

DICTAMEN 6

2021

**SOBRE
PROYECTO DE MODIFICACIÓN DE LA
ORDENANZA MUNICIPAL DE
PUBLICIDAD**

Sesión extraordinaria del Pleno de 20 de diciembre de 2021

Consejo Económico y Social de Sevilla
CESS

NO SDO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

Consejo Económico y Social de Sevilla

Sumario

I.	Antecedentes	3
II.	Contenido	5
III.	Valoraciones	7

DICTAMEN SOBRE PROYECTO DE MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA MUNICIPAL DE PUBLICIDAD

El Consejo Económico y Social de Sevilla (CESS), de conformidad con las competencias atribuidas por su Reglamento en el artículo 5.1.b), previo análisis y tramitación de la Comisión de Urbanismo, Vivienda y Movilidad, en sus reuniones celebradas los días 26 de noviembre, 2 y 10 de diciembre de 2021, y con la aprobación del Pleno, al amparo del artículo 13.2.a), emite en su sesión extraordinaria del día 20 de diciembre de 2021, el siguiente

Dictamen

I. ANTECEDENTES

Con fecha 23 de noviembre de 2021 tiene entrada en el Consejo Económico y Social escrito procedente de la Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla, solicitando a los efectos previstos en el artículo 5.1.b) del Reglamento del CESS, la emisión por parte del Consejo de un dictamen sobre el proyecto de modificación de la Ordenanza municipal de publicidad, al objeto de su posterior remisión previa a su aprobación inicial por el Excmo. Ayuntamiento en Pleno.

Junto a la anterior petición, se remite al CESS por la Gerencia de Urbanismo y Medio Ambiente el proyecto de modificación de la Ordenanza municipal de publicidad.

La Comisión de trabajo de Urbanismo, Vivienda y Movilidad, cuyos miembros son por el Grupo Primero D. Juan Serrano Navarro, D. Diego Carlos García Cebrián y D. Pablo Márquez Rodríguez; por el Grupo Segundo D. Antonio Montero Sines, D. Eduardo Martínez Zúñiga y D^a M^a Eugenia Millán Zamorano; y por el Grupo Tercero D. Manuel Garfia Brito, D^a M^a Jesús Reina Fernández y D. Manuel Jiménez Algora, contando con la participación de la Presidenta del CESS, D^a. M^a del Milagro Martín López, y como invitados D. Francisco José Corpas Rojo, D. Manuel Porras Sánchez, D. Federico Noriega González y D. José Carlos Miranda Terceño, se reunieron los días 26 de noviembre, 2 y 10 de diciembre.

La norma actual es del año 2007 y fue modificada posteriormente en el año 2015.

No obstante, tal y como establece la exposición de motivos de esta ordenanza, con el transcurso del tiempo se hace necesario, no una nueva modificación, sino una nueva ordenanza completa que responda a las expectativas que tiene actualmente el municipio.

En muchas ocasiones la realidad va por delante de la norma, y en este caso se establece la necesidad de proporcionar un marco jurídico estable que permita coexistir la actividad económica con la protección del patrimonio cultural e histórico de la ciudad.

En la nueva norma se deben conciliar diferentes aspectos:

- de un lado se tienen que recoger nuevas modalidades de publicidad en materia de diseño, tecnología y materiales, que la actual ordenanza no recoge. Así se regula la publicidad digital y sus variantes como pantallas fijas, móviles, proyecciones, pinturas y vinilos.
- de otro, deben establecerse medidas que permitan proteger determinados ámbitos como el conjunto histórico.

En esta norma se protege especialmente dos zonas del centro histórico, el eje integrado por las calles San Fernando, Puerta de Jerez y Avenida de la Constitución y la zona del barrio de Santa Cruz, Plaza del Salvador y calle Hernando Colón.

También se regulan diferentes modos de intervención por parte de la administración en función del grado de afección de la instalación publicitaria en el espacio público y que puede ir desde una declaración responsable y comunicación previa hasta la licencia urbanística. De esta forma se consigue una mayor simplificación administrativa.

El texto de esta ordenanza estuvo abierto a consulta previa desde el 8 de octubre hasta el 20 de noviembre del pasado 2020, fue aprobado inicialmente por la Junta de Gobierno el pasado 5 de marzo y publicada en el Boletín Oficial de la Provincia el 11 de mayo de este año, iniciándose un plazo de 30 días para poder realizar reclamaciones y sugerencia a este texto.

