

CONGRESO DE LA NACIÓN

República Argentina

LEY 2.936

LEY 2936

27 artículos

Texto actualizado al 19 de noviembre de 2026

ÍNDICE

Ley 2936

TÍTULO I **Disposiciones de carácter general** 4

TÍTULO II **Tipos de publicidad** 6

Capítulo 1 · Definiciones 7

Capítulo 2 · Condiciones de instalación 8

Capítulo 3 · Zonificación 15

TÍTULO V **Régimen jurídico de los permisos** 23

Capítulo 1 · Procedimiento 24

Capítulo 2 · Otras disposiciones sobre los permisos 24

Capítulo 3 · Plazos de vigencia de los permisos 25

Capítulo 4 · Conservación de la instalación 25

TÍTULO VI **Régimen sancionatorio** 27

Capítulo 1 · Procedimiento especial de infracciones. 28

Capítulo 2 · Faltas y sanciones 29

LEY DE PUBLICIDAD EXTERIOR



TÍTULO I

DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL

Artículos 1º a 3º

ARTÍCULO 1°. Objeto- La presente Ley tiene por objeto regular las condiciones de la actividad publicitaria exterior, con el fin de proteger, promover y mejorar los valores del paisaje urbano y de la imagen de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ley toda actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad objeto de la presente. Quedan exceptuadas de los términos de la misma, la actividad publicitaria que esté específicamente regulada.

ARTÍCULO 2°. Autoridad de Aplicación- El Poder Ejecutivo establece por vía reglamentaria la autoridad de aplicación de la presente Ley.

ARTÍCULO 3°. Sujetos responsables- Los sujetos de la actividad publicitaria, a los fines de este ordenamiento son: a) Anunciantes: Personas físicas o jurídicas que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realizan por sí o con intervención de una agencia de publicidad, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios. b) Agencias de Publicidad: Personas físicas o jurídicas que toman a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir propaganda o anuncios comerciales, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con ese objeto. c) Titular del medio de difusión: Persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes que incluyan o no publicidad, por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes del anuncio de su propiedad e instalados en lugares que expresamente ha seleccionado al efecto. d) Industrial publicitario: Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, instala o de cualquier otra forma realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria. e) Instalador o matriculado publicitario: Persona física o jurídica, inscripto en el Registro de Instalador o Matriculado Publicitario creado por Ley N° 2604 (B.O.C.B.A. N° 2855). Los sujetos de la actividad publicitaria son solidariamente responsables por toda violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria, referente a la instalación, habilitación, autorización del anuncio y del mantenimiento en perfecto estado de seguridad, limpieza, y pintura.



TÍTULO II

TIPOS DE PUBLICIDAD

Artículos 4º a 20

CAPÍTULO I

Definiciones

ARTÍCULO 4°. Tipos de publicidad- Se clasifican en: 4.1. Según el contenido, la ubicación y la permanencia. 4.1.a. Anuncio: Toda imagen, leyenda, inscripción, signo, símbolo, dibujo y/o emisión luminosa, que pueda ser percibido en o desde el espacio público y realizado o no con fines comerciales. 4.1.b. Aviso: Anuncio publicitario colocado en un sitio y/o local donde no se desarrolla el comercio, industria y/o profesión y/o no se expenden los productos o no se prestan los servicios publicitados. 4.1.c. Letrero: Anuncio colocado en el mismo sitio y/o local donde se desarrolla la actividad, comercio, industria y/o profesión y que publicita exclusivamente la misma. 4.1.d. Ocasional: Letrero que corresponde a una actividad circunstancial: remate, venta o locación de inmuebles, cambio de domicilio o sede, liquidación de mercaderías, y eventos temporales. 4.1.e. Combinado: Anuncio colocado en el mismo local del comercio, industria y/o profesión y que publicita simultáneamente dicha actividad y a productos y servicios que expenden o presten en dicho local. Queda exceptuada de tal definición la actividad publicitaria efectuada en el interior de locales habilitados para el ejercicio del comercio, referida a productos o servicios que en los mismos se ofrecen o venden. 4.2. Según el tipo de emplazamiento del soporte: 4.2.a. Frontal: paralelo a la línea oficial, o de ochava, o de retiro obligatorio o del frente del edificio. 4.2.b. Saliente: perpendicular a la línea oficial o de retiro obligatorio. 4.2.c. Medianera: sobre muro divisorio de predio. 4.2.d. Sobre techo: sobre techos, azoteas o terrazas de inmuebles. 4.2.e. En el interior de predios: sobre el terreno natural o el solado de la parcela. 4.2.f. Sobre vallas: sobre cerramientos de obras destinados a tal fin. 4.3. Según sus características: 4.3.a. Afiches: Anuncio impreso en papel, vinilo o cualquier otro sustrato que se utilice a tales efectos y tenga por finalidad ser fijado en cartelera. 4.3.b. Iluminado: Anuncio que recibe luz artificial mediante fuentes luminosas externas, instaladas exprofeso delante, atrás, arriba, abajo, a uno o ambos costados del mismo. 4.3.c. Luminoso: Anuncio que emite luz propia porque el mensaje publicitario, texto y/o imagen está formado por elementos luminosos o porque consiste en una lámina translúcida o transparente, iluminada por detrás de la cara visible, que es el soporte del mensaje, texto o imagen publicitaria. 4.3.d. Animado: Anuncio que produce sensación de movimiento por articulación de sus partes y/o por efecto de luces, medios mecánicos, eléctricos, electrónicos u otros. 4.3.e. Móvil: Anuncio fijado en transporte público de pasajeros: colectivos, micros, automóviles de alquiler con taxímetro o transportes privados de empresas de servicios. 4.3.f. Estructura representativa: Anuncio que posee o no cualquiera de las formas geométricas comunes o consistentes en esqueleto o armazón de cualquier material, simple, luminoso, iluminado o animado, con inscripciones o figuras. 4.3.g. Electrónico: Anuncio que funciona mediante la aplicación de circuitos electrónicos, para emitir, captar y reproducir mensajes e imágenes. 4.3.h. Mixto: Anuncio que reúne más de una de las características enunciadas. 4.3.i. Simple: Anuncio que no reúne

ni adiciona ninguna de las características señaladas en los incisos precedentes. La publicidad exterior que por sus características o tipo de tecnología empleada genere sensación de movimiento en su mensaje o imágenes, cualquiera sea su tamaño y ubicación, deberá presentar tanto en forma previa al otorgamiento de los permisos -sin perjuicio de los restantes recaudos que la propia ley y su reglamentación establezcan-, como ya otorgado el permiso y puesto en funcionamiento, estudios de impacto lumínico al tránsito vehicular y peatonal, en este último caso la presentación debe realizarse dentro de los ciento ochenta (180) días posteriores a su instalación. Dichos estudios deberán ser tratados y considerados por la Comisión de Paisaje Urbano al momento de analizar el otorgamiento del permiso o renovación, teniendo preponderancia las opiniones vertidas por el representante que se designe en materia de seguridad vial. Asimismo, la Comisión de Paisaje Urbano y/o la Autoridad de aplicación, podrán solicitar los informes y estudios complementarios que resulten necesarios para garantizar la preservación del ambiente y la seguridad vial y peatonal. 4.4. Según su soporte: 4.4.a. Cartelera Porta afiche: Elemento destinado exclusivamente a la fijación de afiches. 4.4.b. Estructura portante publicitaria: soporte de sostén de anuncios. 4.4.c. Columna: Soporte vertical de gran altura constituida por un tubo de acero que sostiene avisos publicitarios, de característica aislada (sin arrimar a los muros), y en interior de predios. 4.4.d. Toldo: Cubierta no transitable, fija, móvil y/o rebatible. 4.4.e. Medianera: Muro divisorio de predio. 4.4.f. Telón Publicitario: Elemento de tela o material similar colocado en forma vertical al frente de las obras en construcción, cubriendo la fachada y fijado a andamios o estructuras similares. 4.4.g. Marquesina: Cubierta fija y no transitable, que puede conformar o no, un cajón de doble techo y que puede llevar anuncios en sus caras. No puede tener soportes de apoyo sobre la acera.

