

ANUNCIO

1.351

Hallándose vacante el cargo de JUEZ DE PAZ SUSTITUTO en este Municipio, por medio del presente anuncio se convoca nuevamente a aquellas personas que deseen optar a dicho cargo para que procedan a solicitarlo en el Ayuntamiento de La Oliva, conforme a lo siguiente:

Los interesados habrán de presentar solicitud en las oficinas municipales, sitas en la calle Emilio Castellot, 1, 35640, La Oliva, en horas de oficina, en la que deberá constar además de los datos personales, declaración de no hallarse incurso en causa de incapacidad o incompatibilidad y podrá acompañar a la misma cualquier otro documento acreditativo de sus méritos o títulos que posean.

El plazo para la presentación de solicitudes será de QUINCE DIAS, contados a partir de la publicación del presente Anuncio.

LA OLIVA, a veintinueve de Enero de dos mil dos.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Domingo González Arroyo, firmado.

1.581

EDICTO

1.352

Habiéndose producido error en la publicación del texto íntegro de la ORDENANZA REGULADORA DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCION PUBLICITARIA aparecida en el Boletín Oficial de la Provincia, número 3, de fecha 7 de Enero de 2002, consistente en la publicación del borrador de la referida Ordenanza, por medio del presente se hace público el texto íntegro de la realmente aprobada, dejando sin efecto aquella:

ORDENANZA REGULADORA DE LA ACTIVIDAD DE PROMOCION PUBLICITARIA DEL MUNICIPIO DE LA OLIVA

EXPOSICION DE MOTIVOS

La publicidad, como medio de comunicación masiva de información presenta distintas modalidades y precisa de una regulación específica que ordene la conducta y las pautas con las que debe llevarse a cabo. Mediante la presente Ordenanza se trata de racionalizar el ejercicio de la llamada promoción publicitaria dinámica, aquella modalidad de publicidad en la que el contacto directo

con los ciudadanos tiene más importancia, ya que se practica en zonas y espacios de dominio público y es utilizada con mayor frecuencia.

El hecho de que la publicidad dinámica presente una serie de connotaciones de carácter negativo, como son su especial incidencia en el medio ambiente y sobre el derecho al descanso y al ocio sin molestias, y el deterioro de la imagen turística del municipio a causa del constante acoso de los agentes publicitarios sobre el usuario turístico y ciudadano en general, la hacen merecedora de un auténtico tratamiento específico, máxime en un municipio como el nuestro, que se enorgullece de ser calificado como turístico y selecto. No podemos olvidar que el turista actual es un consumidor maduro que se ha convertido en un cliente experto y cada vez más exigente en cuanto a la conservación y protección del entorno urbano y natural, así como en cuanto al derecho a no ser perturbado en su descanso.

Por todo lo anterior, de cara a alcanzar el aprovechamiento racional de los recursos turísticos y procurar su relación armónica con otros sectores productivos, potenciando su conservación y mantenimiento y velando para que en todo momento la actividad publicitaria preserve y proteja el medio ambiente y garantice el respeto a que los usuarios turísticos no sean perturbados en su descanso, el Ayuntamiento de La Oliva aprueba la presente Ordenanza, con base al título competencial que le otorga el artículo 25.2 de la Ley de Bases de Régimen Local, y teniendo en cuenta la interrelación existente con otras materias de claro carácter municipal como son el uso del dominio público, la seguridad y la ordenación del tráfico, entre otras.

La presente Ordenanza se estructura en seis títulos:

El primero de ellos, y dada la amplitud del campo de la publicidad, efectúa una previa delimitación de cuáles son los aspectos de la realidad que serán objeto de consideración en la Ordenanza, y determina su ámbito de aplicación.

