

DECRETO 506 DE 2003

(Diciembre 30)

"Por el cual se reglamentan los Acuerdos 01 de 1998 y 12 de 2000, compilados en el Decreto 959 de 2000".

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTA DC

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el numeral 4 del artículo 38 del Decreto ley 1421 de 1993 y

CONSIDERANDO

Que la Ley 140 de 1994, "**Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional**", dispone en su artículo segundo que su objeto es "...mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual. La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos"

Que con base en la citada Ley, el Concejo Distrital expidió los Acuerdos 1 de 1998 y 12 de 2000, estableciendo las normas, parámetros, y prohibiciones para la instalación de publicidad exterior visual en el Distrito Capital.

Que ambos Acuerdos se compilaron en el **Decreto Distrital 959 de 2000 (Mas abajo)**, expedido por el Alcalde Mayor de conformidad con la facultad otorgada por el Concejo Distrital en el artículo décimo sexto del Acuerdo 12 de 2000.

Que los Acuerdos 1 de 1998 y 12 de 2000, hacen referencia a conceptos urbanísticos contenidos en el Acuerdo 6 de 1990, el cual fue derogado por el Decreto Distrital 619 de 2000, por medio del cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial para Bogotá D.C., razón por la cual es necesario aclarar el sentido de los conceptos urbanísticos a que hacía referencia el Acuerdo 6 de 1990 en los términos de la normativa vigente.

Que la palabra "colombina" utilizada en el artículo segundo del Decreto Distrital 959 de 2000 es una marca registrada de la empresa Colombina S.A., que se encuentra protegida por las normas de propiedad intelectual vigentes en Colombia, y se utiliza en el contexto de la reglamentación de publicidad exterior visual sin perjuicio de los derechos legítimamente concedidos al titular de la marca, para identificar un tipo de elementos de publicidad exterior visual considerados como vallas dentro de la reglamentación distrital sobre la materia.

Que se hace necesario reglamentar los acuerdos 1 de 1998 y 12 de 2000, con el fin de establecer con claridad, los derechos y obligaciones de los usuarios y las demás normas que permitan el cumplimiento de lo previsto en los citados acuerdos.

Que el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente, sometió a consideración del Consejo Técnico Asesor de Política y Normatividad Ambiental y de los gremios económicos el proyecto de decreto respectivo, sobre el cual se hicieron observaciones y recomendaciones, que fueron analizadas por el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente e incluidas en los aspectos que se consideraron pertinentes.

Que conforme a lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 38 del Decreto Ley 1421 de 1993, es función del Alcalde Mayor de la Ciudad ejercer la potestad reglamentaria de los Acuerdos que expida el Concejo Distrital, para asegurar su debida ejecución.

Que en consecuencia,

[Ver el Decreto Distrital 959 de 2000](#), [Ver el art. 1, Decreto Distrital 505 de 2003](#)

DECRETA

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1. DEFINICIONES: Para los efectos del presente decreto se adoptan las siguientes definiciones:

Adorno de fachada: Elemento que se instala en las fachadas destinado a su embellecimiento.

Afectación luminosa a residencias: Penetración dentro de las edificaciones de uso residencial, de luz o iluminación, proveniente del elemento de publicidad exterior visual o del elemento que ilumina dicha publicidad. Respecto de las vallas, se considera que hay afectación de luz cuando la valla iluminada se encuentre a igual altura o por debajo de la fachada de cualquier inmueble vecino de uso residencial, en una distancia de ochenta (80) metros medidos por el frente de la valla de que se trate, en un ángulo hasta de ciento ochenta grados (180°).

Altura del aviso: Dimensión del cuerpo del aviso medido desde su base hasta el punto más alto.

Altura de la cubierta de la fachada: Encuentro entre la fachada y el punto más bajo de la cubierta.

Antepecho del segundo piso: Borde inferior de la ventana del segundo piso que normalmente se destina a la colocación de los codos, o a una distancia de 80 centímetros del piso hacia arriba.

Aviso adosado: Aviso pegado a la fachada sin que medie espacio entre ellos.

Fachada: Cara o alzada de una edificación que da sobre la zona pública o comunal.

Fachada hábil para instalar publicidad exterior: Es aquella parte de la fachada en la que se puede instalar publicidad exterior visual conforme a las normas del presente Decreto reglamentario.

Fundiciones en aleaciones: Combinaciones de metales fundidas vaciadas en un molde para obtener el aviso.

Grandes Superficies Comerciales: Establecimientos de comercio de escala metropolitana con área de ventas superior a seis mil metros cuadrados (6.000M²) que desarrollan su actividad en edificaciones de hasta tres (3) pisos.

Hierro forjado: Trabajo de ornamentación en hierro hecho mediante martillado, en los que no se utiliza soldadura o cuando se utiliza ésta, la misma se mimetiza.

Materiales pétreos a la vista: Tipos de piedra con que se elabora el aviso sin pintura.

Mogador: Elemento de amoblamiento urbano, construido por la Administración Distrital en el cual se puede instalar publicidad exterior visual.

Publicidad Exterior Visual en Movimiento: Medio masivo de comunicación que se destina a llamar la atención del público a través de leyendas, elementos visuales o imágenes desde la vía pública a través de pantallas. No constituyen publicidad exterior visual en movimiento los mensajes transmitidos en los informadores electrónicos que el Distrito Capital permita que se instalen en el espacio público.

Servidumbre de luz: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 931 del Código Civil, la servidumbre legal de luz tiene por objeto dar luz a un espacio cualquiera, cerrado y techado, pero no se dirige a darle vista sobre el predio vecino, esté cerrado o no.

Valla tipo Colombina: Sin perjuicio de los derechos del titular de la marca registrada "Colombina", se entiende por valla tipo colombina para los efectos de este Decreto, el elemento de publicidad exterior visual con un solo apoyo, con un largo máximo de cuatro (4) metros contados desde la base o sitio de instalación.

Vía V – 0: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad, definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de cien (100 metros). Los perfiles viales de éste tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V – 1: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de 60

metros. Los perfiles viales de éste tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Vía V – 2: Vía del Plan Vial Arterial de la ciudad definida por el Plan de Ordenamiento Territorial cuya sección vial cuenta con un ancho mínimo de cuarenta (40) metros. Los perfiles viales de éste tipo de vías se encuentran definidos en el Anexo No. 3 del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá.

Volumen cubierto: Es el espacio contenido dentro del área de la cubierta y la altura de la misma.

ARTÍCULO 2. PROHIBICIONES PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL: Las prohibiciones para la instalación de publicidad exterior visual compiladas en el Decreto Distrital 959 de 2000, se sujetarán a las siguientes reglas:

2.1.- La prohibición de instalar publicidad exterior visual, para los sectores residenciales especiales sobre vías, se aplica a las zonas residenciales netas contempladas en el Decreto Distrital 619 de 2000. En atención al régimen de transición previsto en el numeral 9 del artículo 515 del citado decreto, la excepción a ésta prohibición cuando se trate de ejes de actividad múltiple se continuará aplicando, hasta tanto se expida la reglamentación del Plan de Ordenamiento Territorial.