II. CONTENIDO

La presente ordenanza se **estructura** en 1 título preliminar, 3 títulos con 63 artículos, 3 disposiciones adicionales, 1 transitoria, 2 derogatorias y 1 disposición final.

El Título Preliminar establece el objetivo, definición, finalidad y ámbito de aplicación de la ordenanza, así como la publicidad excluida y la prohibida. A cuyo efecto, la gran mayoría de exclusiones y prohibiciones son totalmente lógicas y están debidamente justificadas, como más adelante comentaremos. No obstante, llama la atención la exclusión de la publicidad electoral, que con independencia de que ha de respetar la regulación específica establecida en la Ley Orgánica del Régimen Electoral General y la Ley Electoral de Andalucía, la publicidad electoral también debe ser respetuosa con los valores patrimoniales de la Ciudad, que es lo que se persigue con esta Ordenanza.

El Título Primero regula aspectos sobre la titularidad de las instalaciones.

El Título Segundo establece las normas técnicas de las instalaciones y sus emplazamientos. Se divide en dos secciones: Sección Primera, para instalaciones en suelo urbano, y Sección Segunda, para instalaciones en suelo urbanizable y no urbanizable. En este título se definen las distintas modalidades de instalaciones publicitarias.

El Título Tercero regula el régimen jurídico, dividiéndose en dos secciones: Sección Primera, que recoge aspectos sobre las autorizaciones municipales de publicidad y la Sección Segunda, sobre las medidas disciplinarias.

Las 3 disposiciones adicionales regulan aspectos de las empresas publicitarias al objeto de establecer un registro de las mismas, así como ampliar o modificar los anexos.

La disposición transitoria regula la vigencia de las autorizaciones concedidas al amparo de la anterior ordenanza.

Las 2 disposiciones derogatorias indican que la ordenanza aprobada en 2015 y las determinaciones sobre publicidad que establece el vigente Plan General de Ordenación Urbanística serán sustituidas por la presente ordenanza.

La disposición final específica establece la entrada en vigor de la presente ordenanza.

Por último, se incluyen cinco anexos:

- I- Conjunto Histórico de Sevilla
- II- Centro Histórico de Sevilla
- III- Arrabales
- IV- Eje Patrimonial
- V- Zonas de ampliación de la intensidad publicitaria.

III. VALORACIONES

Modificación del texto inicialmente aprobado

Los periodos de información pública exigidos por la normativa permiten a los colectivos afectados por una norma, dar su parecer a la misma y alegar aquellos aspectos que pueden mejorar el texto, complementarlo, o modificarlo en un sentido distinto cuando puede perjudicar a los mismos.

En el caso que nos ocupa, fueron varias las personas, empresas y organizaciones quienes presentaron alegaciones en el periodo de 30 días tras la publicación inicial del texto en el BOP.

Estas alegaciones se centraban en incorporar nuevas modalidades de diseño, tipos de colgaduras, plazos, redacciones alternativas para una mejor comprensión, instalaciones de globos como elementos publicitarios, publicidad en quioscos, delimitación de la actividad publicitaria, y supresión de la prohibición de publicidad en “sombrillas, bancos, parasoles, veladores y otros elementos similares”.

La mayoría de estas alegaciones han sido estimadas y se han incluido en el texto que se presenta a este CESS. Lo cual es de valorar muy positivamente, toda vez que pone de manifiesto que esta Administración Local es permeable a las inquietudes de la ciudadanía y los distintos operadores del sector.

Este Consejo realiza su **valoración** centrándose en los siguientes aspectos:

- **Necesidad de una nueva ordenanza**

Consideramos oportuno y necesario que se actualice con una nueva norma la actual Ordenanza de Publicidad. Los medios y los elementos publicitarios han evolucionado muy rápido en los últimos años y la norma del año 2007, aunque modificada en 2015, queda muy lejos de las necesidades y realidades actuales.

Los cambios en los diseños y la introducción de la tecnología en la publicidad debe quedar regulada en las ordenanzas municipales que deben recoger dónde o cómo pueden instalarse estos elementos publicitarios, cuáles son los límites y las prohibiciones.

