

**1. Denominación de la actuación**

Ordenanza municipal reguladora de la instalación de vallas publicitarias en Nevada (Granada)

**2. Área**

- Agricultura       Naturaleza  
 Agua       Herramientas de gestión ambiental       Residuos  
 Aire       Movilidad       Turismo  
 Consumo       Ordenanzas municipales       Urbanismo  
 Energía       Participación       Zonas verdes

**3. Ámbito de actuación**

**Provincia** Granada  
**ADR** Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de la Alpujarra-Sierra Nevada  
**Municipio** Nevada  
**Población** 1194  
**Ámbito de actuación** Municipal.

**4. Descripción de la actuación**

La instalación de vallas publicitarias constituye una actividad que incide considerablemente en la estética urbana. La regulación de dicha actividad contenida en las Normas Urbanísticas del vigente Plan General de Ordenación Urbana había resultado inadecuada, debido por una parte a la indeterminación de su contenido y, por otra, a la falta de mecanismos para ofrecer una reacción municipal suficientemente ágil y operativa frente al cada vez más extendido hecho de la publicidad incontrolada.

Consciente de esta insuficiencia, el propio Ayuntamiento propuso remitir la regulación de las vallas publicitarias a una Ordenanza Municipal, instrumento que tiene la ventaja de que puede ofrecer una consideración autónoma de estas actividades, cuyo contenido puede variarse, adaptándose a las necesidades reales, mediante un procedimiento más sencillo que el de la modificación del Plan General.

Esta Ordenanza pretende aportar claridad y sistematización a su contenido, distinguiendo en primer lugar las clases de soportes publicitarios sobre los que se aplica, las dimensiones de los mismos y los diferentes emplazamientos en que pueden situarse.

La segunda parte trata de los requisitos para el otorgamiento de las autorizaciones, destacando la exigencia de un seguro que cubra los posibles daños, y los mecanismos de reacción municipal ante los incumplimientos de lo dispuesto en la Ordenanza y, en especial, ante las vallas incontroladas o anónimas.

Como criterio novedoso respecto a la regulación anterior cabe destacar la prohibición de instalar vallas publicitarias en la vía pública o en espacios libres públicos, aunque sí se permiten en parcelas de propiedad municipal mientras éstas no se destinen al uso previsto en el planeamiento urbanístico.

Se ha intentado, en fin, compatibilizar el desenvolvimiento de una actividad económica de considerable importancia en la sociedad actual, con las necesarias exigencias de ornato y estética urbana. Se plasma este objetivo en un instrumento que, como se ha expresado anteriormente, tiene la suficiente flexibilidad para poder incorporar rápidamente, mediante las oportunas modificaciones, los aspectos cuya necesidad o conveniencia ponga de manifiesto la propia práctica de aplicación de esta Ordenanza.

Se regulan por medio de esta Ordenanza desde la morfología, los materiales, la ubicación y el número de la cartelería que puede utilizarse.

**5. Objetivos**

- Compatibilizar el desenvolvimiento de una actividad económica de considerable importancia en la sociedad actual, con las necesarias exigencias de ornato y estética urbana.
- Una regulación legal flexible para la adaptación de la realidad y a posibles modificaciones e adaptaciones necesarias.

**6. Período de actuación**

Desde el día siguiente de su publicación en el BOP el día 08 de febrero de 2008.

**7. Recursos humanos**

Personal y técnicos del Ayuntamiento

**8. Recursos materiales****9. Recursos financieros****10. Principales obstáculos para el desarrollo de la actuación**

La cartelería existente con anterioridad a la fecha de aprobación de esta Ordenanza,, aunque con el tiempo se irán homogenizando.

**11. Resultados**

En los escasos meses de regulación de esta ordenanza ya se puede evidenciar un resultado de mayor armonía en el paisaje urbano de estos núcleos de población.

**12. Valoración**

El municipio entiende que la aplicación de esta Ordenanza es muy positiva, ya que con esta regulación se ha agilizado la homogenización de la cartelería.

**13. Evaluación**

Se trata de una iniciativa muy necesaria para la mayor parte de los núcleos urbanos, dado que la gran necesidad de publicidad del sistema comercial de nuestro tiempo hace que ésta prolifere en tal grado que termina imponiéndose sojuzgando la imagen de cualquier paisaje (urbano, agrario o natural). Por tanto se establece como un buen ejemplo para seguir dado que se trata de una medida eficaz y lo suficientemente flexible para la adaptación a la morfología y paisaje de los distintos municipios del ámbito de esta Evaluación..

**14. Fuentes de información**

D. David Román, Concejal de Obras de Nevada.