CAPÍTULO 2
Condiciones de instalación

ARTÍCULO 5°. Condiciones de instalación- 5.1. Frontales Características. Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de una marca relacionada con la actividad. Sólo se permite un anuncio frontal por fachada de local. Se admitirá un letrero frontal en coronamiento de edificio hasta la altura del edificio existente, cuando se trate de un uso comercial o industrial desarrollado en edificio propio, íntegramente ocupado por una misma empresa. Este letrero podrá alcanzar una altura máxima de 4 m. (cuatro metros). Condiciones de instalación: Los anuncios deben instalarse paralelos al plano de fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones: 5.1.a. Distrito R1: 5.1.a.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros). 5.1.a.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 0,60 m. (cero/60 metros). 5.1.a.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos. 5.1.a.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura

mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros). 5.1.a.5. Pueden ser simples o luminosos. 5.1.a.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente. 5.1.b. Distrito R2: 5.1.b.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros). 5.1.b.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros). 5.1.b.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos. 5.1.b.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros). 5.1.b.5. Pueden ser simples, iluminados o luminosos. 5.1.b.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente. 5.1.c. Distritos C - E - I: 5.1.c.1. La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros). 5.1.c.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 01 m. (un metro). 5.1.c.3. El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos. 5.1.c.4. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros). 5.1.c.5. Pueden ser simples, iluminados, luminosos, electrónicos, animados o mixtos. 5.1.c.6. No se permite más de un frontal por cada fachada de local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un frontal por frente. 5.1.d. Distritos AE y APH: Sólo se permite anuncios de características simples con una superficie publicitaria no mayor al 05% (cinco por ciento) del total de fachada. Deben contar con dictamen del Consejo Asesor de Asuntos Patrimoniales de la Ciudad de Buenos Aires, cuya decisión es vinculante. Sólo puede anunciar la actividad que se desarrolla en el lugar, sea esta temporal o no. 5.2. Salientes Características. Pueden contar con mensajes que hagan referencia a la actividad desarrollada en el lugar, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad que en el mismo se desarrolle. Permite el sponsoreo de una marca relacionada con la actividad. Sólo se admite un saliente por fachada de local, el ancho máximo permitido es de 0,40 m. (cero/40 metros). Condiciones de instalación. Los anuncios salientes son aquellos ubicados perpendicularmente al plano de la fachada y deben cumplir con las siguientes condiciones: 5.2.a. Distrito R1: 5.2.a.1. La saliente máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros). 5.2.a.2. La altura máxima permitida del dispositivo es de 0,60 m. (cero/60 metros). 5.2.a.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 m. (dos/50 metros) medidos desde el nivel de la acera. 5.2.a.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos. 5.2.a.5. Pueden ser simples o luminosos. En caso de ser luminosos deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (uno/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial y establecimientos de atención de la salud. 5.2.a.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a

excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente. 5.2.b. Distrito R2: 5.2.b.1. La saliente máxima permitida es de 0,80 m. (cero/80 metros). 5.2.b.2. La altura máxima permitida del dispositivo es de 0,80 m. (cero/80 metros). 5.2.b.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 m. (dos/50 metros.) medidos desde el nivel de la acera. 5.2.b.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos. 5.2.b.5. Pueden ser simples o luminosos .En caso de ser luminosos deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (uno/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial o establecimientos de atención de la salud. 5.2.b.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente. 5 .2.c. Distrito C - E - I: 5.2.c.1. La saliente máxima permitida es de 1 m. (un metro) 5.2.c.2. La altura del dispositivo máxima permitida es de 1 m. (un metro) 5.2.c.3. El dispositivo debe instalarse a partir de los 2,50 (dos/50 metros) medidos desde el nivel de la acera. 5.2.c.4. El dispositivo debe respetar la distancia de 1 m. (un metro) de los linderos. 5.2.c.5. Pueden ser simples, iluminados, luminosos, electrónicos o animados. En caso de ser luminosos, iluminados, electrónicos o animados, deben respetar una distancia mínima de 1,50 m. (un/50 metros) de vanos de ventanas de edificios de uso residencial o establecimientos de atención de la salud. 5.2.c.6. No se permite más de un saliente por cada fachada del local al que se refiera y deben colocarse exclusivamente en planta baja a excepción del local que se encuentre habilitado en el primer (1er.) piso. En caso de locales que enfrenten a distintas arterias, se admite un saliente por frente. 5.2.d. No se puede instalar este tipo de dispositivos en los Distritos AE, APH y en el tramo comprendido sobre la Av. Corrientes entre las calles San Martín y la Av. Leandro N. Alem. 5.3. - Toldos Publicitarios- Se permite exclusivamente la publicidad referente al nombre del establecimiento y el esponsoreo relacionado con la actividad, la cual se ubicará en la falda de los toldos fijos, móviles y/o rebatibles. Deben ser construidos en lona u otro material flexible, y la altura de paso no podrá ser en ninguno de sus puntos, incluyendo la falda, inferior a 2,50 metros. Los toldos no podrán contar con soportes u otros elementos que lo fijen a la acera. La saliente máxima del elemento no podrá superar 1/3 del ancho de la acera. En las plantas altas el ancho no puede ser mayor al del vano, recogiéndose en el interior del mismo. 5.4.- Medianeras- Condiciones de instalación: Los anuncios publicitarios en medianeras deben ajustarse a las siguientes condiciones: 5.4.a. Los anuncios en medianeras deben ser en lona y colocarse con un soporte publicitario debidamente acabado y pintado. 5.4.b. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder el 50% (cincuenta por ciento) de la totalidad de la medianera visible. 5.4.c. No se admite como tratamiento de fondo la fijación de lonas o cualquier otro elemento decorativo diferente al revestimiento de obra o pintura sobre el paramento. 5.4.d. Las medianeras pueden dotarse con sistema de iluminación. Cuando el anuncio tenga luces intermitentes y/o afecte a viviendas permanentes o establecimientos de atención de la salud, deben instalarse a 1.50 m. (un/50 metros) del muro medianero o a 1 m. (un metro) del mismo si

sus luces fueran fijas. 5.4.e. Los anuncios en medianeras deben estar constituidos predominantemente por imágenes. 5.4.f. La autoridad de aplicación debe en todos los casos priorizar la utilización de nuevas tecnologías, con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano. 5.5. - Estructuras portantes publicitarias - Estructuras sobre techos, azoteas o terrazas de inmuebles Condiciones de instalación: Los soportes publicitarios en techos, azoteas o terrazas de edificio deben cumplir con las siguientes condiciones: 5.5.a. Se instala alineado o no con la fachada. En ningún caso puede exceder los límites de la línea de edificación. 5.5.b. El anuncio publicitario puede alcanzar la altura máxima de 10 m. (diez metros). En cualquiera de los casos abajo mencionados. Pueden ser simples, luminosos, electrónicos o iluminados. En todos los casos no debe superar una vez y media la altura del edificio o inmueble en el que se encuentra emplazado ni tampoco superar al edificio más alto de la cuadra. 5.5.c. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 60 m2 (sesenta metros cuadrados) si se encuentra emplazada en inmuebles cuya altura no supere los 10 m. (diez metros) del nivel de la acera. 5.5.d. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 80 m2 (ochenta metros cuadrados) si se encuentra emplazada en inmuebles cuya altura no supere los 15 m. (quince metros) del nivel de la acera. 5.5.e. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 100 m2 (cien metros cuadrados) si se encuentra en inmuebles cuya altura supere los 15 m. (quince metros) del nivel de la acera. 5.5.f. Cuando el anuncio tenga luces intermitentes y/o afecte a viviendas permanentes o centros de atención de la salud, estas deben instalarse a 1.50 m. (uno/50 metros) del muro medianero o a 1 m. (un metro) del mismo si sus luces fueran fijas. 5.5.g. Todos los elementos portantes deben estar debidamente enmascarados siguiendo el color del edificio. 5.5.h. La autoridad de aplicación debe en todos los casos priorizar la utilización de nuevas tecnologías, con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano. 5.5.i. La superficie publicitaria del anuncio se mide por el área del polígono que lo circunscribe, pasando por los puntos extremos; no forman parte del polígono ni el pedestal ni las estructuras portantes. 5.5.j. Sólo se permite una estructura portante sobre cada techo, azotea o terraza. 5.6. - Columnas en predios- Condiciones de instalación: Las columnas publicitarias emplazadas en interior de predios deben cumplir con las siguientes condiciones: 5.6.a. Pueden tener dos fases publicitarias. 5.6.b. La superficie publicitaria del anuncio no puede exceder los 120 m2 (ciento veinte metros cuadrados). 5.6.c. La altura máxima permitida para la columna es de 20 m. (veinte metros) medidos desde el nivel del terreno. 5.6.d. El anuncio publicitario no puede comenzar, sin excepción, antes de los 3 m. (tres metros) medidos desde el nivel del terreno. 5.6.e. Se debe dar adecuada terminación a su empotramiento, embaldosado, alisado, parquizado. 5.6.f. Las columnas deben ser de sección circular y deben estar protegidas por tratamiento anticorrosivo y de terminación adecuada. 5.6.g. En el interior de predios sólo está permitido el emplazamiento de columnas de sección circular. Se admite el emplazamiento de una (01) columna de sección circular por predio. Cuando el predio cuente con un frente superior a los 100 m. (cien metros) lineales se admite la colocación de una (01) columna cada 100 m. (cien metros) lineales. 5.6.h. Quedan prohibidas las columnas publicitarias en microcentro y macrocentro. 5.7. -