2.2.- La prohibición de instalar publicidad exterior visual en las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, aplica de conformidad con el Decreto Distrital 619 de 2000, para las áreas protegidas de la estructura ecológica principal, las rondas hidráulicas y para las zonas de manejo y preservación ambiental.

2.3.- La prohibición de instalar publicidad exterior visual en movimiento sobre vías principales y metropolitanas, aplica de conformidad con el Decreto Distrital 619 de 2000, para la malla vial arterial principal y complementaria de que trata el artículo 140 del citado decreto y para los inmuebles ubicados con frente sobre las mismas.

2.4.- En todo caso, las Autoridades podrán instalar publicidad exterior visual en el espacio público, de conformidad con las normas que expresamente las faculten para ello, o que les impongan el deber legal de hacer anuncios públicos.

CAPÍTULO SEGUNDO

AVISOS

ARTÍCULO 3. ELEMENTOS QUE NO SE CONSIDERAN AVISOS: De conformidad con lo previsto en el artículo 6 del Decreto Distrital 959 de 2000, no se consideran avisos los elementos que adornan las fachadas. Igualmente no son avisos los elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público, siempre y cuando no se

utilicen como anuncio o propaganda con fines profesionales, culturales, comerciales o turísticos.

En los casos en que los adornos de fachada y los elementos destinados a señalización se utilicen como anuncio o propaganda con fines profesionales, culturales, comerciales o turísticos, se considerarán como publicidad exterior si son visibles desde la vía pública.

ARTÍCULO 4. DIVISIBILIDAD DEL AVISO: La divisibilidad de los avisos contemplada en el literal a) del artículo 7° del Decreto Distrital 959 de 2000, se podrá realizar conforme a las siguientes reglas:

4.1.- Área de la fachada y número de partes o avisos permitidos:

AREA DE LA FACHADA HÁBIL PARA INSTALAR AVISOS EXPRESADA EN METROS CUADRADOS	AREA MÁXIMA DEL TOTAL DE AVISO EXPRESADA EN METROS CUADRADOS	NÚMERO MÁXIMO EN QUE SE PUEDE FRACCIONAR EL AVISO
De 0 a 200	De 0 a 60	1
De 201 a 400	De 60 a 120	2
De 401 a 600	De 120 a 180	3
De 601 a 900	De 180 a 270	4
De 901 a 1200	De 270 a 360	5
De 1201 a 1500	De 360 a 450	6
De 1501 a 2000	De 450 a 600	7
De 2001 a 2500	De 600 a 750	7
De 2501 a 3000	De 750 a 900	8
De 3001 a 3500	De 900 a 1050	8
De 3501 a 4000	De 1050 a 1200	9
De 4001 a 5000	De 1200 a 1500	9
más de 5000	Más de 1500	9

Se entenderá que existe un solo aviso cuando sobre la fachada del establecimiento se produzca una sola afectación visual, lo cual ocurre cuando los anuncios, aunque no estén materialmente unidos pudiendo estarlo, se sucedan en el mismo sentido vertical u horizontal, de tal manera que en caso de unirse el área resultante no exceda el porcentaje del treinta por ciento (30%) del área de la fachada respectiva.

4.2.- La sumatoria de las áreas de los avisos individuales de que trata la tabla anterior, no podrá exceder el treinta por ciento (30%) del área de la fachada hábil para instalar avisos del respectivo establecimiento. Este treinta por ciento (30%) se calculará, sobre el área en que se pueden instalar avisos; que para centros comerciales y grandes superficies comerciales de carácter metropolitano con más de seis mil metros cuadrados (6,000M2) de área de ventas, comprende la que se encuentre por debajo de la cubierta; en los demás

casos el área hábil es la que se encuentre por debajo del nivel del antepecho del segundo piso. En ambos casos incluyendo puertas y ventanas.

4.3.- En las edificaciones en que operen redes de cajeros automáticos, se permite que cada uno de éstos cuente con su respectivo aviso el cual no podrá ocupar más del treinta por ciento (30%) del área del frente del respectivo cajero. Estos avisos se consideran como avisos distintos de aquellos que corresponden a la edificación en que se localizan los establecimientos de comercio.

4.4.- Cada cuarenta y ocho (48) metros cuadrados del área del aviso se contabilizará como una parte más. Para éste efecto se dividirá el área del aviso entre cuarenta y ocho (48) y el cuociente determinará el número de avisos utilizados, teniendo en cuenta la tabla de que trata el numeral 1 de éste artículo. En caso que el cuociente tenga una fracción, dicha fracción se contabilizará como un aviso más.

ARTÍCULO 5. AVISOS COMERCIALES SEPARADOS DE FACHADA: Los avisos comerciales separados de fachada de que trata el literal d) del artículo 7 del Decreto Distrital 959 de 2000, para inmuebles distintos a expendios de combustibles, se podrán instalar cuando el establecimiento comprenda dos mil quinientos metros cuadrados (2.500M²) de área en parqueadero a cielo abierto y área no cubierta. El aviso separado de fachada se deberá instalar en dicha superficie.

Los avisos comerciales separados de fachada podrán contar con dos caras siempre y cuando no anuncien en un mismo sentido visual entre ellas o en el mismo sentido visual del aviso de fachada del establecimiento de comercio. Se entiende que no están en un mismo sentido visual del aviso del establecimiento de comercio, cuando forman entre ambos avisos un ángulo que puede oscilar entre ochenta grados (80°) y cien grados (100°), o cuando están a una distancias de más de cuarenta (40) metros entre ellos.

Este tipo de avisos no se podrá instalar en zonas de protección ambiental, cesiones públicas para parque y equipamientos, andenes, calzadas de vías y demás sitios prohibidos por los Acuerdos 1 de 1998 y 12 de 2000.

ARTÍCULO 6. AVISOS EN EL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD: La instalación de avisos en el centro histórico de la ciudad, deberán observar las siguientes disposiciones:

6.1.- Los avisos podrán tener un área máxima de dos (2) metros cuadrados.

6.2.- Solo se pueden instalar en el primer piso de las edificaciones excepto cuando no haya voladizo, caso en el cual el aviso podrá instalarse sin sobrepasar el antepecho del segundo piso.

Cuando la edificación tenga voladizo, los avisos solo se podrán instalar en el primer piso; en caso de que la edificación no tenga voladizo, los avisos podrán

instalarse sin sobrepasar el antepecho del segundo piso, cuando los locales a los que correspondan funcionen tanto en el primer piso como en el segundo.

6.3.- Si el aviso está elaborado en materiales pétreos a la vista, en hierro forjado o en fundiciones en aleaciones, podrá ocupar hasta el treinta por ciento (30%) de la fachada del primer piso, sin que el área del aviso supere dos (2) metros cuadrados. En los casos en que se elaboren avisos en otros materiales, el aviso podrá ocupar hasta un dieciseisavo del área de la fachada del primer piso, sin que el aviso supere los dos metros cuadrados (2 M2).

6.4.- Los avisos no pueden tener iluminación propia. Solo podrán contar con iluminación indirecta sobre la fachada, a través del uso de reflectores, faroles o similares, que enluzcan la fachada en su conjunto.