En atención a la especial incidencia que la publicidad dinámica tiene en el medio ambiente por la utilización de determinados materiales de apoyo y por la contaminación y suciedad que puede producir en el entorno urbano y rural si se realiza de forma desordenada, se incluye la exigencia de que los soportes de la publicidad sean reciclados y que lleven impresa una leyenda que aconseje su depósito en contenedores de recogida selectiva.

Seguidamente, se regula el régimen de autorizaciones municipales previas, modalidades, requisitos y la vigencia anual de las mismas.

El Título III acota el ámbito de actuación y delimita las condiciones de su ejercicio que van a constituir el marco de protección garantizado. Igualmente, se prevé la adopción una serie de medidas cautelares sin carácter sancionador, cuya finalidad es evitar daños y perjuicios al interés público en aquellas zonas donde se practica este tipo de actividad publicitaria; así como la obligación de los titulares de dichas autorizaciones de adoptar medidas correctoras.

Por otro lado, la publicidad dinámica afecta a los ciudadanos de forma directa puesto que invade no sólo la calle y espacios públicos sino espacios privados, por lo que ha de ser tenido en cuenta y respetado el derecho de los mismos cuando no quieran recibir este tipo de publicidad. En este sentido, los Títulos V y VI de la presente Ordenanza regulan el reparto domiciliario de publicidad, estableciéndose mecanismos para posibilitar que los vecinos puedan manifestar y hacer efectivo su derecho a no recibir publicidad, y la efectuada mediante el uso de vehículos para garantizar que dicha publicidad no incida de forma negativa en los derechos e intereses dignos de protección de los ciudadanos, en cuanto supone la ocupación de la vía pública.

Finalmente, el último título se dedica a la tipificación de las infracciones que pueden ser cometidas; la responsabilidad de los titulares de la autorización, a la determinación de las sanciones correspondientes y a las reglas aplicables en la tramitación de los expedientes sancionadores, todo ello de acuerdo con los principios generales del Derecho Administrativo sancionador.

En virtud de todo lo anteriormente expuesto, dos son los objetivos perseguidos: Evitar que los sistemas de promoción publicitaria resulten agresivos debiendo limitarse al ofrecimiento de información y reducir en determinadas zonas del municipio la proliferación de agentes publicitarios que incidan negativamente sobre el derecho a la intimidad y al descanso sin ser perturbados de turistas y ciudadanos.

I. OBJETO Y AMBITO DE APLICACION.

Artículo 1. Es objeto de la presente Ordenanza la regulación, en el término municipal de La Oliva, de las modalidades de promoción publicitaria o publicidad dinámica.

Artículo 2. A los efectos de lo establecido en la presente Ordenanza, se entiende por promoción publicitaria o publicidad dinámica aquella forma de comunicación realizada por personas físicas o jurídicas, ya sean públicas o privadas, en el ejercicio de una actividad económica, dirigida a promover la contratación de bienes o servicios de toda clase, incluso derechos y obligaciones o la difusión de mensajes de naturaleza social, cultural, política o de cualquier otra, realizada mediante contacto directo de los agentes publicitarios con los posibles usuarios o clientes y con la utilización preferente, para su práctica, de zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia o uso público.

Artículo 3. A los efectos de la presente Ordenanza, son destinatarios, las personas a las que se dirige el mensaje publicitario y, Agentes de promoción publicitaria o Agentes de promoción de publicidad dinámica, aquellas personas que laboralmente vinculadas a cada empresa titular de una Autorización de promoción publicitaria, realizan por cuenta de la misma, la actividad descrita en el artículo anterior.