Telón publicitario- Los anuncios publicitarios en los telones sobre frentes de obras nuevas, obras de refacción y/o remodelación de fachadas se encuentran sujetos a las siguientes disposiciones: 5.7.a. La superficie total del telón a utilizar puede contener publicidad. 5.7.b. Este tipo de anuncio es exclusivamente de carácter temporal y requiere para la tramitación del permiso la presentación del proyecto específico adaptado al edificio y a su entorno. 5.7.c. Deben cubrir la totalidad de la longitud de fachada teniendo como límite la altura del edificio. Estos soportes se encuentran condicionados al permiso o aviso de obra correspondiente. 5.7.d. El material de estos soportes debe ser de lona microperforada ignífuga a los efectos de garantizar seguridad y paso de aire y luz. 5.7.e. Deben ser de características simples y/o iluminados. 5.7.f. A los efectos impositivos tributan como aviso frontal. 5.7.g. Deben ajustarse a lo indicado en la Ley Nacional de Higiene y Seguridad, sus anexos y reglamentación y al Código de Edificación. 5.7.h. En ningún caso pueden impedir la visión de los letreros reglamentarios exigidos por el Código de la Edificación. 5.7.i. No pueden instalarse en terrenos baldíos. 5.8. - Publicidad sobre vallas provisorias en obras y en terrenos baldíos – Carteleras porta afiche Características: A los efectos de la presente ley las obras susceptibles de contar con afiches publicitarios, entendidos como tales aquellos pasibles de mensajes cambiables e impresos en papel, vinilo o cualquier otro sustrato que se utilice a tales efectos, son las obras nuevas y las obras especiales de ampliación, refacción, transformación, demolición total y/o restauración de fachada. Superficies permitidas: para un frente de lote de 8,66 m. (ocho/66 metros) tomado como medida lineal de frente parcelario, la superficie publicitaria total no puede exceder un máximo de 10 m2 (diez metros cuadrados), quedando fuera de esa cifra tope el espacio destinado tanto a los marcos respectivos como a cada separación de mensaje. La altura de emplazamiento de los elementos, no puede superar los 5 m. (cinco metros) medidos desde el nivel del suelo. El frente de 8,66 m. (ocho/66 metros) se toma como patrón para aplicar en forma proporcional a los frentes de mayor longitud a efectos del cálculo de la superficie publicitaria tope de 10 m2. (diez metros cuadrados) de publicidad cada 8,66 m. (ocho/66 metros) lineales de frente. A los fines de fijar patrones para la superficie publicitaria de cada dispositivo, se toman los paños de 1,09 m. (uno/09 metros) por 1,48 m. (uno/48 metros) y sus múltiplos. Para la instalación de publicidad en obras, quien solicite el permiso debe contar con las autorizaciones que sean legalmente exigibles y materializar el vallado. Condiciones de la instalación: Los anuncios publicitarios en obras deben ajustarse a las siguientes condiciones: 5.8.a. Los soportes publicitarios deben instalarse adosados al cierre reglamentario. 5.8.b. Los soportes publicitarios deben ubicarse: 5.8.b.1. Dispositivos menores a seis (06) módulos: a 0,25 m. (cero/25 metros) mínimo de la rasante del terreno. 5.8.b.2. Dispositivos de seis (06) o más módulos: a 0,25 m. (cero/25 metros) mínimo de la rasante del terreno. 5.8.b.3. En todos los casos los soportes deben guardar una distancia mínima de 0,25 m. (cero/25 metros) de las líneas medianeras. 5.8.c. Los soportes publicitarios no pueden superar los 5 m. (cinco metros) de altura sobre la rasante del terreno en la alineación oficial. 5.8.d. Los dispositivos deben exhibir la identificación de la empresa responsable y su correspondiente número de matrícula otorgado por el Gobierno

de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 5.8.e. La superficie de vallado que no contenga publicidad debe contar con protección de las características generales de las "Cercas al frente", establecidas en el artículo 4.3.2.1. del Código de Edificación con el fin de evitar la pegatina libre. 5.8.f. Aquellos dispositivos que excedan la medida de seis (06) módulos sólo pueden ser instalados sobre avenidas. 5.8.g. Sólo se permite la instalación de un único tipo de dispositivo por ubicación en lo que hace a sus medidas. 5.9. - Marquesinas- Características: pueden contar con un mensaje que haga referencia a la actividad desarrollada en el local, de acuerdo con la razón social de las personas físicas o jurídicas, o la actividad mercantil, industrial, profesional o de servicios a la que se dedique y se permitirá el sponsoreo relacionado con la actividad. Deben contar con iluminación Genital mínima de 25 lux medidos a un (1) metro de línea oficial y a un metro con sesenta y cinco centímetros (1,65 mts), de altura desde el nivel de cordón. Condiciones de instalación: las marquesinas deberán cumplir con las siguientes condiciones: Distritos C-E-I: La altura máxima del dispositivo debe ser de un (1) metro. Se deberá ubicar por encima de los tres (3) metros medidos desde el nivel de la acera. La saliente máxima del dispositivo debe ser de un (1) metro. Cuando exista balcón en el piso superior se podrá ubicar a partir de los dos metros con cincuenta (2,50 m). La saliente máxima no podrá superar la línea del balcón, y no podrá en ningún caso ser mayor a un (1) metro. Pueden ser simples, iluminadas y luminosas. La superficie publicitaria puede incluir el cien por ciento (100%) de la superficie total de cada cara. En distritos C-E-I comprendidos dentro del polígono delimitado por Av. General Paz, Av. Cabildo, Av. Santa Fe, Av. Juan B. Justo, Av. Córdoba, Av. Pueyrredón, Av. Corrientes, Pte. José E. Uriburu, Hipólito Yrigoyen, Av. Jujuy, Av. Belgrano, Av. Ing. Huergo, Av. Brasil, Av. Pedro de Mendoza, Riachuelo, y Av. General Paz, se admite una altura máxima del dispositivo de dos metros (2 m). La superficie publicitaria no debe superar el cincuenta por ciento (50%) de la superficie total de cada cara Distritos R1- R2-APH- AE: No se podrá instalar este dispositivo en estos distritos. Se permiten marquesinas en las condiciones descriptas por la presente ley con una altura de hasta un metro (1 m) en los distritos R2all definidos por el Código de Planeamiento Urbano comprendidos en el siguiente polígono. Av Pueyrredón, Lavalle, Estado de Israel, Lerma, Araoz, Av. Corrientes, Humboldt, Sunchales, Cucha Cucha, Batalla del Pari, Paysandú, Av. San Martín, Av. Juan B. Justo, Condarco, Lazcano, Av. Lope de Vega, Miranda, Av. Juan B. Justo, Av. Gral. Paz, Av. Juan B. Alberdi, Lacarra, Av. Eva Perón, Pumacahua, Santander, Inclán, Chiclana, Av. Pavón, Av. Jujuy, Av. Pueyrredón. No se podrá instalar este dispositivo en el área comprendida por Rivadavia, Cerrito (acera Oeste), Av. Santa Fe, Florida, San Martín, Av. Leandro N. Alem y Rivadavia. Ni en los tramos de la Avenida Santa Fe entre Cerrito y Av. Pueyrredón, ni en la Av. Córdoba entre Cerrito y Av. Callao, ni en la Av. Callao entre Av. Rivadavia y Av. Santa Fe. Área de Reserva de la Ciudad: debe ser objeto de un proyecto especial.

ARTÍCULO 6°. Parasoles y sombrillas- Se permite el sponsoreo en sombrillas ubicadas en el espacio público perteneciente a locales gastronómicos habilitados de acuerdo a la

Ordenanza N° 33.266 y sus modificatorias, Sección 11ª, Capítulo 11.8 - AD 700.60, Código de Habilitaciones y Verificaciones.