6.5.- Para vías diferentes a las carreras séptima y décima y la Avenida Jiménez de Quezada, el ancho del aviso no podrá superar el ancho del acceso al establecimiento respectivo, y el aviso deberá instalarse en el primer piso. Sobre las vías mencionadas, si la fachada es plana, el aviso podrá instalarse del antepecho del segundo piso hacia abajo, siempre y cuando el establecimiento al que corresponda el aviso, funcione tanto en el primer piso como en el segundo.

ARTÍCULO 7. OTRAS DISPOSICIONES EN MATERIA DE AVISOS:

7.1.- Los establecimientos comerciales localizados sobre vía pública que no cuenten con fachada, podrán instalar su aviso dentro del volumen cubierto y el alto del aviso no podrá ser mayor de un metro con diez centímetros (1.10 mts) , ni al treinta por ciento (30%) de la altura del volumen cubierto. El aviso no podrá ocupar en ningún caso más del treinta por ciento (30%) del área del frente del volumen donde se instale.

7.2.- Los establecimientos a cielo abierto diferentes de las estaciones de servicio, podrán instalar su aviso en el acceso, sin que el alto del aviso sea mayor de ochenta centímetros (80 cms) ni el ancho del mismo supere el ancho del acceso. En caso que no se instale en el acceso, el aviso se deberá adosar al cerramiento, sin sobrepasar la altura del mismo.

7.3.- En los inmuebles con fachada en vidrio u otros materiales transparentes, la altura para la instalación de avisos se calculará conforme a las reglas contenidas en el ordinal 2 del artículo octavo del presente Decreto. La dimensión de los avisos en estos casos no podrá exceder del treinta por ciento (30%) del área de la fachada hábil para instalar avisos.

ARTÍCULO 8. PROHIBICIONES PARA LA INSTALACIÓN DE AVISOS: Las prohibiciones para la instalación de avisos señaladas en el artículo 8º literales a) y d) del Decreto Distrital 959 de 2000, se sujetarán en su orden a las siguientes precisiones:

8.1.- En relación con el literal a) del artículo 8 del Decreto Distrital 959 de 2000, que prohíbe colocar avisos volados o salientes de fachada, se entiende que el

aviso está volado de fachada cuando no se encuentra adosado a la fachada propia del establecimiento al que corresponda el aviso, y que está saliente cuando sobresale de la fachada propia del establecimiento o local, aprobada en la licencia de construcción, o en el acto de reconocimiento. En los casos en que el inmueble no cuente con licencia de construcción ni con acto de reconocimiento, el aviso no podrá sobrepasar la altura de la cubierta de la fachada.

8.2.- Respecto del literal d) del artículo 8 del Decreto Distrital 959 de 2000 que prohíbe instalar avisos adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso, se considera que hay antepecho del segundo piso cuando éste cuente con ventanas. En los casos en que el segundo piso no tenga ventanas, o cuando estén a una altura superior al cincuenta por ciento (50%) del espacio existente entre la placa del segundo piso y la del tercer piso o la cubierta, el antepecho se tomará sin superar el cuarenta por ciento (40%) de la altura existente entre la placa del segundo piso y la cubierta o la placa del tercer piso.

Esta disposición no se aplicará a los centros comerciales ni a las grandes superficies comerciales cuando cualquiera de las anteriores sea de carácter metropolitano y el área construida de ventas sea igual o superior a seis mil metros cuadrados (6,000 M²). En estos casos, podrán instalar sus avisos sin sobrepasar la cubierta de la construcción. Tampoco se aplicará a los teatros, cines y museos, siempre que el anuncio se despliegue como un hecho gráfico de factura plástica y que se refiera al evento que se presenta en su interior, ni a los hoteles de cinco (5) pisos o más, que se ubiquen en vías de la malla arterial principal, en cuyo caso se podrá establecer el aviso en letras de molde de modo vertical y horizontal, sin luz interior y adosadas a la fachada.

ARTÍCULO 9. RESPONSABILIDAD SOLIDARIA EN MATERIA DE AVISOS:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 9º del Decreto Distrital 959 de 2000, son responsables solidarios ante el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente, por el incumplimiento de las normas sobre avisos, quien elabora el aviso, el anunciante y el propietario del establecimiento o predio, quienes se harán acreedores solidarios de las sanciones previstas en la ley.

CAPITULO TERCERO

VALLAS

ARTÍCULO 10. CONDICIONES PARA LA INSTALACIÓN DE VALLAS: La instalación de vallas en el Distrito Capital se sujetará a las siguientes reglas:

10.1.- Para los efectos del artículo 11 del Decreto Distrital 959 de 2000, sobre las vías V-0, V-1 y V-2, las vallas no podrán instalarse en zonas residenciales netas.

10.2.- Conforme a lo dispuesto en el numeral 9 del artículo 515 del Decreto Distrital 619 de 2000, hasta tanto se expida la reglamentación sobre usos y tratamientos, la distancia mínima entre vallas será de ciento sesenta (160) metros en vías con tramo de actividad y de trescientos veinte (320) metros en

vías sin tramos de actividad, los cuales se contarán entre vallas con registro del DAMA, para ser instaladas en un mismo sentido y costado vehicular.

10.3.- Cuando se encuentren vallas en el mismo costado vehicular formando con sus caras no expuestas un ángulo superior a noventa grados (90°), se entiende que las vallas están instaladas en un mismo sentido vehicular, por lo cual el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente - DAMA- ordenará el desmonte de la valla que tenga el registro más reciente. En todo caso solo se permite hasta dos (2) vallas contiguas, conforme lo dispuesto en el artículo 4 literal a de la ley 140 de 1994.

10.4.- Una vez se expida la reglamentación del Plan de Ordenamiento Territorial, en ningún caso se podrán instalar vallas en un mismo sentido y costado vehicular con distancia inferior a 160 metros.

10.5.- La publicidad exterior visual en vehículos automotores prevista en el literal e) del artículo 11 y en el artículo 15 del Decreto 959 de 2000, deberá registrarse ante el DAMA y sujetarse a las siguientes reglas:

10.5.1.- Vallas en vehículos de transporte público: Los vehículos de transporte público de pasajeros, tales como taxis, buses, busetas y colectivos, que utilicen combustibles exceptuados del control de emisiones contaminantes, o cuya edad sea inferior a 5 años con referencia al año modelo, podrán portar vallas en las capotas, siempre y cuando se instalen sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integren visualmente al elemento portante, en forma paralela a los costados del vehículo y que su tamaño no supere el cincuenta por ciento (50%) del área de la capota, ni tenga una altura superior a sesenta (60) centímetros.

10.5.2.- Publicidad en otros vehículos: De conformidad con el literal e) del artículo quinto del Acuerdo Distrital No. 12 de 2000, se prohíbe montar, fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos, salvo aquella que sirva para anunciar productos o servicios en desarrollo del objeto social principal de la empresa que utiliza el vehículo para el transporte o distribución de los productos o la prestación de sus servicios. En ningún caso se podrá instalar publicidad exterior visual simultáneamente en el techo y en los costados del respectivo vehículo ni afectando simultáneamente más de dos caras o laterales.