Artículo 4. La promoción publicitaria dinámica se ejerce mediante alguna de las siguientes modalidades:

a) Publicidad manual: Es la publicidad que difunde sus mensajes mediante el reparto en mano de material impreso a través del contacto directo entre los agentes publicitarios y los posibles usuarios, con carácter gratuito, y utilizando para dicha finalidad, las zonas de dominio público, vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia o uso público.

b) Reparto domiciliario de publicidad: Es la distribución de cualquier tipo de soporte material de publicidad llevado a cabo mediante la entrega directa a los propietarios o usuarios de viviendas, oficinas y despachos, o mediante la introducción de material publicitario en los buzones individuales o en las porterías de los inmuebles.

c) Publicidad mediante uso de vehículos: Es la publicidad llevada a cabo mediante uso de elementos de promoción o publicidad situados en vehículos, estacionados o en circulación, y la difusión de los mensajes publicitarios por los medios audiovisuales que se instalen en los mismos.

d) Publicidad oral: Es la publicidad que transmite los mensajes de viva voz, en su caso con ayuda de

megafonía u otros medios auditivos auxiliares, mediante el contacto directo entre el personal autorizado y los posibles usuarios, y con la utilización, para su ejercicio, de las zonas de dominio público vías y espacios libres públicos y zonas privadas de concurrencia o uso público.

Artículo 5. 1. No tienen consideración de actividad de promoción publicitaria a los efectos de la presente Ordenanza y, por tanto, quedan excluidas del ámbito de aplicación de la presente, las siguientes actividades:

a) La publicidad electoral en los aspectos que se regulan en la legislación electoral.

b) Los mensajes y comunicados de las administraciones públicas en materias de interés general, incluso cuando la distribución o comunicación a los ciudadanos en general o los interesados en particular se lleve a cabo mediante empresas publicitarias independientes de las mismas.

c) Las comunicaciones y mensajes relativos a las materias de seguridad pública, protección civil o emergencias.

d) Las comunicaciones que se dirijan, única y exclusivamente, a la materialización del ejercicio de algunos de los derechos fundamentales y libertades públicas incluidos en la Sección Primera del Capítulo II del Título I de la Constitución Española, que, en su caso, se rigen por la normativa específica aplicable a tales derechos y libertades.

2. No se considera publicidad a efectos de lo establecido en la presente Ordenanza, los letreros, emblemas, grafías u otros elementos similares que hagan referencia a la identificación de la persona o razón social de la empresa o actividad ejercida y que se hallen situados en los establecimientos comerciales o en vehículos de cualquier clase de los que sea titular, por cualquier título, la persona física o jurídica de que se trate.

Artículo 6. El ejercicio de la actividad de promoción publicitaria dinámica debe respetar, en cuanto a su contenido, la dignidad de las personas, impidiendo la vulneración de los valores reconocidos en la Constitución Española, especialmente los relativos a la infancia, la juventud y la mujer, así como los relativos a los sectores sociales más marginados.

Artículo 7: Queda totalmente prohibida toda publicidad que incurra en el engaño y deslealtad o que contenga, tanto en el texto como en las imágenes, cualquier tipo de mensaje subliminal.

Artículo 8. Se prohíbe la publicidad dinámica:

a. Siempre que se realice en playas y en el resto de bienes de dominio público marítimo terrestre así como en todos aquellos sitios o espacios en que una normativa específica prohíba todo tipo de publicidad.

b. En terrazas, dependencias o espacios de propiedad privada o que sean objeto de concesión o autorización administrativa, siempre que no se obtenga el consentimiento expreso de los propietarios o titulares de la correspondiente concesión o autorización.

c. En caso de que se utilicen animales como instrumento o complemento de la actividad publicitaria.

d. Cuando esté vinculada, en la misma actuación, la venta o reventa de entradas, tiquets y productos similares.

e. Si puede implicar que se formen grupos de personas que obstaculicen la circulación de peatones o vehículos.

f. Si ocupa pasos de peatones o sus accesos o invade la calzada.

g. Cuando la actividad a realizar contemple o posibilite el lanzamiento de material publicitario en cualquiera de sus formas.

h. Si supone la colocación de material publicitario en los cristales u otros elementos de los vehículos.

i. Cuando la actividad se realice mediante megafonía o cualquier soporte acústico, a excepción de lo que se dispone en esta Ordenanza en cuanto a la publicidad mediante uso de vehículos.

j. Si el ejercicio de la actividad supone la colocación de elementos materiales de cualquier tipo, configuración o estructura en las vías y espacios públicos, complementarios de la actividad publicitaria, sean o no desmontables.

