

Honorable Concejo Municipal De la Sección Capital Sucre

Sucre Capital de la República de Bolivia

REGLAMENTO ANUNCIOS Y LETREROS DE PROPAGANDA COMERCIAL



**Ordenanza: N° 030/91
Fecha: 06 de Mayo de 1.991**

Sucre - Bolivia

REGLAMENTO DE LA HONORABLE ALCALDIA MUNICIPAL DE SUCRE SOBRE

ANUNCIOS Y LETREROS DE PROPAGANDA COMERCIAL

CAPITULO I

CONSIDERACIONES GENERALES: CAMPO DE APLICACION

- Art. 1º.-** El presente reglamento, sobre anuncios y letreros de propaganda comercial, regirá en el casco viejo y centro histórico de la ciudad de Sucre y tiene como finalidad fundamental integrar el aspecto publicitario con el lenguaje arquitectónico de las edificaciones de nuestra ciudad.
- Art. 2º.** Existe una estrecha relación entre anuncios y fachadas, lo que se observa hoy, es que la mayoría de los letreros existentes en la ciudad interrumpen la visión de las fachadas de los inmuebles descaracterizándolas.
- Art. 3º.** La profusión sin control de letreros pintados en las paredes, por la competencia comercial, genera un acelerado proceso de desvirtualización de todo el lenguaje urbano arquitectónico con características históricas de nuestra ciudad.
- Art. 4º.** La presente reglamentación permite adecuar la normativa de colocación de letreros en el centro histórico de la ciudad, evitando de esta manera la contaminación visual en el ambiente del área donde se encuentra el hecho arquitectónico y continuidad en el flujo visual de la ciudadanía.
- Art. 5º.** El presente reglamento, regirá por tiempo indefinido y sólo podrá ser ampliado, completado o modificado, previos los trámites de ley ante el H. Concejo Municipal.

CAPITULO II

ANUNCIOS PINTADOS SOBRE FACHADAS

- Art. 6º.** Los anuncios de propaganda comercial podrán ser pintados directamente sobre la pared, cuando no intercepten elementos decorativos y ornamentación de fachadas, pudiendo ser aplicados en planta baja y superior.
- Art. 7º.** No podrán implantarse anuncios publicitarios sobre cantería, bajo ningún concepto.
- Art. 8º.** Podrán aplicarse letras de propaganda comercial en relieves que no pasen los 2,00 cm. de espesor.
- Art. 9º.** Uso de Colores:
- a) Las letras deberán ser pintadas directamente sobre la pared, no se permitirá ningún tipo de pintura de fondo diferenciado del color de fachada.
 - b) No será permitida la utilización de tintes fosforescentes o reflectores.
 - c) Todas las letras deberán ser pintadas en un mismo color.

CAPITULO III

ANUNCIOS PERPENDICULARES A LA FACHADA

- Art. 10º.** Los anuncios y letreros comerciales deberán ser fijados en la pared respetando una altura mínima de 2,80 m., medida de la calzada al lado inferior del anuncio.
- Art. 11º.** Tendrán las dimensiones de 0,80 m. de largo, 0,50 de altura, 0,20 m. de espesor o de 0,50 m. de largo, 0,80 m. de altura debiendo dejar un espacio de 0,15 m., como máximo de alineamiento con las fachadas.
- Art. 12º.** Deberán permitir una distancia libre de 0,80 m. del bordillo, en vías de circulación vehicular y serán instalados sólo en la planta baja del hecho arquitectónico.
- Art. 13º.** Los anuncios perpendiculares a la fachada del hecho arquitectónico, necesariamente deberán guardar relación con el lenguaje del mismo y unidad con la razón comercial.
- Art. 14º.** Serán permitidos el uso de los siguientes materiales: Acrílico o similar, chapas de madera o metal forjado.
- Art. 15º.** El uso de colores, tanto en los anuncios paralelos y perpendiculares a la fachada deberá obedecer a lo siguiente:
- a) Cuando el anuncio sea de acrílico, será permitido un color de fondo y máximo dos colores de tonalidades bajos y en degradación para letras.
 - b) cuando se trate de anuncios confeccionados en chapas de madera, o vidrio iluminado, será permitido el uso de tres colores incluyendo aquellos utilizados en la iluminación.

CAPITULO

ANUNCIOS PARALELOS A LA FACHADA

- Art. 16ª.** Deberán ser encajonados en los vanos de las puertas, debajo de los dinteles, sin proyectarse fuera de la línea de la fachada, guardando relación con la unidad tipológica del hecho arquitectónico.
- Art. 17º.** Deberán permitir una altura libre mínima de 2.40 m. del nivel de piso a la base del letrero y tendrá una dimensión máxima de 0,50 m. de alto.
- Art. 18º.** No podrán cubrir elementos constructivos que hagan parte de la morfología original de la fachada, tales como columnas, puertas de madera y dinteles de CANTERIA, y solo serán permitidos en la planta baja de los edificios.
- Art. 19º.** Serán permitidos el uso de los siguientes materiales:
- a) Acrílico o similar cuando el largo del anuncio no pase de 2.00 m. de alto.
 - b) Chapa de madera, vidrio o metal para letreros de cualquier dimensión.

CAPITULO V

DE LA ILUMINACION

Art. 20º. Toda iluminación sobre un anuncio paralelo o perpendicular a la fachada, deberá ser:

- a) Incorporada en el anuncio.
- b) Externa, cuando se trate de chapas de madera, metal o vidrio y será permitida la colocación de un (1) spot o farol colonial de 100 watts; admitiéndose más de un spot o farol colonial para cada fracción de metro superior a 0,50 cms. Los spots deberán ser fijados en el propio anuncio y su diámetro no podrá ser superior a los 12.00 cms.

Art. 21º. En el caso de los anuncios perpendiculares a las fachadas, ser admisible un spot o farol colonial para cada cara del anuncio.

Art. 22º. Solamente será permitida la colocación de un tipo de anuncio por actividad instalada.

CAPITULO VI

DEL LENGUAJE Y TIPOLOGIA PUBLICITARIA

Art. 23º. El lenguaje de comunicación literal de todo anuncio publicitario, deberá responder al idioma español o en su caso a un idioma de nuestra idiosincrasia cultural.

Art. 24º. No se permitirá, bajo ningún concepto anuncios publicitarios que no cumplan ni se ajusten al Art. anterior, debiendo preservarse y explotarse signos y significantes semánticos de comunicación propios de nuestra realidad socio-cultural.

Art. 25º. No se permitirá la instalación de anuncios publicitarios que atenten a la moral y buenas costumbres del buen vivir de nuestra comunidad social.

Art. 26º. Cada anuncio publicitario, deberá establecer como medio de comunicación tipología adecuada por actividad, producto o rubro comercial desplegado guardando relación ésta con el hecho arquitectónico que sirva de uso funcional.

Art. 27º. Como medio y lenguaje de comunicación publicitaria, no se permitirá el uso indiscriminado de colores llamativos y que alteren la estructura psíquica de estantes y habitantes de nuestra ciudad.

Art. 28º. No se permitirá, medios complementarios de anuncio publicitario, como ser altavoces, ruidos, música, etc., preservando la tranquilidad social.

Art. 29ª. Se considera como unidad indivisible, para la instalación de anuncios y letreros de propaganda comercial, aquel lenguaje que compatibilice tipología, signo de la razón comercial con el hecho arquitectónico que le sustenta.

CAPITULO VII

DE LAS SANCIONES Y RESPONSABILIDADES

Art. 30º. Los propietarios de tiendas comerciales que incurran en actos y hechos por