Siendo la publicidad exterior visual en el Distrito Capital, el objeto de los Acuerdos 01 de 1998 y 12 de 2000, así como del decreto 959 del 2000, el servicio de publicidad exterior visual no puede ser ofrecido mediante uso de vehículos habilitados para ese fin principal".

Los vehículos para los cuales se solicite el registro de publicidad exterior visual deberán utilizar carrocerías aprobadas por el Ministerio de Transporte, según el uso para el cual se destinen.

10.6.- En toda obra de construcción, remodelación, adecuación o ampliación legalmente autorizada por las autoridades competentes y con frente a cualquier

vía, solo se podrán instalar dos vallas, siempre y cuando no estén en un mismo sentido y costado vehicular. Las vallas podrán instalarse una vez quede en firme la licencia de construcción para anunciar el proyecto, y para anunciar ventas desde la fecha en que se expida el permiso de ventas por parte de las autoridades competentes; para el caso de preventas mediante fiducia, a partir de la radicación de documentos ante la Subdirección de Control de Vivienda del DAMA. Las vallas deberán retirarse dentro de los quince (15) días siguientes a la finalización de la obra. Estas vallas se deben ubicar dentro del predio en que se realiza la obra, y deben contener la información establecida para las vallas de obra de que trata el artículo 27 del Decreto Nacional 1052 de 1998, ubicada en la parte inferior de la valla en una medida o área no inferior a un octavo (1/8) de la valla, y en todo caso no menor de dos metros cuadrados (2 M²).

El área de la valla en ningún caso podrá superar 48 metros cuadrados, y en todo caso deberá ser inferior al diez por ciento (10%) del área de la fachada de la obra aprobada sobre el costado respectivo en que se instala la valla.

10.7.- La prohibición para la instalación de vallas no cubre a los avisos separados de fachada.

10.8.- Los medios informativos electrónicos, cuando se instalen en propiedad privada se registrarán por las normas aplicables a vallas o avisos, según sea el caso. Cuando se instalen en el espacio público, se registrarán por las normas aplicables a los informadores electrónicos.

10.9.- Está prohibida la instalación de vallas en los predios e inmuebles ubicados al costado oriental de la línea determinada en el parágrafo del artículo 11 del Decreto Distrital 959 de 2000, la cual se entiende determinada por los ejes de las vías mencionadas en dicha norma.

10.10.- Cuando un inmueble tenga un aviso separado de fachada y una valla entre dichos elementos deberá existir una distancia mínima de ochenta (80) metros, salvo que no publiciten en un mismo sentido y costado vehicular o que el aviso separado de fachada tenga un área inferior a ocho (8) metros cuadrados.

10.11.- Solo se podrá instalar vallas en los inmuebles que tengan frente sobre las vías autorizadas por las normas vigentes.

CAPITULO CUARTO.

PASACALLES, PASAVIAS Y PENDONES

ARTÍCULO 11. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS PASACALLES O PASAVÍAS y PENDONES: En la aplicación de los artículos 19 y 20 del Decreto Distrital 959 de 2000, se tendrán en cuenta las siguientes disposiciones:

11.1.- La instalación de pendones se podrá permitir solo para anunciar el desarrollo de eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos y deportivos esporádicos, eventuales o temporales.

Los pendones podrán instalarse dentro de las setenta y dos (72) horas anteriores al comienzo del evento, o una vez iniciado; estos elementos podrán permanecer instalados por el tiempo de duración del evento que se anuncia, debiendo ser desmontados dentro de las veinticuatro (24) después de terminado el mismo. En todos los casos los pendones deberán guardar una distancia mínima de doscientos metros (200 MTS) entre sí.

Cuando el evento que se anuncia mediante pendones se desarrolla en el espacio público con autorización de la Secretaría de Gobierno Distrital, en dicho espacio público se podrán instalar los pendones respectivos a una distancia inferior a los doscientos metros (200mts) entre sí, disminuyendo en proporción a la misma la publicidad del patrocinador.

11.2.- La instalación de pasacalles o pasavías se podrá permitir para anunciar el desarrollo de eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos y deportivos esporádicos, eventuales o temporales, y también para la promoción de comportamientos cívicos.

Los pasacalles o pasavías podrán instalarse dentro de las setenta y dos (72) horas anteriores al comienzo del evento, o una vez iniciado; estos elementos podrán permanecer instalados por el tiempo de duración del evento que se anuncia, debiendo ser desmontados dentro de las veinticuatro (24) después de terminado el mismo. En todos los casos los pasacalles o pasavías deberán guardar una distancia mínima de trescientos metros (300 MTS) entre sí.

11.3.- La instalación de pasacalles o pasavías y pendones que anuncien la modificación o restricción al flujo vehicular o al sentido de las vías, por entidades públicas competentes o sus contratistas, se rige por las normas de señalización vial y no requerirán de registro ante el DAMA.

Parágrafo: Los elementos de ornato público instalados en el espacio público por las Entidades Públicas con autorización de la Secretaría de Gobierno Distrital, cuando incluyan pendones o pasacalles, podrán instalarse a una distancia inferior a la señalada para este tipo de elementos, disminuyendo en proporción a la misma la publicidad del patrocinador.

CAPITULO QUINTO

OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 12. MURALES ARTÍSTICOS PINTADOS SOBRE TELA: Conforme a lo dispuesto en el artículo 29 del Decreto 959 de 2000 acerca de la posibilidad de implementar innovaciones tecnológicas a los actuales elementos de publicidad exterior visual, la pintura de los murales artísticos de que trata el artículo 25 del Decreto Distrital 959 de 2000, se podrá hacer sobre telas que se

adosen sobre los muros de las culatas de la edificaciones y muros de cerramiento, siempre y cuando no reproduzca fotografías.

ARTÍCULO 13. GLOBOS ANCLADOS, ELEMENTOS INFLABLES, MANIQUIES, COLOMBINAS O SIMILARES: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 30 del Decreto Distrital 959 de 2000, el registro de éste tipo de publicidad se hará ante el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente – DAMA- según la reglamentación que expida dicho Departamento para el efecto.

El plazo de setenta y dos (72) horas de que trata el artículo 27 del Decreto Distrital 959 de 2000, se otorgará a cada establecimiento de comercio cada tres (3) meses, y se podrán fraccionar en periodos máximos de doce (12) horas.

ARTÍCULO 14. RESPONSABILIDAD POR LA INSTALACIÓN DE OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL: Para los efectos de los artículos 31 y 32 del Decreto Distrital 959 de 2000, los anunciantes son responsables ante el Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente, por el incumplimiento de las normas aplicables a otras formas de publicidad exterior visual.

CAPITULO SEXTO

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 15. CONTENIDO DE LOS MENSAJES: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 34 del Decreto Distrital 959 de 2000, no están permitidas prácticas o mensajes que atenten contra la moral y las buenas costumbres o que induzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

ARTÍCULO 16. VIGENCIA Y DEROGATORIA: El presente decreto rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Dado en Bogotá D.C., a los treinta (30) días de diciembre de 2003.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

ANTANAS MOCKUS SIVICKAS

ALCALDE MAYOR

JULIA MIRANDA LONDOÑO

DIRECTORA

Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente - DAMA

Nota: Publicado en el Registro Distrital 3017 de diciembre 30 de 2003

DECRETO Y LEY 140 PUBLICIDAD EXTERIOR DAMA

DECRETO No 959

“Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá”

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, DISTRITO CAPITAL, en uso de sus facultades legales, en especial las conferidas por el artículo 38 del Decreto Ley 1421 de 1993 y el artículo décimo sexto del Acuerdo Distrital 12 de 2000.