Artículo 9. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo anterior, el ayuntamiento podrá prohibir, revocar o limitar la promoción publicitaria a que se refiere esta Ordenanza, en los casos en que considere que afecta a los intereses públicos locales o pueda perjudicar la imagen turística del municipio.

Artículo 10. 1. Todo material impreso para llevar a cabo cualquier tipo de publicidad dinámica debe ser preferentemente reciclado.

2. El material y soportes publicitarios ha de llevar obligatoriamente una leyenda que aconseje su depósito en contenedores de recogida selectiva.

AUTORIZACIONES

Artículo 11. Las actividades de promoción publicitaria dinámica están sujetas a previa autorización municipal, de conformidad con las prescripciones de la presente Ordenanza.

Artículo 12. Corresponde al Alcalde resolver las peticiones de Autorizaciones, ajustándose en cuanto al procedimiento a lo dispuesto en la normativa del Régimen Local.

Artículo 13. 1. Las autorizaciones tendrán un plazo máximo de validez de un año, finalizando en todo caso, el día 31 de Diciembre, pudiendo ser renovadas.

2. Las renovaciones deberán ser instadas antes del 31 de Octubre de cada año, de no recaer resolución expresa sobre dichas solicitudes antes del día 31 de Diciembre siguiente, se entenderán otorgadas.

Artículo 14. Las autorizaciones podrán revestir las siguientes modalidades:

a) Individual: A favor de persona o empresa determinada. Dicha autorización tendrá el carácter de accesoria a la Licencia Municipal, si la actividad promocionada requiere de tal licencia para su ejercicio.

b) Sectorial: A favor de agrupaciones u otras formas asociativas con personalidad jurídica propia, que agrupen y representen legalmente a profesionales o empresarios de un sector de actividad económica o representen una zona o barrio del término municipal. En todo caso, tendrán la consideración de sectoriales aquellas que pretendan la promoción publicitaria de alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido.

Artículo 15. 1. Las solicitudes de autorización y renovación, en su caso, se instarán mediante la utilización de instancias acompañando la siguiente documentación:

a) El número de identificación fiscal del solicitante.

b) Alta del Impuesto de Actividades Económicas en el municipio de La Oliva.

c) Vigencia de las licencias municipales exigibles en la actividad correspondiente, así como las que corresponda otorgar a la administración turística.

d) Relación de personas que se proponen como agentes de promoción publicitaria, con indicación de su número de documento nacional de identidad o de pasaporte y de su dirección.

e) Liquidación de la tasa municipal correspondiente.

f) Copia de los documentos relativos a la incorporación al régimen de la Seguridad Social.

2. Los solicitantes de Autorizaciones sectoriales, además de acreditar respecto de cada uno de sus agrupados, asociados o representados cuanto se requiere en el artículo anterior, deberán justificar la representación que ostentan.

Artículo 16. Cabe concesión de autorización individualizada en caso de que la promoción publicitaria se efectúe mediante reparto domiciliario de publicidad pudiendo disponer el titular de la misma de un Agente de promoción publicitaria por establecimiento comercial. La publicidad efectuada bajo las modalidades descritas en las letras a) y d) del artículo de la presente Ordenanza admitirán únicamente autorizaciones sectoriales, siendo concedidas en número de un agente publicitario por zona, barrio o calle del término municipal.

Artículo 17. 1. El Ayuntamiento expedirá carnets acreditativos de la condición de agentes de promoción publicitaria dinámica a las personas que figuren en la relación presentada por cada empresa o sector con arreglo a los cupos establecidos.

2. Los agentes publicitarios deben ir vestidos en condiciones de aseo y limpieza intachable y uniformados con pantalón azul marino y camisa blanca.