ARTÍCULO 7°. Publicidad en centros y paseos de compras- 7.1. Sobre frentes y/o muros exteriores de los centros y paseos de compras. Características: Se encuentran ubicados sobre frentes y muros del inmueble comercial que enfrentan al espacio público. Condiciones de instalación: Los soportes publicitarios sobre frentes y muros exteriores de este tipo de establecimientos deben ajustarse a: 7.1.a. Pueden ser frontales o salientes. 7.1.a.1. Frontales: La separación máxima permitida es de 0,30 m. (cero/30 metros). La altura del dispositivo máxima permitida es de 2 m. (dos metros). El dispositivo debe respetar la distancia de 0,50 m. (cero/50 metros) de los linderos. Los dispositivos deben estar situados en todos sus puntos, a una altura mínima sobre la rasante de la acera o terreno de 2,20 m. (dos/20 metros). Pueden ser simples, luminosos y/o iluminados. La superficie máxima permitida es de 10 m2 (diez metros cuadrados). 7.1.a.2. Salientes: La saliente máxima permitida es de 1 m. (un metro). La altura máxima del dispositivo es de 1 m. (un metro). El dispositivo debe instalarse a partir de los 3 m. (tres metros), medidos desde el nivel de la acera. Pueden ser simples, luminosos y/o iluminados. 7.1.b. Sólo se admite un anuncio por frente y/o muro exterior. 7.2. Las disposiciones de este artículo no son de aplicación para los edificios de centros y paseos de compras que se encuentren catalogados y/o bajo disposiciones de protección patrimonial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y/o APH, los que no admiten publicidad en sus muros exteriores.

ARTÍCULO 8°. Letreros ocasionales- Condiciones de instalación: Se admite un elemento por unidad funcional del inmueble. Deberá ser frontal con una superficie máxima de 2 m2 (dos metros cuadrados). En ningún caso pueden conformar cuerpos espaciales por adición de planos, circunscribiéndose exclusivamente a planos bidimensionales paralelos al plano frontal de apoyo. Constructivamente se componen de tres elementos, según las características morfológicas y cualitativas que se detallan, para cuya realización, la reglamentación podrá ampliar el espectro incorporando otros materiales: 1) Estructura Resistente. La estructura resistente se compone por un marco perimetral, con refuerzos internos que aseguren que el mismo sea indeformable, de caño de chapa de acero con protección anticorrosivo o aluminio de sección y espesores a determinar por el respectivo calculo estructural, con presillas u ojales para anclaje incorporados a la misma. Estos se dispondrán en cada vértice, y con intermedios centrados cuando la distancia entre los amarres supere los 100 cm (cien centímetros). 2) Plano Publicitario. El plano publicitario se confecciona en materiales caracterizados por su bajo peso, resistencia e imprimibles, tales como lona plástica, vinilo, materiales plásticos alveolares o similares, convenientemente sujetados a la estructura resistente. 3) Elementos de Anclajes. Los elementos de anclaje se conforman por un conjunto de bulones o varillas roscadas y abrazaderas; cables de acero y prensa cables (en cuyo caso se utilizarán tres prensa cables como mínimo por cada anclaje). Los materiales de los anclajes deben ser tratados a fin de que sean resistentes a la intemperie. Los letreros ocasionales se fijan únicamente a elementos estructurales del edificio, o a

elementos resistentes colocados en forma definitiva, tales como barandas de balcón, carpinterías metálicas, etc. Queda prohibido el uso de sogas, alambres de hierro, galvanizado o similares, así como ataduras de cualquier tipo para el anclaje de los carteles.

ARTÍCULO 9°. Contenedores estacionarios de recolección de basura- Los mismos pueden ser utilizados como soporte para el auspicio y promoción de campañas de difusión, únicamente orientadas a conductas ciudadanas sobre preservación del medio ambiente y del espacio público.

ARTÍCULO 10. Publicidad en colectivos, ómnibus, micros y automóviles de alquiler con taxímetro-. a) En el transporte público de pasajeros: colectivos, ómnibus y micros, este tipo de anuncios se rige por la Resolución de la C.N.R.T. N° 451/99. b) En los Automóviles de alquiler con taxímetro, la publicidad se rige por lo establecido en los Decretos Nros. 1022/88 (B.M. N° 18228) y 1183/07 (B.O.C.B.A. N° 2756).

ARTÍCULO 11. Condiciones comunes- Los elementos publicitarios no deben alterar las características físicas del vano y sus carpinterías (curvatura de los arcos, rejas, carpintería de ventanas).

CAPÍTULO 3
Zonificación

ARTÍCULO 12. Zonificación- La actividad publicitaria se rige conforme a los distritos aquí mencionados los que se asimilan al Código de Planeamiento Urbano sólo a los efectos publicitarios, conforme al siguiente cuadro: I - Según ubicación y contenido a) Aviso - - - - - - - - P P P P P P b) Letreros - - 8 8 8 8 - P P P P P P P P c) Letrero ocasional - - - - - - - P P P P P P P P II - Según el emplazamiento a) Frontal - - - - - - - P P P P P P P P b) Saliente - - - - - - - P P P P P P P P c) Medianera - - - - - - - - - P (1) P(1) P P P P d) Sobre azotea - - - - - - - - - - - P(1) P(1) P(1) P(1) e) Interior de predios (A) - - - - - - - - - - P P P P f) Sobre vallas - - - - - - - - - P P P P P P CUADRO SÍNTESIS PARA LA INSTALACIÓN DE ANUNCIOS SEGÚN LOS DIFERENTES DISTRITOS UP ASIMILA CON UP (2) APH ASIMILA CON APH (3) AE ASIMILA CON AE (4) E4 R1 ASIMILA CON R1 (5) R2 ASIMILA CON R2 (6) C1- C2- C3 E1- E2- E3 I ASIMILA CON C1- C2-C3 E1-E2-E3-I (7) a) Afiches - - - - - - - - - P P P P P P b) Iluminado - - - - - - - - - P P P P P P III- Según sus características IV - Según su soporte a) Cartelera porta afiche - - - - - - - - - P P P P P P b) Estructura portante publicitaria - - - - - - - - - - - P(1) P(1) P(1) P(1) c) Toldo - - - - - - - - - P P P P P P d) Medianera - - - - - - - - - P(1) P(1) P P P P e) Telón publicitario - - P - - - - - - P(1) P(1) P(1) P(1) P(1) P(1) f) Columna - - - - - - - - - - - P P P P g) Marquesinas - - - - - - - - - - - P P P P Referencias: P: Permitido - No permitido c) Luminoso - - - - - - - P P P P P P P P d) Animado - - - - - - - - - - - P P P P e) Estructura Representativa - - - - - - - - - - - P P P P f) Electrónico - - - - - - - - - - - P P P P g) Mixto - - - - - - - - - - - P P P P h) Simple - - - - - - - P P P P