DECRETA:

ARTÍCULO PRIMERO: Este Decreto compila las normas del Acuerdo 12 de 2000, que conforman la reglamentación vigente en materia de publicidad exterior visual en el Distrito Capital de Bogotá, según facultad otorgada por el Concejo Distrital en el artículo décimo sexto del Acuerdo Distrital 12 de 2000. Para efectos metodológicos, se señalan en cada caso, los artículos del Acuerdo 01 de 1998 que han sido modificados por el Acuerdo 12 de 2000.

La reglamentación en materia de Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá, será la siguiente:

Titulo I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º: Objeto: El presente Acuerdo tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en Bogotá D.C., en consonancia, con los Derechos a la Comunicación, al medio ambiente sano, la protección de la integridad del espacio público y la seguridad vial. Como objetivos específicos determinar la forma, procedimiento y ubicación de la Publicidad Exterior Visual, indicando a la vez las zonas en las que esta permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.

Artículo 2º: Campo de Aplicación: Se entiende por Publicidad Exterior Visual el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, que se destine a llamar la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo. Tales medios pueden ser vallas, avisos, tableros electrónicos, pasacalles, pendones, colombinas, carteleras, mogadores, globos, y otros similares.

Aún conservando las características atrás anotadas, no se entenderá como Publicidad Exterior Visual las señales viales, la nomenclatura y la información

sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural o institucional de la ciudad, siempre que las señales sean puestas con la autorización de la Administración Distrital.

Titulo II

AMOBAMIEN TO URBANO.

Artículo 3°: Elementos: Para los efectos del presente Acuerdo se entiende por Mobiliario Urbano el conjunto de elementos colocados a instancias de la administración para el servicio, uso y disfrute del Público y que hacen parte del medio ambiente urbano y del espacio público de la ciudad. Así como también los que ofrecen información, orientación y mejores condiciones de seguridad, tranquilidad e higiene.

Son elementos de Amoblamiento Urbano, entre otros los siguientes:

DE COMUNICACIÓN: las cabinas telefónicas, los buzones;

DE INFORMACIÓN: la nomenclatura, la señalización, las carteleras locales, los mogadores, las identificaciones arquitectónicas o urbanas;

DE ORGANIZACIÓN: las señales de tránsito, los semáforos, los paraderos, los bolardos, los transformadores eléctricos, las cajas de teléfonos, las tapas de las alcantarillas;

DE AMBIENTACIÓN: el alumbrado público, las bancas, asientos y materas, los objetos decorativos, los monumentos y esculturas;

DE RECREACIÓN: los juegos y aparatos de pasatiempo de propiedad pública;

DE SERVICIOS VARIOS: las casetas de expendio de dulces, revistas flores y otros;

DE SALUD E HIGIENE: los baños, y los objetos recolectores de basura;

DE SEGURIDAD: los hidrantes, barandas, cerramientos;

Los que se autoricen en los contratos de concesión para el mantenimiento del espacio público.

Parágrafo 1o : la Entidad Oficial que instale o autorice Elementos de Mobiliario Urbano, será responsable, directamente o a través de terceros del mantenimiento y perfecta conservación de los mismos.

Artículo 4°: el Alcalde Mayor en los términos establecidos en el estatuto de contratación pública, podrá autorizar la colocación de elementos de mobiliario urbano con publicidad exterior visual en los términos establecidos en la Ley 140 de 1994 y en el presente Acuerdo.

Artículo 5°: Prohibiciones: No podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los siguientes sitios:

- a) En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas distritales y la ley 9 de 1989, o con las normas que lo modifiquen, completamente o sustituyan.

- b) En las zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos y de la Publicidad Exterior Visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
- c) (Modificado por el artículo 1° de Acuerdo 12 de 2000). En los sectores residenciales especiales, salvo que se trate de avisos adosados a la pared de establecimientos comerciales, los cuales en los sectores antes señalados, no podrán tener iluminación. Esta prohibición no se aplicará sobre ejes de actividad múltiple ni aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno.
- d) En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y presentación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma.
- e) En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aún cuando sean removibles.
- f) Sobre vías principales y metropolitanas, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasavía o en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.

Titulo III

CARACTERÍSTICAS PARTICULARES Y CONDICIONES PARA FIJACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL.

CAPÍTULO I

Artículo 6°: (Modificado por el artículo 2° del Acuerdo 12 de 2000). Definición: entiéndase por aviso conforme al numeral 3 del artículo 13 del código de comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

Parágrafo: no serán considerados como avisos aquellos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público.

Artículo 7°: (Modificado por el artículo 3° del Acuerdo 12 de 2000). Ubicación: los avisos deberán reunir las siguientes características:

- a) Solo podrá existir un aviso por fachada de establecimiento, salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autoriza uno por cada uno de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos

establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este artículo.

- b) Los avisos no podrán exceder el 30% de área de la fachada del respectivo establecimiento.
- c) Cuando en una misma edificación se desarrolle varias actividades comerciales estas se anuncian observando los requerimientos de este acuerdo. Cuando en la misma edificación existan establecimientos de comercio con fachadas hacia la vía pública cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada observando las limitaciones anteriores.
- d) Las estaciones para el expendio de combustible y los establecimientos de comerciales con área de parqueo superior a 2.500 m² podrán colocar un aviso comercial separado de la fachada, dentro del perímetro del predio, siempre y cuando no anuncie en mismo un sentido visual del que se encuentre en la fachada del establecimiento comercial ni se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de sesión tipo A, andenes, calzadas de vías y donde este acuerdo lo prohíbe. En este caso, la altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y la superficie no podrá ser superior a 15 metros cuadrados.
- e) Los edificios de oficinas ubicados sobre ejes de actividad múltiple que tengan más de cinco pisos podrán tener su propia identificación la cual podrá estar ubicada en sus cubierta o en la parte superior de la fachada.
- f) En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos se permitirá que estos cuenten con sus respectivos avisos, los cuales se consideran para todos los efectos avisos distintos de aquellos que corresponden a los establecimientos de comercio ubicados en el inmueble. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30 % del área del frente cajero.

Parágrafo primero: El aviso separado de la fachada referido en le literal d) será considerado como valla, en consecuencia deberá efectuarse su registro ante el DAMA.

Parágrafo segundo: La junta de patrimonio histórico reglamentará en un plazo de seis (6) meses, a partir de la vigencia del presente acuerdo, las características del aviso en las zonas históricas de la ciudad.

Artículo 8°: No está permitido colocar aviso bajo las siguientes condiciones:

- a) Los avisos volados o salientes de la fachada.
- b) Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos.
- c) Los pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación.
- d) Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso.