3. Los agentes publicitarios deberán llevar su acreditación prendida en lugar visible de su vestimenta, durante el ejercicio de su actividad de promoción publicitaria.

Artículo 18. Durante la vigencia de la autorización o de la prórroga, la empresa afectada podrá solicitar del Ayuntamiento modificaciones en la plantilla de sus agentes, con estricta sujeción a lo previsto en la presente Ordenanza respecto del cupo asigna y a las condiciones que deben reunir aquellos. Corresponderá a la alcaldía su autorización, con carácter previo a la expedición de las acreditaciones y al inicio de las actividades de promoción publicitaria de los posibles nuevos agentes.

En cuanto a las propuestas de baja, éstas deberán ir acompañadas de las acreditaciones correspondientes

a los agentes cesantes, a efectos de su inutilización. Siendo responsabilidad de la empresa el extravío o no presentación de la misma.

Artículo 19. El alcalde Presidente se reserva la facultad de revisar las autorizaciones otorgadas a fin de proceder la variación del horario o ámbito de actuación por el agente publicitario, en atención a la modificación de las circunstancias que motivaron la concesión.

AMBITO DE ACTUACION Y CONDICIONES DE EJERCICIO

Artículo 20. Los agentes de promoción publicitaria tendrán como ámbito de actuación el siguiente:

a) Tanto en caso de autorizaciones individualizadas como sectoriales, la Alcaldía delimitará una zona de actuación en la que, exclusivamente, pueden ejercer su actividad los agentes de promoción publicitaria.

b) En las sectoriales que tengan por objeto la promoción publicitaria de alojamientos en régimen de uso a tiempo compartido su ejercicio se limitará a los espacios acotados por expositores o mostradores en número y ubicación determinados por la Alcaldía.

Artículo 21. 1. Las actividades reguladas en la presente Ley sólo podrá realizarse hasta una hora antes de la que fije oficialmente para el cierre del establecimiento o de la actividad promocionada.

2. Cuando la publicidad se refiera a salas de fiestas, discotecas, cafés-concierto o a establecimientos que desarrollen su actividad en horario nocturno, la publicidad podrá realizarse, únicamente, hasta dos horas antes de la fijada oficialmente para su cierre.

3. No se concederá ninguna autorización que permita la actividad de publicidad mediante el uso de vehículos o reparto domiciliario desde las dos del mediodía hasta las cinco de la tarde, ni de las diez de la noche hasta las nueve de la mañana del día siguiente.

Artículo 22. La empresa titular de una autorización de promoción publicitaria y sus agentes están obligados a adoptar las medidas correctoras a su alcance, tendentes a evitar que su actividad afecte a la limpieza de la zona de actuación publicitaria, en especial de vías y espacios públicos.

Artículo 23. Los titulares de una autorización de promoción publicitaria y sus agentes deberán asumir la

obligación de coadyuvar con el Ayuntamiento en orden a la consecución de los objetivos de la presente Ordenanza, colaborando en la gestión administrativa y control de la actividad. Asumiendo las responsabilidades específicas que de tales compromisos deriven.

A dichos efectos, el alcalde Presidente de la Corporación Local podrá condicionar el otorgamiento de la Autorización a la prestación de fianza o garantía por importe máximo de 1.000.000 de pesetas, equivalente a 6.010,12 euros.

Artículo 24. Constituyen medidas cautelares, que no tendrán el carácter de sanción, las siguientes:

a) El decomiso de material de promoción o publicidad cuando se trate de actividad no amparada en Autorización o cuando se considere que esta medida resulta necesaria para impedir la continuación de cualquier infracción que se hubiera detectado.

b) La inmovilización y/o retirada de los vehículos o elementos que sirvan de soporte a una actividad de promoción o publicidad que infrinja lo dispuesto en esta Ordenanza, siempre que, además, se dé la circunstancia de la ausencia o la residencia del titular de la actividad o agente publicitario que debe cesar en su actuación ilícita.

c) Cuando se compruebe que la realización de una actividad de promoción publicitaria puede ocasionar daño al interés público se adoptarán cuantas medidas sean necesarias para impedirlo.