Ya lo decíamos al principio en los antecedentes, a veces la realidad evoluciona de forma más rápido que la norma y cuando esto sucede, la norma debe adecuarse a esa realidad en aras de una mayor seguridad jurídica.

- **Protección del patrimonio**

El artículo 5 regula las prohibiciones generales en publicidad. Así se prohíben las instalaciones que puedan impedir la visión de un monumento o cuando la normativa urbanística lo impida, salvo las excepciones que se regulan en esta ordenanza. También se prohíbe publicidad con fines de explotación sexual conforme a la Ordenanza que regula la lucha contra la prostitución y la trata.

Tampoco puede instalarse en lugares que afecten a la seguridad aérea, carreteras, ferrocarriles, monumentos o cuando la protección del patrimonio así lo prohíba.

En el apartado 6º de este artículo se desgranar las prohibiciones o limitaciones que se establecen en función del elemento publicitario en el Conjunto Histórico (Anexo I) y en los Bienes declarados de Interés Cultural.

De esta forma se protege el Conjunto histórico donde no se podrá instalar publicidad salvo la propia de los establecimientos en su fachada o escaparate y que deberá tener unos criterios homogéneos.

Este CESS considera positivo que se introduzcan medidas protectoras de nuestro patrimonio por lo que consideramos acertadas las limitaciones en el eje patrimonial puesto que buscan el equilibrio que debe tener la protección del Patrimonio Histórico de Sevilla posibilitando tener un centro histórico homogéneo y que los edificios y calles emblemáticas estén suficientemente protegidos y que esta protección sea compatible con la importancia de la publicidad para las actividades económicas.

- **Condiciones en las instalaciones luminosas o iluminadas**

También como novedad se regula en el artículo 6º que las instalaciones luminosas o iluminadas tendrán un horario de encendido de 7:00 horas a 0:00 horas que se prorrogará en verano hasta la 1:00 de lunes a jueves y domingos y hasta las 2:30, los

viernes, sábados y vísperas de festivos, salvo cuando exista una concesión administrativa, que se registrará por la misma.

En el caso de los elementos identificativos de la actividad, se podrán mantener encendidos mientras el establecimiento permanezca abierto, conforme al horario que tenga establecido.

Se recoge una tabla que determina la luminiscencia máxima de estos elementos en función de la superficie en m² de los mismos.

- **Responsabilidades y obligaciones**

En este artículo consideramos necesario que se estudie incluir un punto 6º que, aun cuando pueda deducirse la responsabilidad directa de las personas físicas o jurídicas, quede ésta plasmada en la ordenanza, e indique que “Durante el plazo que dure la autorización así como en la instalación de la publicidad, las personas físicas o jurídicas serán responsables de las medidas necesarias que garanticen la seguridad de la ciudadanía, así como las medidas de prevención de riesgos laborales del personal que las instalen”.

- **Nuevas formas de publicidad**

En estos años de vigencia de la actual ordenanza las circunstancias y las formas de hacer publicidad han cambiado y es necesario adecuar la norma a dichos cambios.

Así, la nueva ordenanza permite una mejor exposición comercial equilibrándolo con la protección del patrimonio. En este sentido se han incorporado propuestas de diferentes colectivos afectados con el objetivo de normalizar nuevas modalidades publicitarias como son por ejemplo las pantallas digitales, que se regulan en el Capítulo VI del Título II “Normas técnicas de las instalaciones publicitarias y sus emplazamientos” (artículos del 35 al 39).

Estas pantallas digitales se podrán instalar en las parcelas calificadas como Dotacional, Equipamientos y Servicios Públicos (Servicios de Interés Público y Social, S – SP, abastecimiento alimentario) y en transportes e infraestructuras básicas; en fachadas de edificios íntegramente terciarios o dotacionales, situados en la zona de

ampliación de la intensidad publicitaria, así como en los estadios deportivos, en escaparates de locales con actividad y en suelo urbano pendiente de desarrollo urbanístico.

En el artículo 38 que regula las pantallas de publicidad variable en los escaparates se establece que un establecimiento comercial solo puede instalar una pantalla por comercio.