P P P P (1) Solo sobre Avenidas o visibles desde las mismas. Para Estructuras sobre azoteas ver Art. 12.16 (Áreas Especiales) (2)Al sólo efecto publicitario se asimila a Distrito UP: U7 zonas A, U12 Área uso Público, U15 zona UP,U20 UP1, U20 UP2, U20 UP3, UP20 UP4, U20 UP5,U20 UP6, U26 Zona 1, UP26 Zona 4, U6 Zona 1 A: Sólo sobre columnas y sólo de característica simple, iluminado o luminoso (3) No admite ningún tipo de publicidad. Al solo efecto publicitario se asimilan a Distrito APH: U21 sector C, U32, U33, AE2 (sobre Juramento y Vuelta de Obligado) AE3, AE5, AE6, AE7, AE8, AE9, AE12, AE13, AE14 y AE16 (4) Sólo admite publicidad institucional. Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos AE : ARE (5) Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos R1 los siguientes distritos: U3, U4, U5, U6 Zona 3, U7 Zona B, U8, U9, U10, U12 área uso residencial, U13, U15 Zona 1, U15 Zona 2, U16, U17 Zona I, U20 Zona 1, U20 Zona RU, U21 Sector A, U21 Sector B, U23 Zona 1, U23 Zona 9, U23 Zona 10, U26 Zona 2, U26 Zona 3, U28, U31, U34, U35, U36 Zona A, AE1, AE4, AE15, AE17, AE18, AE19, AE20, RU, UF, AU, P y U22 Sector RU (6) Al sólo efecto publicitario se asimilan a Distritos R2: U1, U2, U6 Zona 2, U6 Zona 4, U20 Zona 2a, U20 Zona 2b, U20 Zona 3, U20 Zona 4, U20 Zona 5, U21 Sector D, U23 Zona 2, U23 Zona 4, U23 Zona 5, U23 Zona 7, U23 Zona 8, U29 Zona II, U36 Zona B (7) Al sólo efecto publicitario los siguientes Distritos se asimilan a los que se detalla a continuación: U19 Sector C se asimila a E3, U22 Sector B se asimila a E1, U17 Zona II se asimila a I, U19 Sector A se asimila a I, U19 Sector B se asimila a I, U22 Sector A se asimila a I, U23 Zona 3 se asimila a C3, U23 Zona 6 se asimila a C3, U29 Zona I se asimila a C3, U29 Zona III se asimila a C3, AE2 (sobre Av. Cabildo) se asimila a C3. (8) Sólo simples y hasta un máximo del 5% del total de la fachada. No admite sponsoreo. Requiere dictamen del Consejo Asesor De Asuntos Patrimoniales de la CABA, con excepción de los comprendidos en el artículo 16 de la presente. OBSERVACIONES: Los distritos U11 (Puerto Madero) y U19 Sector D (Área Industrial - Comercio Mayorista) deben contar con la intervención de la Comisión de Paisaje Urbano. 12.1. Distritos R1: Son zonas destinadas al uso residencial exclusivo con viviendas individuales y colectivas de densidad media o media-baja y altura limitada. Área disponible para publicidad: a) Sólo se admite la instalación de letreros y letreros ocasionales ubicados sobre la red vial secundaria definida por el Código de Planeamiento Urbano. b) Pueden ser frontales o salientes según los artículos 5.1.a y 5.2.a. 12.2. Distritos R2: Son zonas destinadas al uso residencial general con alto o medio bajo grado de densificación y consolidación, en el cual se admiten usos compatibles con la vivienda. Área disponible para publicidad: a) Sólo se admite la instalación de letreros, letreros ocasionales y avisos. b) Pueden ser frontales, salientes o en carteleras porta afiches, según lo establecido en los artículos 5.1.b y 5.2.b. c) Pueden ser simples, iluminados y/o luminosos. d) Pueden ubicarse carteleras porta afiches de obras, toldos, medianeras y telones. 12.3. Distritos C: Se denominan así a los agrupamientos de usos: administrativo, financiero, comercial y de servicios, a distintos niveles cualitativos y cuantitativos, que definen rasgos diferenciales entre distintas categorías de centros. Sólo admite el uso residencial con restricciones. A) Distrito C1- Área Central: Es el área destinada a localizar el equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a

escala nacional, regional y urbana, en el más alto nivel de densidad y diversidad, dotada de las mejores condiciones de accesibilidad para todo tipo de transporte de pasajeros. B) Distrito C2 - Centro Principal: Son zonas destinadas a la localización de equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala de sectores urbanos que se desarrollan en correspondencia con vías de alta densidad de transporte público de pasajeros. C) Distrito C3 - Centro Local: Son las zonas destinadas a la localización del equipamiento administrativo, comercial, financiero e institucional a escala local y barrial con adecuada accesibilidad. Área disponible para publicidad en los Distritos C a) Admite la instalación de letreros; letreros ocasionales y avisos. b) Pueden ser frontales; salientes; en medianeras; en interior de predios; sobre vallas de obras y sobre techos, terrazas o azoteas de inmuebles. c) Pueden ser simples, iluminados, luminosos, mixtos, electrónicos, animado, afiches y estructura representativa. d) Pueden ubicarse sobre carteleras porta fiches, sobre toldos, sobre medianeras, sobre telones publicitarios, sobre estructura portante publicitarias y sobre columnas. e) En el Distrito C1, en el área de la Av. 9 de Julio deben adecuarse a lo establecido en el Artículo 12, inciso 16.1 de la presente norma. 12.4. Distritos E: Se denominan así a aquellas áreas, dotadas de buena accesibilidad, donde se localizan usos que sirven al conjunto urbano y/o regional que por sus características de tamaño, molestias, etc. no deben localizarse en zonas centrales o residenciales. En estos distritos se admiten también usos complementarios que contribuyen a mejorar la funcionalidad de aquellos. A) Distrito E1 - Equipamiento Mayorista B) Distrito E2 - Equipamiento General C) Distrito E3 - Equipamiento Local Área Disponible para Publicidad: Se asimilan a lo dispuesto para los distritos C. 12.5. Distrito I: Son zonas destinadas al agrupamiento de las actividades manufactureras y de servicios cuya área de mercado es predominantemente la Ciudad de Buenos Aires y que por sus características admiten ser localizadas en el ejido urbano. A) Distrito I1 - Industrial Exclusivo B) Distrito I2 - Industrial compatible con el uso residencial en forma restringida Área disponible para publicidad: Se asimilan a lo dispuesto para los distritos C. 12.6. Distrito E4 - Equipamiento especial: Son zonas de localización de usos singulares, que por sus características, requieren terrenos de gran superficie y normas particularizadas para cada actividad. Estos elementos constituyen los grandes equipamientos a escala urbana y/o regional. Este distrito no admite publicidad salvo la institucional. 12.7. Distrito Portuario - P: Son zonas afectadas a la actividad portuaria y los usos complementarios indispensables para el desarrollo de dicha actividad. Cualquier publicidad no relacionada con la actividad portuaria, debe ser aprobada por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires. 12.8. Distritos de Urbanización Determinada - U: Son zonas que con la finalidad de establecer o preservar conjuntos o sectores urbanos de características diferenciales, son objeto de regulación integral en materia de uso, ocupación, subdivisión de suelo y plástica urbana. 12.8.1. Distrito U1 - Barrio Comandante Piedrabuena: Al solo efecto publicitario se asimila el Distrito U1 a distrito R2. 12.8.2. Distrito U2 - Barrio M.T. de Alvear, Barrio General José de San Martín, Barrio John F. Kennedy, Barrio Soldati I, Barrio Manuel Dorrego y Barrio Presidente Illia. Al solo efecto publicitario se asimila el Distrito U2 a Distrito R2 12.8.3. Distrito U3: Al solo efecto publicitario se asimila al

Distrito R1. 12.8.4. Distrito U4 - Barrio Juan XXIII: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1. 12.8.5. Distrito U5 - Barrio Parque Almirante Brown: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila al Distrito R1. 12.8.6. Distrito U6 - Barrio General Savio: Zona 1: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito UP, no admitiendo en consecuencia ningún tipo de publicidad. Zona 2: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R2. Zona 3: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1. Zona 4: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R2. 12.8.7. Distrito U7 - Lugano III y IV: Zona A: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito UP, no admitiendo en consecuencia ningún tipo de publicidad. Zona B: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1. 12.8.8. Distrito U8 - Lugano V: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1. 12.8.9. Distrito U9 - Barrio Ricchieri: Se asimila al solo efecto publicitario al Distrito R1. 12.8.10. Distrito U10 - Ante Puerto: Zona de localización de edificios públicos. Al solo efecto publicitario se asimila este distrito a Distrito R1. 12.8.11. Distrito U11 - Puerto Madero: Cualquier intervención publicitaria a efectuar en esta área debe ser objeto de un proyecto especial que debe ser presentado ante la Comisión de Paisaje Urbano quien debe expedirse al respecto. No se admite ningún tipo de intervención publicitaria en el Sub distrito de Valor Patrimonial así como tampoco en el Sub distrito Urbanización Parque a excepción de lo normado por Ordenanza N° 51.818 (B.O.C.B.A. N° 274). 12.8.12. Distrito U12 - Catalinas Sur: Área de Uso Residencial: se asimila al solo efecto publicitario a Distrito R1. Área de Uso Público: se asimila al solo efecto publicitario a Distrito UP. 12.8.13. Distrito U13 - Catalinas Norte: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1. 12.8.14. Distrito U15 - Barrio Parque: Zona 1: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 Zona 2: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 Zona UP: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito UP 12.8.15. Distrito U 16 - Aeroparque: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 teniendo en cuenta que al producirse la desafectación del actual destino del Aeroparque Jorge Newbery este distrito queda automáticamente afectado a Distrito UP. 12.8.16. Distrito U 17 - Villa Soldati: Zona I: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. Zona II: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I. 12.8.17. Distrito U 19 - Área Industrial - Comercio Mayorista: Sector A - Área Industrial: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I. Sector B - Comercio Mayorista: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I. Sector C - Comercio Mayorista: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito E3. Sector D - Área de Reserva de la Ciudad: requiere intervención de la Comisión de Paisaje Urbano. 12.8.18. Distrito U 20 - Barrio Nuevo Colegiales: Zona 1 (Z1): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. Zona 2a (Z2a): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 2b (Z2b): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2 Zona 3 (Z3): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 5 (Z5): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona RU (Reserva Urbana): Dado su carácter urbanístico de reserva y morfología edilicia sin normar, no se admiten intervenciones publicitarias en este subdistrito. Zona UP1: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria. Zona UP2: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención

publicitaria. Zona UP3: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria. Zona UP4: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria. Zona UP5: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria. Zona UP6: Se asimila a Distrito UP prohibiéndose todo tipo de intervención publicitaria. 12.8.19. Distrito U 21 - Área Industrial Lisandro de la Torre: Sector A: Afectado a Distrito UF. Sector B: Afectado a Distrito UF. Sector C: Afectado a Distrito APH. Sector D: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. 12.8.20. U 22 - Desarrollo Urbanístico Industrial: Sector A: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito I. Sector B: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito E1. Sector RU: Se asimila a Distrito RU. 12.8.21. U 23 - Barrio Nuevo Belgrano: Zona 1 (Z1): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. Zona 2 (Z2): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 3 (Z3): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3. Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 5 (Z5): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 6 (Z6): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3. Zona 7 (Z7): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 8 (Z8): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona 9 (Z9): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 Zona 10 (Z10): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1 12.8.22. U 26 - Barrio Parque Central: Zona 1 (Z1): Se asimila a Distrito UP. no permitiendo por lo tanto ningún tipo de intervención publicitaria. Zona 2 (Z2): No admite ningún tipo de intervención publicitaria. Zona 3 (Z3): No admite publicidad salvo la institucional. Zona 4 (Z4): Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito UP no permitiendo por lo tanto ningún tipo de intervención publicitaria. 12.8.23. U 28 - Belgrano R: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. 12.8.24. U 29 - Polo de Atracción La Recoleta: Zona I: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3. Zona II: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. Zona III: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito C3. 12.8.25. U 31: La totalidad de este Distrito al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. 12.8.26. U 32 - Área de Protección Patrimonial de Antiguo Puerto Madero: Al solo efecto publicitario se asimila a distrito APH a excepción de lo normado por la Ordenanza N° 51.818 (B.O.C.B.A. N° 274). 12.8.27. U 33 - Yrurtia: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito APH. 12.8.28. U 34: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. 12.8.29. U 35 - Barrio Mitre: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. 12.8.30. U 36 - Barrio Cornelio Saavedra: Zona A: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. Zona B: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R2. 12.8.31. - Casos Particulares: Barrio “Las Cañitas “se asimila a R2. 12.9. Distritos AE - Arquitectura Especial: Zonas que por el carácter histórico, tradicional o ambiental que ya poseen son objeto de un ordenamiento especial mediante normas particularizadas con el fin de preservar dicho carácter. 12.9.1. Distrito AE 1 - Terraza Agüero: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito R1. 12.9.2. Distrito AE 2 - Av. Cabildo entre Juramento y Echeverría Sobre Av. Cabildo: se asimila a C 3. Sobre Juramento y Vuelta de Obligado: al solo efecto publicitario se asimila a APH. 12.9.3. Distrito AE 3 - Av. Presidente R. S. Peña y Av. Julio A. Roca: Al solo efecto publicitario este Distrito se asimila a Distrito APH. 12.9.4. Distrito AE 4 - Circuito

Turístico La Boca: Al solo efecto publicitario se asimila al Distrito R1. 12.9.5. Distrito AE 5 - Av. Alvear entre Callao y Libertad: Se asimila a Distrito APH. 12.9.6. Distrito AE 6 - Plaza Congreso: Se asimila a Distrito APH. 12.9.7. Distrito AE 7 - Plazoleta Carlos Pellegrini: Se asimila a Distrito APH. 12.9.8. Distrito AE 8 - Plaza de Mayo: Al solo efecto publicitario se asimila a Distrito APH. 12.9.9. Distrito AE 9 - Plaza Lavalle: Se asimila a Distrito APH. 12.9.10. Distrito AE 12 - Entorno de la Plaza San Martín: Se asimila a Distrito APH. 12.9.11. Distritos AE 13 y 14 - Aceras cubiertas con pórticos.: Sólo se permite un (01) anuncio institucional por edificio constituido por caracteres independientes en los edificios frentistas a las avenidas Leandro N. Alem y Paseo Colón. 12.9.12. Distrito AE 15 - Parcelas Frentistas a Av. General Paz: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1. 12.9.13. Distrito AE 16 - Florida, Paraguay, Reconquista y Viamonte: Al solo efecto publicitario este Distrito se asimila a Distrito APH 1. 12.9.14. Distrito AE 17 - Pasajes de Palermo Viejo - Villa Alvear: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1. 12.9.15. Distrito AE 18 - Conjunto Ravignani - Ancon: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila a Distrito R1. 12.9.16. Distrito AE 19 - Bordes de distrito lindantes con el distrito U3: Al solo efecto publicitario este distrito se asimila a Distrito R1. 12.9.17. Distrito AE 20 - Entorno Centro Judicial: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1. 12.9.18 Área AE 31 Lomas de Núñez: Se asimila a Distrito APH. No se admite ningún tipo de publicidad. 12.10. Distrito RU - Renovación Urbana: Corresponde a zonas en las que existe la necesidad de una reestructuración integral. A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1. 12.11. Distrito UF - Urbanización Futura: Corresponde a terrenos de propiedad pública, aún no urbanizados, u ocupados por instalaciones y usos pasibles de remoción futura; así como a las tierras destinadas al uso ferroviario: zona de vías, playa de maniobra, estaciones y terrenos aledaños a esos usos. Estos distritos están destinados a desarrollos urbanos integrales que exigen un plan de conjunto previo en base a normas y programas especiales. A los efectos publicitarios, este distrito se asimila a R1 a excepción de las áreas lindantes a vías de tránsito rápido las que se rigen por lo establecido en el artículo 12.16.3 de la presente. 12.12. Distrito UP - Urbanización Parque: No se admite ningún tipo de publicidad excepto lo normado para el Sistema de Padrinazgo de Plazas, Ordenanza N° 43.794 (B.M. N° 18.631). 12.13. Distrito AU - Bajo Viaducto de Autopistas Urbanas: A los efectos publicitarios este distrito se asimila a Distrito R1. 12.14. Distrito ARE - Área Reserva Ecológica: No se admite ningún tipo de publicidad, salvo la institucional. 12.15. Distrito APH - Área de Protección Histórica: Este distrito abarca ámbitos que por sus valores históricos, arquitectónicos, simbólicos y ambientales poseen un alto significado patrimonial, siendo merecedores de un tratamiento de protección de sus características diferenciales. No admite ningún tipo de publicidad, salvo las excepciones expresamente autorizadas por las normas vigentes. 12.16. Áreas Especiales 12.16.1. Las disposiciones del presente artículo se aplican a las estructuras portantes publicitarias en el área comprendida por Av. 9 de Julio y las calles Carlos Pellegrini y Cerrito, en los tramos que éstas resultan paralelas a la arteria mencionada y entre el eje de la calle Lavalle al eje de la calle Sarmiento: A.1) Los anuncios pueden ser luminosos y/o animados y/o electrónicos.