La adopción de dichas medidas cautelares corresponderá a los agentes de la Policía Local de La Oliva que detecten la infracción de que se trate. Una vez iniciado el correspondiente expediente administrativo sancionador, el órgano competente en cada trámite ha de determinar el mantenimiento o la revocación de las medidas cautelares adoptadas, teniendo en cuenta la gravedad de las actuaciones cometidas y los efectos perjudiciales que pueda tener sobre los sectores protegidos por la presente Ordenanza.

Las referidas medidas cautelares se entienden, sin perjuicio de que el Ayuntamiento reclame al presunto responsable de la infracción, el importe de los gastos que se deriven de las anomalías o daños causados como consecuencia de las actuaciones infractoras de la presente Ordenanza siempre que, previamente, se efectúe la pertinente valoración justificada.

REPARTO DOMICILIARIO DE PUBLICIDAD

Artículo 25. El reparto domiciliario de publicidad definido en el artículo 4.b de la presente Ordenanza, deberá sujetarse a las siguientes reglas:

a. Los soportes en que se materialice este tipo de publicidad no podrán depositarse de forma indiscriminada o desordenada en las entradas, vestíbulos o zonas comunes de los inmuebles.

b. Entendiendo que el buzón es un bien privado, las empresas distribuidoras de material publicitario se abstendrán de depositar publicidad en aquellos buzones cuyos propietarios indiquen expresamente la voluntad de no recibirla.

c. Si los propietarios o arrendatarios de los inmuebles no quieren recibir publicidad en sus buzones, deben hacerlo constar de forma expresa, sin otro requisito, quedando, por lo tanto, prohibido el depósito de publicidad en los mismos. Con esta finalidad, el Ayuntamiento de La Oliva repartirá a quien así lo solicite un adhesivo en el que se hará constar la negativa a recibir cualquier tipo de publicidad.

d. A este tipo de modalidad publicitaria, le será de aplicación lo dispuesto en los artículos 8 y 23 de esta Ordenanza, en todo aquello que no resulte incompatible con la naturaleza de la misma.

PUBLICIDAD MEDIANTE USO DE VEHICULOS

Artículo 26. A efectos de lo establecido en el presente capítulo y sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3º, la publicidad mediante uso de vehículos incluye también la modalidad llamada caravana publicitaria, tanto si se trata de actividad principal como complementaria.

Artículo 27.1. La promoción publicitaria mediante uso de vehículos sólo se autorizará en los siguientes supuestos:

1.) Cuando tenga por objeto la promoción o publicidad de actividades deportiva, cultural, de espectáculos o recreativas de naturaleza temporal o circunstancial.

2.) Cuando los grupos políticos, sindicales o representativos de distintos sectores sociales practican actividades que no están incluidas en las letras b, c y d del apartado 1 del artículo 5, de forma temporal o circunstancial y con sujeción, en cualquier caso a

lo dispuesto en la legislación electoral o la normativa que sectorialmente pueda ser de aplicación.

2. El otorgamiento de la autorización tiene carácter discrecional, valorando para su concesión el impacto ambiental y la repercusión en el tráfico y la seguridad vial que puede tener la actividad.

3. No se concederá ninguna autorización que permita la actividad de publicidad mediante el uso de vehículos desde las dos del mediodía hasta las cinco de la tarde, ni de las diez de la noche hasta las nueve de la mañana del día siguiente.

4. Queda expresamente prohibido la incitación al acceso a vehículos con fines de promoción publicitaria, ya sean éstos vehículos utilizados de forma esporádica, ya realicen por sistema el transporte de posibles usuarios.

