anuncios que obstruyan las entradas y circulaciones en pórticos, pasajes, andadores y portales, así como anuncios colgantes, salientes o adosados a columnas o pilastras.

Artículo 44.- 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 45.- El texto y contenido de los anuncios en los puestos o casetas fijos o semifijos, 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 46.- Queda prohibido emitir, fijar o usar anuncios, cualquiera que sea su clase o material.

Artículo 47.- La publicidad panorámica por medio de carteles quedará sujeta a los lineamientos y aprobación del Comité Municipal de Desarrollo Urbano.

Artículo 48.- La forma de cada anuncio sera libre, siempre y cuando se sujete a las normas establecidas en este Reglamento.

Capítulo VI

Nulificación y Revocación de Permisos

Artículo 49.- 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 50.- 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 y del Manual.

Capítulo VII

Sanciones y Recursos

Artículo 51.- Las Autoridades Municipales sancionarán administrativamente a los propietarios de anuncios, cuando incurran en infracciones a las disposiciones de este Reglamento.

Artículo 52.- 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 particulares.

Artículo 53.- Los incumplimientos o faltas a las disposiciones y obligaciones contenidas en el presente Reglamento serán sancionadas de conformidad con las siguientes multas:

I.- Se aplicará multa de 100 a 200 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 200 a 300 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 200 a 300 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 300 a 400 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 250 a 500 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 100 a 250 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio.

Artículo 54.- Contra las resoluciones o sanciones emanadas de la Autoridad Municipal por la aplicación del presente Reglamento, procederá el recurso de inconformidad en la forma y términos que la Ley Orgánica Municipal del Estado de Quintana Roo previene.

Artículo 55.- Las sanciones serán impuestas por la Autoridad Municipal que haya expedido la licencia o permiso, lo que tomará en cuenta para fijar su importe, la gravedad de la infracción y las condiciones personales del infractor.

Artículo 56.- En caso de reincidencia, se sancionará a los responsables con el pago del 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 titular de un permiso persiste en la comisión de la infracción que haya dado origen a la imposición de las sanciones, la Autoridad correspondiente procederá a revocar el permiso y a ordenar y a ejecutar por cuenta y riesgo del infractor el retiro del anuncio de que se trate .

Transitorios

Artículo Primero.- Este Reglamento y el Manual de Normas Técnicas entrarán en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado.

Artículo Segundo.- Las personas físicas y morales que tuvieran anuncios instalados sin contar con permisos, dispondrán de un plazo no mayor de 60 días naturales, contados a partir de la fecha en que entre en vigor este Reglamento, para solicitar el permiso respectivo. Vencido el plazo, la autoridad correspondiente ordenará el retiro de los anuncios, con cargo y bajo riesgo de los interesados que no hayan solicitado y realizado la regularización de sus anuncios de acuerdo a las disposiciones de este Reglamento.

Artículo Tercero.- Las personas físicas y morales, que tuvieran anuncios instalados que contravengan lo dispuesto en el presente Reglamento y/o el Manual, así como en las Normas para la Comunicación Visual que fueron acordadas en la sesión de Cabildo del 21 de agosto de 1990, dispondrán de un plazo de 60 días naturales, contados a partir de la fecha en que entre en vigor este Reglamento, para retirar él o los anuncios de referencia y solicitar la autorización de los anuncios sustitutos.

Vencido el Plazo, la autoridad correspondiente ordenará el retiro, con cargo y bajo el riesgo de los interesados, de los dichos anuncios, de conformidad con lo dispuesto estipulado en el Capítulo V del presente Reglamento.

Artículo Cuarto.- Las cuestiones no previstas en el presente Reglamento serán resueltas por el cabildo del H. Ayuntamiento de Benito Juárez