A.2) Deben ajustarse a lo especificado en el artículo 5.5 de la presente. Los anuncios sobre techos, azoteas y/o terrazas que excedan las superficies y alturas máximas permitidas tienen carácter singular y demandan estudio especial de la Comisión de Paisaje Urbano sobre un proyecto específico, dada la característica de isla publicitaria de este tramo. A.3) Se debe acompañar propuesta con fotografías y memoria descriptiva de las características generales del anuncio, la que debe ser aprobada por la Comisión de Paisaje Urbano. Los anuncios de cualquier tipo, frontales, salientes, en medianeras, en interior de predios, marquesinas, sobre vallas de obras, y sobre techos, azoteas y/o terrazas de inmuebles colocados en el área comprendida por Av. 9 de Julio y las calles Carlos Pellegrini y Cerrito, cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje, tipo de publicidad y condiciones de instalación, que implique el uso de nuevas tecnologías y/o que exceda las superficies, alturas máximas y cualquier otra condición prevista para su clase, demanda estudio especial y aprobación de la Comisión de Paisaje Urbano, de la Agencia de Protección Ambiental y del organismo de tránsito que se establezca por vía reglamentaria sobre un proyecto específico, dadas las características de la isla publicitaria, debiendo atenderse a los siguientes requisitos: B.1) Los anuncios pueden ser luminosos y/o animados y/o electrónicos. B.2) Se debe acompañar propuesta con fotografías y memoria descriptiva de las características generales del anuncio. B.3) Se debe acompañar estudio de impacto lumínico al tránsito vehicular y peatonal. Así como también dar cumplimiento a lo establecido en el último párrafo del apartado 4.3. 12.16.2. No se permiten estructuras sobre techos, azoteas y/o terrazas en los tramos delimitados por las siguientes calles: B.1.Av. 9 de Julio entre Juncal y Av. del Libertador San Martín. B.2.Av. Córdoba entre Rodríguez Peña y Libertad. B.3.Av. Córdoba entre Suipacha y Av. Leandro N. Alem. B.4.Av. Santa Fe entre Rodríguez Peña y Libertad. B.5.Av. Santa Fe entre Suipacha y Maipú. B.6.Av. Las Heras entre Av. Pueyrredón y Av. Sarmiento. B.7.Av. Belgrano entre Solís y Salta. B.8.Av. Belgrano entre Tacuarí y Av. Paseo Colón. B.9.Av. Independencia entre Solís y Salta. B.10.Av. Independencia entre Tacuarí y Av. Paseo Colón. El resto de los anuncios colocados en esta área se rigen por las normas generales vigentes para cada distrito. 12.16.3. Las playas de estacionamiento que cuenten con más de 100 m. (cien metros) lineales de frente quedan exceptuadas de lo dispuesto en el artículo 13.2, inciso p). Pueden colocar dispositivos, los que estarán situados en todos sus puntos a una altura mínima de 2,5 m. (dos/5 metros) sobre la rasante de la acera del terreno y cuya altura no puede superar los 7 m. (siete metros) sobre la referida rasante. 12.16.4. Las disposiciones del presente artículo se aplican a las estructuras portantes publicitarias, sobre techos, azoteas y/o terrazas en el área comprendida por la Av. Corrientes entre la Av. Callao y eje de la Av. Leandro N. Alem, las que se rigen en lo referente a alturas y máximos de superficies permitidos a lo normado en el artículo 5.5 de la presente, las que se asimilan a lo especificado en los puntos A.1) y A.3) del parágrafo precedente. El resto de los anuncios colocados en esta área se rigen por las normas generales vigentes para cada distrito. 12.16.5. Publicidad en áreas lindantes a vías de tránsito rápido. En un todo de acuerdo a la Ley N° 2.148 (B.O.C.B.A. N° 2.615) que declara la plena integración y participación de la Ciudad de Buenos Aires al Sistema Nacional de Seguridad

Vial aprobado por Decreto Nacional N° 779/95 reglamentario de la Ley Nacional de Tránsito y Seguridad Vial N° 24.449 , y su Resolución N° 533/98 que reglamenta la publicidad en la red nacional de caminos, el presente inciso reglamenta las condiciones de instalación y características de la publicidad en las áreas lindantes a vías de tránsito rápido en la Ciudad de Buenos Aires, las cuales quedan exceptuadas de la zonificación descripta en el artículo 12. Autopista Sur 25 de Mayo AU1 AU2 AU2 Autopista General Paz AU4 Autopista Perito Moreno AU6 Autopista Occidental Pte. Héctor J. Cámpora AU7 AV1 Sur Presidente Arturo Frondizi AV1 Avenida 27 de Febrero AV2 Avenida Perito Moreno AV3 Avenida Parque ex AU3 Ex Autopista Central ex AU3 Autopista Presidente Dr. Arturo Humberto Illia Avenida Leopoldo Lugones Avenida Intendente Cantilo De las normas a observar: A) Las estructuras publicitarias deben guardar una distancia mínima de 200 m. (doscientos metros) entre sí. Sólo se permiten carteles de publicidad estática. B) Se permiten carteles simples, luminosos, iluminados, no electrónicos ni animados. C) En cuanto al mensaje publicitario se admite la exteriorización de frases cortas publicitarias (máximo 15 palabras, cualquiera sea el tamaño de la letra utilizada), logotipo, marca o imagen que comprenda al producto. D) Sólo está permitido la utilización, tanto en la estructura publicitaria de sostén como en el cartel publicitario de pinturas, tintas y elementos mate que eviten todo tipo de reflejo. E) Cada cartel publicitario debe contar con una estructura de sostén adecuada a dicho fin, la que debe garantizar la absorción de los esfuerzos bajo cualquier tipo de condiciones climáticas. La misma debe contar con bases de fundaciones adecuadas a las tensiones soportadas. En estas vías sólo se admite la colocación de los siguientes tipos de soportes publicitarios: estructura portante publicitaria sobre techo, azotea y/o terraza y columnas. Las estructuras mencionadas deberán cumplimentar los requisitos mencionados en el

ARTÍCULO 20. F) En todos los casos los anuncios publicitarios pueden ser simples o doble faz, G) La superficie publicitaria máxima permitida por faz es de 60 m2 (sesenta metros cuadrados). H) Será de aplicación las prohibiciones absolutas enumeradas en el artículo 3° de la Resolución 533/98 de la Dirección Nacional de Vialidad (B.O 04/06/98) y las prohibiciones respecto al tipo de elementos enunciados en el punto 4° de la misma norma. 12.16.6. Sin perjuicio del distrito al que pertenezcan, los clubes de barrio comprendidos en la Ley 1807 se asimilarán al solo efecto publicitario a lo especificado para los Distritos C3.



TÍTULO V

RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS PERMISOS

Artículos 21 a 28

CAPÍTULO 1

Procedimiento

ARTÍCULO 21. Permiso para frontales, salientes, toldos y marquesinas- Cuando la actuación publicitaria consista en un frontal, saliente, toldo, o marquesina, puede tramitarse conjuntamente con el permiso de obra o de habilitación de la actividad del local. Si se solicita autónomamente la instalación de un frontal, saliente, toldo, o marquesina, dicha solicitud se tramita según el procedimiento previsto en los artículos 19 y 20 de la presente Ley.

ARTÍCULO 22. Tramitación. El procedimiento de otorgamiento del permiso para el desarrollo de actividades publicitarias contempladas en la presente Ley, es el siguiente: a) La solicitud acompañada de la documentación prevista para cada caso en los artículos anteriores, debe ser tramitada por el sistema de "trámites a distancia" - TAD - o el que en el futuro lo reemplace. b) A efectos del cómputo de los plazos de tramitación, se considera iniciado el expediente en la fecha de entrada de la documentación completa mediante el sistema de "trámites a distancia" - TAD. c) La resolución del órgano competente debe emitirse en un plazo no superior a sesenta (60) días hábiles, contado desde el día siguiente de iniciado el expediente, d) La oficina receptora dispone de un plazo de veinte (20) días hábiles para examinar la solicitud y la documentación aportada, y en su caso, formular requerimiento al interesado para que subsane los defectos de la documentación o acompañe la que no se haya presentado oportunamente, otorgándole para ello un plazo de quince (15) días hábiles con advertencia que si no lo hiciere se le tendrá por desistido de su petición. e) Para el caso de publicidad sobre vallas provisorias en obras y en terrenos baldíos, la autoridad de aplicación receptará la documentación pertinente la cual revestirá carácter de declaración jurada y, de cumplimentarse los requisitos requeridos, el permiso se considera otorgado al momento de la presentación de la solicitud.

CAPÍTULO 2

Otras disposiciones sobre los permisos

ARTÍCULO 23. Seguro de responsabilidad civil- Además de la documentación señalada, cuando la actividad publicitaria requiera permiso de obra, el titular debe antes de retirar el permiso, presentar comprobante de pago del mismo y de la póliza de seguro de responsabilidad civil que cubra los posibles daños a personas o cosas, durante el montaje, permanencia y desmonte de la instalación publicitaria.

ARTÍCULO 24. Identificación de la instalación- Los propietarios, los titulares de las instalaciones publicitarias y el industrial publicitario, tienen la obligación de identificar los

soportes a cuyo efecto deben colocar en lugar visible: el número de expediente que identifique el correspondiente permiso, la identificación de los sujetos responsables y su correspondiente matrícula publicitaria.

