



REGLAMENTO DE ANUNCIOS MIGUEL ALEMAN, TAMAULIPAS

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1.- Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento son de orden público y observancia general en todo el territorio del Municipio de Miguel Alemán, Tamaulipas y tienen por objeto establecer la normatividad en materia de anuncios.

ARTICULO 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.

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

Autoridad Municipal: La Dirección de Planeación y Desarrollo Urbano.

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.

ARTICULO 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.

ARTICULO 5.- La publicidad relativa a alimentos, bebidas y medicamentos se ajustará a lo dispuesto en la correspondiente normatividad Federal y/o Estatal.

ARTICULO 6.- El texto de los anuncios deberá redactarse preferentemente en idioma español, con sujeción a las normas de pronunciación, ortografía, sintaxis y vocabulario, autorizándose además 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 procedida por su traducción al español en casos que se requiera, a la que se le dará cuando menos el mismo valor tipográfico y prosódico.

ARTICULO 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 redacción a los anuncios.

III.- No deberá alterarse el orden correcto de la construcción gramatical de cada frase, así como la combinación de las palabras de las mismas, 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.

ARTICULO 8.- Cuando el producto o servicio que se pretenda anunciar requiera para su venta al público el 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 mismo.

ARTICULO 9.- Son atribuciones de la autoridad municipal:

I.- Respetar y hacer respetar las normas técnicas establecidas en el manual, de las 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 puede quedar instalado; su colocación en relación con el alineamiento de los edificios y con los postes, líneas, o ductos de teléfono, telégrafos y energía eléctrica, entre otros.

III.- Determinar la zona histórica, monumentos, lugares típicos y zonas de belleza natural en los que se prohíban 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 demás limitaciones que por razones de planificación y zonificación urbana deberán observarse en materia de anuncio.

VI.- Recibir solicitudes, tramitar y expedir los permisos o licencias para la instalación, colocación y uso 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 la colocación de anuncios temporales, cuya permanencia no será mayor de noventa días para la promoción publicitaria de eventos de carácter transitorio y señalar los lugares de la 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 Miguel Alemán, Tamaulipas.

ARTICULO 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.

ARTICULO 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; respetando el equipamiento urbano.

ARTICULO 12.- Queda prohibida la publicidad de productos comerciales en la vía pública con sonidos estridentes que cause molestias a la ciudadanía.

ARTICULO 13.- Los anuncios permanentes deberán tener las dimensiones aspectos 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 urbano.

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.

ARTICULO 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 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 la vía pública quede completamente limpia.

ARTICULO 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 de los derechos.

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

ARTICULO 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 Tamaulipas y Escudo del Municipio de Miguel Alemán, 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

ARTICULO 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.-** Vidrierías, escaparates y cortinas metálicas.
- III.-** Marquesinas y toldos.
- IV.-** Pisos 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.

ARTICULO 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 instalen en estructuras sobre predios no identificados o sobre edificios.
- IV.-** Los contenidos en placas denominativas.
- V.-** Los adosados o instalados en salientes de la fachada.
- VI.-** Los colocados a los lados de las calles, calzadas o vías rápidas.
- VII.-** Se consideran también anuncios permanentes, aquellos que por sus fines se destinan a estar en uso más de 90 días .

ARTICULO 21.- Se consideran anuncios temporales:

- I.- Los volantes, folletos, muestras de producto y en general toda clase de propaganda impresa distribuida a domicilio.
- II.- Los que anuncien baratas, liquidaciones y subastas.
- III.- Los anuncios que se coloquen en tapias, andamios y fachadas de obras de construcción. Estos anuncios solos 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 de 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 consideran igualmente anuncios transitorios los que se instalen o fijen para propaganda de eventos temporales, cuya duración no exceda de 90 días.
- IX.- Los que se empleen, voces, música o sonidos en general.
- X.- Los anuncios ambulantes que sean conducidos por personas o animales y en vehículos.

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

- I.- Denominativos: son aquellos que sólo contienen 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.
- 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 o comercios.
- III.- Simbólicas: Diseños gráficos que identifican compañías, asociaciones o 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.

ARTICULO 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 o instalaciones de accesorios.

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

- I.- Adosados : Son aquellos que se fijan o se 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 mensuales o voladizos.
- III.- Autosoportantes: 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.

ARTICULO 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

ARTICULO 26.- Para 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 Miguel Alemán, Tamaulipas.

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 familiares como multifamiliares, conjunto de edificios, y conjunto de casas ubicados ya sea en la zona residencial, o en los centros urbanos de Miguel Alemán, Tamaulipas.

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

IV.- Zonas Históricas: Centro o Barrio Histórico, Monumentos, parques públicos, jardines y en general, todas aquellas áreas donde sean frecuentadas por el público por su belleza arquitectónica y natural, o por su interés histórico o turístico.

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

La autoridad correspondiente deberá de 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

ARTICULO 28.- Podrán solicitar y obtener los 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.

ARTICULO 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 y constancia vigente de la filiación en la cámara correspondiente.

Cuando se trate de personas morales, deberán de acreditar su personalidad y la de las personas y de las personas físicas que la 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 banqueta y 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 deba 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.

ARTICULO 30.- Los permisos para la fijación de anuncios se concederán previo pago de los derechos que correspondan a la autoridad municipal.

ARTICULO 31.- No se requerirá del pago de derechos a que se hace referencia el Artículo anterior en los casos que 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, endosados 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 ese efecto.

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

V.- Propaganda política.

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

ARTICULO 33.- Expirado el plazo del permiso y de las prorrogas 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.

ARTICULO 34.- 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, través 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 un criterio de porción 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 interrupción de ventanas, puertas o elementos arquitectónicos importantes;

II.- Solo 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 esta 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 solo anuncio, desde la vía pública.