REGIMEN SANCIONADOR. INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 28. Corresponde a esta Alcaldía la corrección de las infracciones a la presente Ordenanza, así como la incoación y resolución de los expedientes sancionadores que dimanen de aquéllas.

Artículo 29. Los expedientes sancionadores se tramitarán de conformidad a lo preceptuado en la Ley 30/1992, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de Enero, y el Reglamento para el ejercicio de la potestad sancionadora aprobado por R.D. 1398/93, de 4 de Agosto.

Artículo 30. Las infracciones se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 31. Son infracciones leves:

a) El incumplimiento de las condiciones formales fijadas en la correspondiente autorización.

b) El incumplimiento de las normas sobre exhibición del carnet de agente publicitario.

c) La contravención de la prohibición establecida en la letra h) del artículo 8.

d) La contravención de los deberes establecidos en esta Ordenanza cuando, por su escasa trascendencia, no constituya infracción grave o muy grave.

e) El depósito de material publicitario en aquellos buzones cuyos propietarios indiquen expresamente su voluntad de no recibirla.

Artículo 32. Son infracciones graves:

a) El ejercicio de las actividades publicitarias reguladas en la presente Ordenanza sin cumplir con las condiciones materiales establecidas en la correspondiente autorización.

b) El ejercicio de las actividades publicitarias reguladas en la presente Ordenanza sin la correspondiente autorización municipal.

c) El incumplimiento de las prohibiciones establecidas en la presente Ordenanza, salvo la letra h) del artículo 8.

d) El ejercicio de la actividad fuera de las zonas de actuación permitidas o sin respetar las zonas y horarios de actuación exclusiva reservadas a otros sujetos.

e) La falta de adopción de las medidas correctoras referidas anteriormente.

f) La comisión de dos infracciones leves en el plazo de seis meses.

g) La realización de actividades publicitarias fuera del horario autorizado.

h) La intervención en las actividades publicitarias de un número de agentes superior al autorizado.

i) La trasgresión de la regla establecida, respecto del reparto domiciliario, de prohibición de depositar publicidad de forma indiscriminada o en desorden en las entradas, vestíbulos o zonas comunes de los inmuebles.

Artículo 33. Son infracciones muy graves:

a) La distribución de material publicitario o la difusión de mensajes publicitarios que atenten contra la dignidad de la persona o vulneren los valores y derechos reconocidos por la Constitución, especialmente en aquéllos referente a la infancia, la juventud, la mujer y los sectores sociales más marginados, o que puedan suponer riesgo para la salud y la seguridad de los consumidores.

b) La falsedad u ocultación de los documentos o datos exigidos por la Administración a fin de autorizar o controlar las actividades publicitarias.

c) La reincidencia en la comisión de infracciones graves en el período de dos años.

Artículo 34. Serán responsables de las infracciones tipificadas en la presente Ordenanza de forma independiente y solidaria, las personas que resulten ser autoras de las conductas, hechos y omisiones descritas anteriormente.

Asimismo, también se considerarán responsables de las infracciones a las que se refiere el párrafo anterior aquellas personas que, ya sea en calidad de titulares de establecimiento comerciales, administradores de empresas o entidades mercantiles o en cualquier otro concepto, se beneficien directa o indirectamente de las citadas conductas, hechos u omisiones o en cuyo interés se realicen.

Artículo 35. Sanciones aplicables:

1. Las infracciones leves serán sancionadas con multa de hasta 500.000 pesetas (3.005,06 euros) y potestativamente, con la suspensión temporal de los efectos de la autorización.

2. Las infracciones graves se sancionarán con multa de 500.001 pesetas a 5.000.000 pesetas (3.005,07 euros a 30.050,60 euros) y con la suspensión temporal de los efectos de la autorización o pérdida del aval o fianza constituida.