CAPÍTULO 3
Plazos de vigencia de los permisos

ARTÍCULO 25. Plazos- El plazo de vigencia de las autorizaciones para instalaciones publicitarias reguladas en esta ley es de cinco (5) años, a contar desde la fecha de su otorgamiento. Se exceptúan de esta regla general, los permisos para las instalaciones reguladas en los artículos 5.1. (FRONTALES), 5.2 (SALIENTES) y 5.3. (TOLDOS PUBLICITARIOS), por estar vinculadas al desarrollo de la actividad propia del local, y las instalaciones o actividades publicitarias de carácter temporal. Los plazos de vigencia de los permisos para instalaciones o actividades de carácter temporal son: a) telones: durante el tiempo que dure la obra con un máximo de doce (12) meses prorrogables por seis (6) meses; y, b) ocasionales: seis (6) meses prorrogables por igual período.

ARTÍCULO 26. Prórroga del permiso- Las prórrogas se solicitarán con una antelación mínima de treinta (30) días hábiles a la de la conclusión del plazo de vigencia, debiendo presentarse con la solicitud de prórroga la siguiente documentación: a) Fotografías actualizadas del emplazamiento en soporte digital JPG. Las mismas deben acreditar mediante certificación ante escribano público la fecha en que se tomó la fotografía. b) Certificado de profesional competente donde se testifique que la instalación se ajusta al permiso concedido y se mantienen las condiciones de seguridad y estética previstas en el proyecto inicial o dispuestas en el permiso. c) Acreditación de haber abonado la prima del seguro de responsabilidad civil exigido para el otorgamiento del permiso. La prórroga se entiende automáticamente concedida transcurridos ciento veinte (120) días hábiles desde la solicitud de la misma, siempre que se haya solicitado dentro del plazo exigido, a excepción de los casos contemplados en los incisos a) y b) del Artículo 25, en los que se entenderá automáticamente concedida a los treinta y cinco (35) días hábiles. En el supuesto que se hubiera requerido la subsanación de deficiencias, no puede entenderse concedida la prórroga hasta que se compruebe que aquellas han sido corregidas. En caso de no ser presentados los documentos necesarios para la prórroga y/o subsanadas las deficiencias en el plazo señalado, la autorización queda automáticamente sin vigencia.

CAPÍTULO 4
Conservación de la instalación

ARTÍCULO 27. Deber de conservación- Los sujetos responsables de las instalaciones publicitarias de acuerdo a lo establecido en el Artículo 3° deben mantenerlas en condiciones de seguridad, salubridad, ornato público y decoro, realizando los trabajos y obras precisas para el cumplimiento de tales fines.

ARTÍCULO 28. Orden de ejecución- La autoridad de aplicación puede ordenar a los propietarios o titulares de las instalaciones publicitarias, la ejecución de las obras o la realización de las actuaciones necesarias para conservar las condiciones señaladas en el artículo anterior. A estos efectos, la autoridad de aplicación concede al titular de las instalaciones publicitarias un plazo de entre ocho (08) y quince (15) días hábiles, en función de la complejidad de las obras o actuaciones a llevar a cabo, salvo que se justifique la imposibilidad técnica de realizarlas en dichos plazos, en cuyo caso la autoridad de aplicación podrá conceder un plazo mayor. El incumplimiento injustificado de las órdenes de ejecución habilita al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a adoptar cualquiera de estas medidas: a) Ejecución subsidiaria a costa del obligado y hasta el límite del deber normal de conservación. b) Imposición de las sanciones previstas. Sin perjuicio de lo previsto en los apartados anteriores, cuando el órgano competente aprecie la existencia de un peligro grave o inminente para la seguridad de personas o bienes, puede adoptar las medidas que estime oportunas para evitarlo sin necesidad de resolución administrativa previa.



TÍTULO VI

RÉGIMEN SANCIONATORIO

Artículos 29 a 34

CAPÍTULO I

Procedimiento especial de infracciones.

ARTÍCULO 29. Procedimiento de infracciones- Comprobada una infracción a las disposiciones de esta norma o aquellas que resulten de aplicación, la autoridad de aplicación procede de la siguiente manera: 1. Se labra acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor de diez (10) días hábiles. En el caso de los letreros ocasionales descriptos en el Art. 8vo, el plazo de regularización es de dos (2) días hábiles, en virtud del riesgo público que los mismos podrían generar. 2. Ante el incumplimiento de lo intimado y vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para disponer el retiro inmediato del anuncio y sus estructuras de soporte, procediendo a su secuestro y pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario. De la misma forma, este procedimiento se aplica para remediar los incumplimientos generados por los letreros ocasionales. 3. La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentre instalado el anuncio en contravención. 4. En caso de techos, azoteas y terrazas y predios baldíos se procederá a la clausura de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Habilitaciones y Verificaciones, Ordenanza Nº 33.266 (B.M. Nº 15.419). 5. Si la infracción no fuera susceptible de ser corregida, en razón de mediar impedimento de zonificación o cualquier otra circunstancia reglamentaria insalvable: a) Se labra el acta de comprobación correspondiente. b) Se dispone el retiro inmediato del anuncio, medida que ejecutará la repartición que corresponda, pudiendo recurrir al auxilio de la fuerza pública en caso de ser necesario. c) La autoridad de aplicación puede proceder a la clausura del local donde se encuentra instalado el anuncio.

ARTÍCULO 30. Elementos Secuestrados- Los elementos secuestrados pueden ser devueltos a sus dueños a solicitud de los mismos. Si la autoridad administrativa facultada para sancionar la falta se hubiere expedido de manera favorable al administrado, éste no deberá pagar los gastos ocasionados por el retiro, traslado y depósito. En caso contrario, el administrado deberá pagar dichos gastos para poder retirar los elementos secuestrados.

ARTÍCULO 31. Infracciones por anuncios especiales- En los casos de anuncios que afecten la seguridad del tránsito, se encuentren prohibidos por las normas vigentes, atenten contra la moral y las buenas costumbres, ofrezcan peligrosidad por su estado de deterioro o sus responsables no exhiban el comprobante de vigencia de la póliza de seguros, en todos los casos: a) Se dispone su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación. b) Se labra el acta de comprobación en la que se intima, de corresponder, a su regularización dentro de un plazo no mayor a diez (10) días hábiles. c) Ante el incumplimiento de lo intimado y/o vencido el plazo otorgado por la autoridad de aplicación, la Administración queda facultada para proceder de igual manera que la establecida en el Articulo 29, incisos 3° y 4° de la presente Ley. d) En los casos de las

carteleras porta afiche y afiches colocados en infracción, se dispondrá su retiro inmediato sin notificación alguna, labrándose acta de comprobación.

CAPÍTULO 2

Faltas y sanciones

ARTÍCULO 32. Faltas- Los distintos sujetos de la actividad publicitaria excepto el anunciante y la agencia de publicidad serán pasibles de acuerdo a la gravedad o reiteración de las infracciones en las que incurrieren a la suspensión en el uso de la matrícula, lo cual implica la imposibilidad de intervenir en nuevas actuaciones hasta tanto la pena aplicada sea cumplida o haya desaparecido la causa que la motivó. Se consideran infracciones las acciones y omisiones que contravengan la presente Ley las que quedan incorporadas a la Ley N° 451, Régimen de Faltas de la Ciudad de Buenos Aires.

ARTÍCULO 33. Faltas en Letreros Ocasionales- Para los letreros ocasionales descriptos en el Art. 8º, son considerados sujetos responsables de los incumplimientos, los propietarios de los inmuebles que alojen a los letreros y los anunciantes del objeto publicitario. A los fines de determinar la sanción, se asimila el incumplimiento de las condiciones constructivas descriptas en el Art. 8º de la presente con la instalación de carteles en la vía pública en lugares no habilitados.

ARTÍCULO 34. Falta por no contar con Matrícula- La realización de actividades publicitarias sin contar con la respectiva Matrícula Publicitaria se rige por lo establecido en el Art. 74, Título II "Protección de la Actividad Pública y Privada", Capítulo I "Administración Pública y Servicios Públicos", de la Ley N° 1472 . (B.O.C.B.A. N° 2055), Código Contravencional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



VEREDICTA LEYES

Ley 2936. Texto actualizado al 19 de noviembre de 2026.

Datos: Base InfoLEG de Normativa Nacional, Ministerio de Justicia de la Nación (CC BY 4.0).