Se podría estudiar la posibilidad de permitir en estos casos más de una pantalla por comercio, estableciéndose fórmulas equilibradas que permitan su uso en función de las dimensiones de los escaparates, como su posible ubicación atendiendo a una distancia mínima entre ellas u otros parámetros relacionados con la luminiscencia máxima hacia el viario.

- **Publicidad en los quioscos**

En el Capítulo noveno (artículo 44) se incluye por primera vez la publicidad en quioscos. Conforme a lo establecido en la Ordenanza Municipal de quioscos de prensa, revistas y publicaciones; chucherías; flores y otros instalados en vías y espacios libre de la ciudad, estos espacios podrán tener publicidad, limitando el espacio a 6 m², de los que 4 m² podrán ser publicidad digital y 2 m² publicidad fija.

Este sector ha estado muy afectado por la crisis generada por la pandemia, por lo que este tipo de publicidad puede permitirles una nueva fuente de ingresos, por lo que lo consideramos positivo.

- **Procedimiento para la concesión**

Los artículos 48 y 49 regulan el procedimiento para la obtención de autorización para la instalación de los elementos que se regulan en esta ordenanza y que requiere bien declaración responsable, bien licencia previa.

La norma general establecida es la declaración responsable, salvo que se trate del Conjunto Histórico y/o de espacios o edificios protegidos por el PGOU, en donde será necesaria la licencia previa. Además, también será necesaria siempre la licencia

cuando los elementos sean carteleras publicitarias, monopostes, rótulos en coronación de edificios, pantallas de publicidad variable y globos cautivos.

De esta forma se persigue conciliar dos aspectos importantes, de un lado la simplificación y agilización administrativa que conlleva la declaración responsable, sin perjuicio de su posterior control; y de otra, en los casos que se exige la licencia previa, para la protección necesaria del patrimonio.

Nos parece un acierto la simplicidad del procedimiento, toda vez que sobre el papel ello debe reportar una mayor celeridad en la obtención de las autorizaciones que redundará en beneficio de la ciudadanía y los operadores del sector.

- **Régimen disciplinario**

A este CESS le preocupa que en el régimen disciplinario se regulen los sujetos responsables sin hacer una distinción de supuestos, así como la responsabilidad que puede derivar en los casos que, sin conocimiento del titular de la instalación, del beneficiario del mensaje o del titular del inmueble, se instale publicidad sin obtener previamente la autorización municipal, por lo que sería necesario una mayor concreción.

- **Registro de empresas de publicidad**

En la Disposición Adicional Primera se regula la constitución de un registro de empresas de publicidad que actúen en la localidad. Consideramos adecuado la creación de este registro ya que permitirá tener un mejor conocimiento y mayor coordinación en las actuaciones.

- **Régimen transitorio**

En la ordenanza se establece una Disposición Transitoria que determina que las autorizaciones concedidas conforme la norma actual seguirán vigentes hasta su fecha de finalización y posteriormente no podrán renovarse, debiendo adecuarse

posteriormente a la nueva ordenanza, sin perjuicio de lo que establece la Ordenanza de Establecimientos Emblemáticos de la Ciudad de Sevilla.

Este periodo transitorio se considera adecuado ya que permite a las actividades económicas no tener que hacer actualmente un nuevo e importante desembolso económico.

No obstante, sería necesario un régimen transitorio que permita a todos los establecimientos reaccionar en un plazo de tiempo prudencial para poder hacer frente al sobrecoste que supone adaptar el sistema publicitario implantado en su local a las nuevas exigencias.

Además, sería conveniente que este régimen transitorio contemplara o clarificara qué régimen resulta de aplicación a las autorizaciones presentadas que se encuentren en tramitación y aún no hayan sido resueltas a la fecha de entrada en vigor de la presente Ordenanza, todo ello en aras de la seguridad jurídica.

Por todo ello, a este Consejo Económico y Social le parece positiva esta nueva Ordenanza de Publicidad con el ruego de que tengan en consideración las aportaciones que se incluyen en este Dictamen.

*Aprobado en la Sesión extraordinaria
del Pleno de 20 de diciembre de 2021*
EL SECRETARIO DEL C.E.S. DE SEVILLA
Fdo.: Jorge Antonio Ramón Montoro

Vº Bº
LA PRESIDENTA DEL C.E.S. DE SEVILLA
Fdo.: Mª Milagro Martín López



E-mail: cess@sevilla.org