



EL AYUNTAMIENTO GESTIONA LA RETIRADA DE VALLAS PUBLICITARIAS DE LOS CABEZOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICAS

En estos días se están iniciando los trabajos de desmontaje en diferentes zonas para “dignificar estos espacios y protegerlos de la contaminación visual”, tal y como se aprobó en el Pleno

A requerimiento del Ayuntamiento de Huelva, los propietarios de vallas publicitarias ubicadas en las zonas arqueológicas y frente a las laderas de los cabezos de la ciudad han iniciado la retirada de estos elementos, “en cumplimiento de la iniciativa aprobada en el Pleno municipal para dignificar estos espacios y protegerlos de la contaminación visual”. Así lo ha manifestado el portavoz del equipo de Gobierno del Consistorio y concejal de Urbanismo, Manuel Gómez Márquez, avanzando que en la jornada de hoy ha comenzado el desmontaje de las estructuras existentes en cinco parcelas de El Seminario, si bien estos mismos trabajos ya se iniciaron en los días previos en los solares de Fray Junípero Serra (cabezo de la Joya), Menéndez Pidal y Médico Luis Buendía.

Desde el área de Urbanismo, que ha establecido un calendario de trabajo para el desmontaje de estos soportes publicitarios, también se han enviado órdenes de ejecución a los titulares de las instalaciones ubicadas en la prolongación de la Avenida Cristóbal Colón y en la Avenida de la Cinta.

En una segunda fase, en los supuestos en los que no se haya logrado localizar a los propietarios de las vallas, el Consistorio hará este requerimiento a los titulares de las parcelas. En el caso de las que sean de propiedad municipal será el propio Ayuntamiento el que proceda a la retirada de estos elementos publicitarios.

Como ha recordado Gómez Márquez, la base jurídica de esta medida es la aprobación definitiva de la modificada Ordenanza Municipal de Publicidad, trámite al que dimos luz verde en el Pleno de octubre con el apoyo de todos los grupos menos del PP. El objetivo de esta iniciativa es “establecer unas pautas claras y unos límites para velar por la protección de estos espacios emblemáticos de la ciudad, ámbito que hasta la fecha no contaba con una regulación expresa en el marco de dicha ordenanza, a pesar de afectar a nuestro patrimonio y nuestras señas de identidad”.

Claves de la nueva ordenanza



La anterior Ordenanza Municipal de Publicidad ya imponía condiciones restrictivas a Entornos BIC (Bien de Interés Cultural), edificios catalogados y espacios considerados “sensibles” urbanísticamente hablando por la propia normativa, pero no contemplaba expresamente la afección a zonas arqueológicas.

Con las innovaciones incorporadas a esta normativa, en los enclaves sin intervención arqueológica y no urbanizados quedaría totalmente prohibida la instalación de soportes publicitarios. Sí se permitiría señalización divulgativa relacionada con el enclave, identificación y preservación, así como otros indicadores relacionados con temas de tráfico, emergencias, y otros, indispensables o de interés general.

Por otra parte, en los enclaves urbanizados y/o urbanos sin intervención arqueológica efectuada sólo se permitiría cartelería alusiva a la promoción u obra de edificación en curso para su venta, por los titulares o promotores, pero con unos condicionantes de provisionalidad y de tamaño o tipología que la propia ordenanza establezca, impidiendo los grandes carteles tal y como los conocemos de forma comercial. Adicionalmente sí se permitiría señalización divulgativa relacionada con el enclave y su preservación, así como otras relacionadas con temas de tráfico, emergencias, y otros.

Finalmente, en los enclaves urbanizados y/o urbanos con intervención arqueológica efectuada, y los edificados, se entiende que las condiciones de aplicación pueden ser las mismas que para la generalidad del municipio, salvo que la cartelería o elementos entrasen en colisión visual, o conceptual con la difusión-divulgación de lo allí descubierto, todo ello con el conforme con la Delegación Provincial de la Consejería de Cultura. En cualquier caso, las excepciones a lo anterior serían los espacios públicos y dotaciones públicas en estas zonas, que deberían priorizar la publicidad temática en temas de arqueología propios de los yacimientos de los que se trate.

Huelva, 12 de diciembre de 2016.



**Ayuntamiento
de Huelva**
Gabinete de Prensa

NOTA DE PRENSA

NOTA DE PRENSA