Artículo 9°: (Modificado por el artículo 4 del acuerdo 12 de 2000).
Responsables: son responsables por el incumplimiento de lo que aquí se reglamenta la persona natural o jurídica que elabore el aviso, el anunciante y el propietario del establecimiento o previo que coloque el aviso sin el

cumplimiento de los requisitos quienes se harán acreedores a las sanciones establecidas en este acuerdo.

CAPÍTULO II

VALLAS

Artículo 10°: Definición: Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual se integra física, visual, arquitectónica, y estructuralmente al elemento que lo soporta

Artículo 11°: (Modificado por artículo 5° del Acuerdo 12 de 2000). Ubicación: Las vallas en el distrito capital podrán ubicarse en los inmuebles ubicados en vías tipo V-0 y V-1, V-2, en ancho mínimo de 40 metros.

Sobre vías V-0 y V-1 las vallas no podrán instalarse en zonas residenciales especiales.

Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) Distancia: la distancia mínima entre vallas será de 160 metros en vías con tramos de actividad y de 320 metros en vías sin tramos de actividad.
- b) Dimensiones vallas de estructura tubular: la altura máxima será de 24 metros, el área de la valla no podrá tener más de 48 metros, cuadrados y no podrá sobresalir del límite del inmueble.
- c) Dimensiones vallas de estructura convencional: el área de valla no podrá tener más de 48 metros cuadrados y podrá instalarse en culatas (sin exceder el 70 % del área de la misma), en las cubiertas de edificios la valla no podrá sobresalir los costados de la edificación que la soporta.
- d) Medios informativos electrónicos: En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o sistema de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto o servicio con propósito comercial alguno. El área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quien patrocine la colocación de tableros electrónicos tendrán derechos hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10%.
- e) En vehículos automotores: sé prohíbe fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos salvo la que anuncia producto o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa que utiliza el vehículo para el transporte o locomoción de los productos o la prestación de servicios. Lo anterior no aplica para vehículo de transporte público que utilice combustibles exceptuados del control de emisiones contaminantes o de un edad inferior a 5 años con referencia al año modelo, siempre y

cuando no contravéngalas normas de tránsito de igual o superior jerarquía y en las condiciones que se señalan a continuación:

En las capotas de los vehículos autorizase la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de forma tal que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere a sesenta centímetros.

En los costados laterales y posterior de buses de servicio público con no más de 10 años de antigüedad de su año modelo original, se podrá pintar publicidad visual siempre y cuando se haga en pintura resistente a la intemperie y no reflectora. En todos los casos la publicidad deberá estar impresa y ocupar un área no superior al 15% de la superficie del lado donde se instale.

En todo caso, aquellos vehículos que a la fecha de publicación del presente acuerdo cuenten con el correspondiente registro ante el DAMA para portar publicidad exterior móvil, contarán con un año de plazo desde la fecha de otorgamiento del citado registro, para convertirse a combustibles exceptuados de control de emisiones contaminantes o para desinstalar dicha publicidad.

Parágrafo: igualmente prohíbese su instalación en la zona ubicada al costado oriental de la línea determinada por las siguientes vías: AV séptima desde el límite norte del distrito Calle 246, siguiendo por la Cra. Séptima y su continuación por la Cra Sexta hasta la calle 34 sur, siguiendo por esta hasta la Diagonal 36 sur avenida Ciudad de Villavicencio. Se exceptúa de esta prohibición las vallas que anuncien obras de construcción, remodelación, adecuación o ampliación.

Artículo 12°: Prohibición: En ningún caso, las vallas podrán tener un área superior a 48 M2 en lotes sin construir, ni podrán utilizar pintura o materiales reflectivos.

Artículo 13°: (Modificado por el artículo 6° de acuerdo 12 de 2000). Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.

En todo caso el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las leyes 142 y 143 de 1994 o aquellas que reglamenten, modifiquen o sustituyan.

Artículo 14°: Vallas Institucionales: Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Se regirán por lo previsto en este Acuerdo y sólo por excepción podrán utilizarse en el espacio público adyacente a la obra en desarrollo. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e

higiene o comportamientos cívicos. El área máxima será de 18 M2. Se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos.

Artículo 15°: Vallas en vehículos automotores: Son aquellas que se han fijado o adherido en vehículos automotores, siempre y cuando no contravengan las normas de tránsito de igual o superior jerarquía y en las condiciones que se señalan a continuación.

En las capotas de los vehículos autorizase la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de tal forma que se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el 50% del área de la capota, ni tenga una altura superior a sesenta (60) centímetros.

En los costados laterales y posterior de los vehículos automotores, se podrá colocar publicidad visual, siempre y cuando se instale en materiales resistentes a la intemperie, los cuales en ningún caso podrán superar en más de un (1) centímetro de espesor la carrocería del vehículo. (Ver literal e) del artículo 11 del presente texto).

Artículo 16°: (Modificado por el artículo 7° del Acuerdo 12 de 2000). Responsables: Para los efectos de lo señalado en este acuerdo, será responsable por el incumplimiento de lo que aquí se reglamenta el propietario de la estructura en la que se anuncia, el propietario del establecimiento y el propietario del inmueble o vehículo.

Parágrafo: el propietario de inmueble o vehículo y el anunciante de la valla serán responsables en caso de no identificarse al propietario de la estructura.

CAPITULO III

PASACALLES O PASAVIAS Y PENDONES.

Artículo 17°: Definición: Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos. Estos anuncios serán registrados ante el Alcalde Local. No podrán contener mensajes comerciales o de patrocinador en un área superior al veinticinco (25%) por ciento del tamaño total del pasacalle o pendón. Estos podrán colocarse por un tiempo no superior a 72 horas antes del evento y durante el desarrollo del mismo.

Artículo 18°: Retiro o Desmante: Los pasacalles y los pendones registrados deberán ser desmontados por quien hizo el registro dentro de las siguientes veinticuatro (24) horas después de terminado el evento o actividad.

Artículo 19°: Características Generales de los Pendones: Deberán cumplir las siguientes condiciones:

- 1). Elaborados en tela o similares o pegados en la parte superior e inferior a una reglilla de madera.
- 2). Se permitirá la colocación de pendones en las vías públicas para los siguientes eventos: cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos y deportivos.
- 3). Entre uno y otro deberá existir una distancias mínima de 200 mts.

Artículo 20°: Características Generales de los Pasacalles o Pasavías: deberán cumplir las siguientes condiciones:

- 1). Deberán ser elaborados en telas o materiales similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire;
- 2). Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de trescientos (300) mts;
- 3). Deberán estar instalados a una altura única de cinco (5) mts. Con relación al nivel de la calzada;
- 4). Podrán contener mensajes publicitarios siempre y cuando estos no sobrepasen del (25%) del área del elemento; y

Parágrafo: Se permitirá su instalación únicamente sobre ejes de tratamiento de carácter zonal y local.

Artículo 21°: Responsables: son responsables por el incumplimiento de lo que aquí se dispone, el que registra o en su defecto el anunciante.

CAPITULO IV

CARTELERAS LOCALES Y MOGADORES.

-

-

Artículo 22°: Definición: Entiéndase por carteleras locales las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles, El Distrito proveerá las carteleras locales. Se entiende por mogador la estructura ubicada por las autoridades Distritales o autorizadas por éstas en el espacio con el fin de que ella se adosen carteles o afiches.