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

IV.- Si el anuncio consiste en letras individuales recortadas la suma del área total de estas 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 90 grados con respecto al parámetro del edificio y se sujetarán a las limitaciones descritas en este reglamento y manual. Así mismos, no podrán en ningún caso contra ponerse con el estilo arquitectónico de la fachada.

VII.- Las cortina metálicas se podrán pintar 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 los 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 los peatones y deberán guardar el 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 5 sílabas de información por cada anunciante;

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

X.- La señalización del equipamiento urbano, ya privado o público, se ajustara 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 las disposiciones del Reglamento de Tránsito Municipal;

ARTICULO 35.- 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 encuentran ubicados dentro de una zona comercial, siempre y cuando esta no forme parte, de una zona habitacional y que el propio edificio no sea de un estilo arquitectónico contrario a este tipo de anuncio.

B).- La iluminación externa mediante reflectores se permitirá cuando su colocación o posición no invada 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).- Queda prohibido el uso de luz negra en fachadas o interiores, en caso de ser visualmente accesible desde la vía pública.

II.- Color:

Estará permitido el uso de cualquier tipo de color en cualquier zona, siempre y cuando se atienda a criterios de armonía y buen gusto.

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

III.- Anuncios Cambiables:

En los programas o anuncios de espectáculos o diversiones públicas formadas 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.

ARTICULO 36.- 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; siempre y cuando no obstruya la imagen del edificio.

ARTICULO 37.- Los anuncios que se utilicen para la propaganda electoral se sujetarán a las disposiciones del Código Federal de Procedimientos Electorales en vigencia o del Código Estatal Electoral vigente.

ARTICULO 38.- Los adornos que se coloquen durante la temporada navideña, de carnaval, en las fiestas cívicas nacionales o en eventos oficiales y políticos, se sujetarán al Reglamento debiendo retirarse al término de dichos eventos.

ARTICULO 39.- No es necesaria la obtención de permiso ni autorización para la colocación de placas para profesionales, siempre que la superficie total no exceda del 50% de un metro cuadrado. Las placas de dimensiones mayores a las señaladas con redacción distinta a la simplemente denominativa, se considerarán como anuncios, requiriéndose para su colocación y uso la tramitación y obtención del permiso respectivo.

ARTICULO 40.- Se permitirá la colocación de anuncios en el interior de las estaciones, paraderos y terminales de transporte de servicio público propiedad del municipio, siempre y cuando tengan relación con el servicio público que en ellos se preste, así como anuncios de orientación y ubicación 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.

ARTICULO 41.- El texto y contenido de los anuncios en los puestos o casetas fijo o semifijo, e instalados en la vía pública, deberán relacionarse con los Artículos que en ellos se expendan y sus dimensiones no excederán al 10% de la envolvente o superficie total, sujetándose a las disposiciones y recomendaciones de este Reglamento.

ARTICULO 42.- La publicidad panorámica por medio de carteles quedará sujeto a los lineamientos y aprobación del R. Ayuntamiento.

ARTICULO 43.- La forma de cada anuncio será libre, siempre y cuando observe las normas establecidas en este Reglamento.

CAPITULO VI NULIFICACION Y RENOVACION DE PERMISOS.

ARTICULO 44.- Los permisos, permanentes o temporales, se revocarán en los siguientes casos:

I.- Por falsedad de los datos proporcionados por el solicitante para la tramitación del permiso;

II.- Cuando habiéndose otorgado el permiso correspondiente, el titular no respete el diseño aprobado;

III.- Por no realizar el interesado la colocación del anuncio respectivo, sus estructuras o instalaciones dentro del plazo que 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 la aprobación del proyecto 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 su representante, concediendo 90 días hábiles para el cumplimiento de la norma establecida.

ARTICULO 45.- 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

ARTICULO 46.- Las autoridades municipales sancionaran administrativamente a los propietarios de anuncios, cuando incurran en infracciones a las disposiciones de este Reglamento.

ARTICULO 47.- Tanto los responsables de la colocación de 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.

ARTICULO 48.- Los incumplimientos o faltas a las disposiciones y obligaciones contenidas en el presente Reglamento serán sancionadas de conformidad con las siguientes multas:

I.- Se aplicara multa de 20 a 100 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica al 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 100 a 150 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica al 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 150 a 200 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 200 a 250 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio, cuando 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 300 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 20 a 100 días de salario mínimo general vigente en el área geográfica a que pertenece el municipio.

ARTICULO 49.- Contra las resoluciones o sanciones emanadas por la autoridad municipal por la aplicación del presente Reglamento, procederá el recurso de reconsideración en la forma y términos que establece el Código Municipal del Estado de Tamaulipas.

ARTICULO 50.- 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.

ARTICULO 51.- 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 a 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 ha ordenar y ejecutar por cuenta y riesgo del infractor el retiro del anuncio que se trate.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Reglamento entra en vigor el día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

SEGUNDO.- El Presidente Municipal, lo remitirá al Ejecutivo del Estado para su publicación en el Periódico Oficial del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas.

TERCERO.- Quedan derogadas todas aquellas disposiciones que se opongan al presente Reglamento.

CUARTO.- Publíquese y Difúndase para su debido conocimiento y observancia.

Aprobado por el H. Cabildo en las sesiones del día 21 de noviembre del año 2000 y 30 de enero de 2001.

Lo que se hace constar en Miguel Alemán, Tamaulipas, a los 19 días del mes de marzo del presente año. Se da fe.

“SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION”.- EL PRESIDENTE MUNICIPAL.- C. BIOL. RAUL ANTONIO RODRIGUEZ BARRERA.- Rubrica.- C. LIC. SERVANDO LOPEZ MORENO.- Rubrica.