3. Las infracciones muy graves podrán ser sancionadas con multa de 5.000.001 pesetas a 10.000.000 de pesetas (30.050,60 euros a 601.012,10 euros) y potestativamente, retirada de la autorización o suspensión temporal de sus efectos, con pérdida de fianza.

Artículo 36. Se tomarán en consideración como circunstancias modificativas de la responsabilidad, a los efectos de graduar la cuantía de las sanciones que correspondan, las siguientes:

a) Los daños y perjuicios causados a terceros, así como los producidos por la conservación y limpieza de los lugares públicos o de equipamiento y mobiliario urbano.

b) La reparación espontánea de los daños y perjuicios causados.

c) La incidencia en los derechos de los consumidores y usuarios.

- d) El beneficio ilícito obtenido.
- e) El número de los consumidores y usuarios afectados.
- f) La reiteración de conductas que hayan sido objeto de sanción en materia de publicidad dinámica.
- g) La reincidencia.

DISPOSICIONES LEGALES

PRIMERA. Quedan derogadas cuantas normas municipales de igual o inferior rango se opongan a la presente Ordenanza o contengan disposiciones regladas en la misma.

SEGUNDA. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de Abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor, una vez aprobada definitivamente por la Corporación Municipal a partir de la fecha en la que se publique su texto íntegro en el Boletín Oficial de la Provincia de Las Palmas.

La Oliva, a treinta de Enero de dos mil dos.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Domingo González Arroyo, firmado.

1.582

EDICTO

1.353

Expediente Número 181/01.

Por parte de la sociedad CONSTRUCTORA DE PROMOCIONES DE CORRALEJO, C.M.M., S.L., se ha solicitado Licencia Municipal de Apertura para la instalación y puesta en funcionamiento de un BAR-RESTAURANTE, situado en la calle ISAAC PERAL, NUMERO 63, en la Localidad de CORRALEJO, término municipal de La Oliva.

Lo que se hace público para general conocimiento y al objeto de que quienes se consideren afectados de algún modo por la actividad que se pretende establecer, puedan hacer las observaciones pertinentes dentro del plazo de VEINTE DIAS, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 16. a) de la Ley 1/1998, de 8 de Enero, de Régimen Jurídico de los Espectáculos Públicos y Actividades Clasificadas.

La Oliva, a veintitrés de Enero de dos mil dos.

EL ALCALDE-PRESIDENTE, Domingo González Arroyo, firmado.

1.374-C

ILUSTRE AYUNTAMIENTO DE SAN BARTOLOME DE TIRAJANA

ANUNCIO

1.354

Para dar cumplimiento a lo determinado en la Base Sexta de la Convocatoria de las Bases Generales de convocatoria aplicables a los procesos selectivos de Personal Laboral indefinido y funcionario de carrera, para el trienio 1999-2000-2001, al objeto de cubrir TRES PLAZAS DE POLICIA LOCAL, más las vacantes que se produzcan hasta la fecha de celebración de las pruebas, publicadas en el Boletín Oficial de la Provincia, número 63, de fecha 26 Mayo de 1999, esta Alcaldía ha RESUELTO:

PRIMERO. Dejar sin efecto la Resolución número 4.777, de fecha 26 Septiembre 2001, en lo referente a la designación de los miembros del Tribunal Calificador.

SEGUNDO. Designar a los miembros, titulares y suplentes, que formarán parte del Tribunal Calificador que juzgarán las pruebas selectivas convocadas por el Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, para cubrir tres plazas de Policía Local, más las vacantes que se produzcan hasta la fecha de celebración de las pruebas, a los miembros que se indican a continuación.

PRESIDENTE:

Don Marco Aurelio Pérez Sánchez.

Suplente: Don Juan Francisco Ramírez Vega.

VOCALES:

Vocal Primero: Don Antonio Martín Falcón.

Suplente: Don Francisco Guedes García.

Vocal Segundo: Don Antonio Calvo Hernández.

Suplente: Don Mateo Pérez Ojeda.