Artículos 23°: Ubicación: El Departamento Administrativo de Planeación Distrital definirá las condiciones generales para la ubicación de carteleras locales y mogadores.

Parágrafo: los propietarios podrán solicitar que en su predio o en el espacio público contiguo sea colocada una cartelera local o un mogador.

Artículo 24°: Esta prohibido colocar carteles locales y mogadores en los siguientes lugares:

- a) En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;
- b) En los lugares y áreas descritos en las prohibiciones generales del presente Acuerdo.

Parágrafo: Sólo se podrá fijar carteles o afiches en las carteleras locales y en los mogadores. Quienes en perjuicio de lo aquí establecido fijen carteles o afiches en otros sitios, serán sancionados de conformidad con lo dispuesto en el Artículo treinta y uno y dos (31 y 32) de este Acuerdo.

CAPITULO V

OTRAS FORMAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL.

-

-

Artículo 25°: Murales Artísticos: Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno; en todo caso requieren el correspondiente registro por parte del DAMA. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes. Quien patrocine la colocación de murales artísticos tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios en un área no mayor al 10% sobre la misma superficie, ni mayor a 48 Mts².

Parágrafo: Esta prohibido pintar anuncios publicitarios sobre los muros, las culatas de los edificios, y los muros de cerramiento, de lotes sin desarrollo.

Artículo 26°: Publicidad aérea: Este tipo de publicidad incluye los globos libres y los dirigibles con publicidad exterior visual, así como los aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior. En ningún caso será permitido arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Distrito Capital. Lo anterior se regirá de conformidad a las normas que en esta materia tenga previsto la Aeronáutica Civil.

Artículo 27°: Globos anclados, elementos inflables, maniqués, colombinas o similares: Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas en

este Acuerdo y serán registradas ante el Alcalde Local correspondiente, por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre las vías.

Artículo 28°: No está permitido colocar las anteriores formas de publicidad exterior en los siguientes sitios además de los ya mencionados en las restricciones el Artículo 5° de este Acuerdo:

- a) Sobre vías o zonas de carácter paisajístico;
- b) En puentes peatonales, vehiculares, separados de vías y en las fachadas de las edificaciones;
- c) Sobre los elementos naturales como árboles, rocas y similares;
- d) Sobre luminarias de parques, plazoletas, vías peatonales, zonas verdes, elementos del sistema hídrico u orográfico y similares.

Artículo 29°: No se podrá colocar publicidad exterior visual diferente a la establecida en el presente Acuerdo. No obstante, se podrá implementar las innovaciones tecnológicas a los actuales elementos de publicidad exterior visual.

TITULO VI

MECANISMOS DE CONTROL Y SANCIONES.

-
-

CAPITULO I

REGISTRO, INFRACCIONES Y OTRAS DISPOSICIONES.

-
-

Artículo 30°: (Modificado por el artículo 8° del Acuerdo 12 de 2000).
Registro: El responsable de la publicidad deberá registrarla a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles anteriores a su colocación, ante el DAMA quien reglamentará y supervisará el cumplimiento de lo previsto en el presente acuerdo.

Este registro será público. Para efectos del mismo el responsable o su representante legal deberá aportar por escrito y mantener actualizados los siguientes datos:

- a) **Tipo de publicidad y su ubicación.**
- b) Identificación del anunciante, NIT y demás datos para su colaboración.
- c) Identificación del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documentos de identidad, NIT, teléfono y demás datos para su localización.
- d) Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción de los textos que en ella aparecen.

Cualquier cambio de la información de los literales a), b) y c) deberá ser avisados dentro de los tres (3) días siguientes a la entidad responsable de llevar el registro quien es responsable de su actualización. Para efectos sancionatorios, la no actualización de la información equivale al no registro.

Para dar cumplimiento a lo anterior el DAMA deberá crear un formato único de registro y llevar un sistema de información que haga posible conocer las condiciones en que se encuentra la publicidad exterior visual en relación con sus obligaciones frente al distrito.

Artículo 31°: (Modificado por el artículo 9° del Acuerdo 12 de 2000).

Sanciones: Sin perjuicio de las acciones populares establecidas en la constitución y la ley, cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitios prohibidos por la ley y este acuerdo o, en condiciones no autorizadas por éstos cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación ante la autoridad competente. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5° del Código Contencioso Administrativo. De igual manera sin perjuicio del ejercicio de la Acción Popular, la entidad competente podrá iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la publicidad exterior visual se ajusta a la ley.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada y si no ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por este acuerdo se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario deberá ordenar que se remueva o modifique la publicidad exterior visual que no se ajuste a las condiciones de este acuerdo tan pronto tenga conocimiento de la infracción cuando esta sea manifiesta o para evitar o remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público.

En casos anteriores, la decisión debe adoptarse y notificarse dentro de los diez (10) días hábiles al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación indicando los recursos que admite el Código Contencioso Administrativo para agotar la vía gubernativa. Si la decisión consiste en ordenar la remoción de la publicidad exterior visual, el funcionario fijará un plazo no mayor de tres (3) días hábiles para que el responsable de la publicidad, si es conocido, la remueva o la modifique. Vencido este plazo, ordenará que las autoridades de policía las remuevan a costa del infractor.

Cuando la publicidad exterior visual se encuentre registrada y no se encuentre dentro de los eventos previstos en el inciso tercero de este artículo, el alcalde, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes de la recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, debe promover las acciones procedentes ante la jurisdicción competente para solicitar la remoción o modificación de la publicidad. En estos casos se acompañan a su escrito copia auténtica dentro del registro de la publicidad.

Parágrafo: Las vallas, avisos, pasacalles y demás formas de publicidad exterior visual que sean removidas y no reclamadas por el propietario dentro de los cinco (5) días siguientes de la fecha de ejecutoría de la resolución que ordena la remoción podrán ser donadas por la administración a un establecimiento de asistencia social de naturaleza pública o destruirlas.

Artículo 32°: (modificado por el artículo 10° del Acuerdo de 2000). Multas: Los infractores se este acuerdo incurrirán en multas de uno y medio $1 \frac{1}{2}$ a diez (10) salarios mínimos legales mensuales según la gravedad de la contravención y el desmonte del respectivo elemento de publicidad si fuese el caso. El infractor tendrá un plazo de diez días para acatar la orden; en caso de desacato por parte del infractor a dicha sanción, la autoridad competente podrá multar nuevamente en las mismas condiciones establecidas en el presente Acuerdo.

Quien instale publicidad exterior visual en propiedad privada, sin el consentimiento del propietario, poseedor o tenedor, deberá retirarla en el término de veinticuatro (24) horas después de recibida la respectiva notificación.

El Departamento Administrativo del Medio Ambiente DAMA, de conformidad con su competencia, podrá imponer al infractor de las normas de este Acuerdo, las sanciones y medidas preventivas previstas en el artículo 85 de la Ley 99 de 1993 y ordenar la pérdida de cupo si la gravedad de la infracción lo amerita.

Parágrafo: Los dineros recaudados por concepto de sanciones serán destinados para programas de mitigación, control de la contaminación visual y reparación de los daños causados por el incumplimiento.

Artículo 33°: (Modificado por le artículo 11° del Acuerdo 12 de 2000). El funcionario que actúe contraviniendo lo establecido en el presente acuerdo incurrirá en causal de mala conducta.

TITULO V

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 34°: Contenido de los mensajes: No estarán permitidas prácticas atentatorias contra la moral y las buenas costumbres o que induzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

Artículo 35°: Cuando la publicidad exterior visual se haga sobre vallas, en su parte inferior derecha deberá incluir el número de registro, en forma visible y legible desde el espacio público.

Artículo 36°: En las áreas deportivas, culturales, educativas y residenciales, sólo podrá publicitarse de los respectivos productos.

Artículo 37°: Licencias vigentes: Las licencias y autorizaciones vigentes antes de ser expedido este Acuerdo conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento.

Parágrafo 1°: En caso de no haberse señalado plazo en la licencia o permiso concebido a la publicidad exterior visual, tal permiso o licencia perderá su validez doce (12) meses después de la entrada en vigencia de este Acuerdo.

Parágrafo 2°: La publicidad exterior visual que no cuente con ningún tipo de licencia o permiso deberá ser registrada dentro de un plazo no mayor a seis (6) meses a solicitud del anunciante. Las solicitudes de registro se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este Acuerdo, vencido este plazo la publicidad visual que no este registrada se le aplicará la sanción establecida en el artículo 32° de esta disposición.

Artículo 38°: Desmonte de vallas: En el proceso de desmonte de vallas, tendrá prelación para permanecer en el respectivo lugar, la valla con el registro o licencia más antiguo que se encuentre de conformidad con la normas vigentes al momento de su instalación.

Artículo 39°: Publicidad política: Lo concerniente a la Publicidad Política se regirá por la normas legales vigentes y por lo establecido en el presente Acuerdo.

Artículo 40°: Vigencia y Derogatorias: El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial las contenidas en los Derechos Distritales 514 de 1986 y 551 de 1991.

Artículo 41°: (Artículo 12° del Acuerdo 12 de 2000): la publicidad exterior visual es un medio masiva de comunicación reconocido por la constitución política y regulado de manera específica por la Ley 140 de 1994, que la determina como una actividad libre previo el cumplimiento de ciertos requisitos previamente establecidos.

Artículo 42°: (Artículo 13° del Acuerdo 12 de 2000): Los elementos que se encuentran con alguna autorización podrán ser trasladados siempre y cuando cumplan con las condiciones previstas en el presente acuerdo y previo aviso de 15 días al DAMA.

Artículo 43°: (Artículo 14° del Acuerdo 12 de 2000): Transitorio: Se congela en el Distrito Capital la instalación de nuevas vallas por un término de 2 años contados a partir de la entrada en vigencia del presente acuerdo.

Las vallas instaladas al momento de la firma del presente acuerdo, que cumplan la distancia de 160 metros en el mismo sentido y costado vehicular y que hayan solicitado registro ante el DAMA tendrán prelación para permanecer instaladas teniendo en cuenta el registro o licencia más antiguo que se encuentre de conformidad con las normas vigentes en el momento de su instalación.

Artículo 44°: (Artículo 15° del Acuerdo 12 de 2000): Dos años después de la entrada en vigencia de este acuerdo se entenderá derogados todos los registros y/o permisos de publicidad exterior visual anteriores al mismo, en concordancia con lo establecido en el artículo anterior.

Por tanto, antes del vencimiento de este término deberán tramitarse ante el DAMA los nuevos registros de las vallas que cumplan con los registros establecidos en el presente Acuerdo.

Artículo 45°: (Artículo 16° del Acuerdo 12 de 2000): Facúltese al señor Alcalde Mayor de la ciudad, para que en un plazo de tres (3) meses, mediante decreto Distrital agrupe en un solo texto el Acuerdo número 01 de 1998 y el presente acuerdo.

Artículo 46°: (Artículo 16° del Acuerdo 12 de 2000): Vigencia: El presente acuerdo rige a partir de su sanción. Las demás normas del acuerdo 01 de 1998 continúan vigentes.

ARTÍCULO SEGUNDO: Este Decreto rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

Dado en Bogotá, D.C a los 01 NOV. 2000

ENRIQUE PEÑALOSA

Alcalde mayor

LEY 140 DEL 23 DE JUNIO DE 1994

Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

Artículo 1: Campo de aplicación. La presente Ley establece las condiciones en que puede realizarse Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30 % del tamaño del respectivo mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las

expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza.

Artículo 2: Objetivos. La presente Ley tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.

La Ley deberá interpretarse y aplicarse teniendo en cuenta los anteriores objetivos.

Artículo 3: Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

- a. En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9 de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades;
- b. Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales;
- c. Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7 y 9 del artículo 313 de la Constitución Nacional;
- d. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;
- e. Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.

Artículo 4: Condiciones de la Publicidad Exterior Visual en zonas urbanas y rurales. La Publicidad Exterior Visual que se coloque en las áreas urbanas de los municipios, distritos y también en los territorios indígenas, deberá reunir los siguientes requerimientos:

- a. Distancia: Podrán colocarse hasta dos vallas contiguas con la Publicidad Exterior Visual. La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano y territorio indígenas, podrá colocarse una valla cada 200 metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada 250 metros;
- b. Distancia de la vía: La Publicidad Exterior Visual en las zonas rurales deberán estar a una distancia mínima de quince metros lineales (15 mts/l) a partir del borde de la calzada. La ubicación de la Publicidad Exterior Visual en las zonas urbanas la regularán los Concejos Municipales;
- c. Dimensiones: Se podrá colocar Publicidad Exterior Visual, en terrazas, cubiertas y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.

La dimensión de la Publicidad Exterior Visual en lotes sin construir, no podrá ser superior a cuarenta y ocho metros cuadrados (48 mts.2).

Artículo 5: Condiciones de la publicidad que use servicios públicos. La Publicidad Exterior Visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago.

En ningún caso la Publicidad Exterior Visual puede obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios.

Artículo 6: Aviso de proximidad. Salvo en los lugares que prohíben los literales a) y b) del artículo 3, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en zonas rurales para advertir sobre la proximidad de un lugar o establecimiento.

Dicha publicidad sólo podrá colocarse al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación del tránsito en dos (2) lugares diferentes dentro del kilómetro anterior al establecimiento. Los avisos deberán tener un tamaño máximo de cuatro metros cuadrados (4 mts.2) y no podrán ubicarse a una distancia inferior a quince metros (15 mts/l.), contados a partir del borde de la calzada más cercana al aviso.

No podrá colocarse publicidad indicativa de proximidad de lugares o establecimientos obstaculizando la visibilidad de señalización vial y de nomenclatura e informativa.

Artículo 7: Mantenimiento. A toda Publicidad Exterior Visual deberá dársele adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Los Alcaldes deberán efectuar revisiones periódicas para que toda publicidad que se encuentre colocada en el territorio de su jurisdicción dé estricto cumplimiento a esta obligación.

Artículo 8: Declarado inexecutable mediante sentencia C-535 de 1996 de la Corte Constitucional. Duración. La Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones previstas en la ley podrá permanecer instalada en forma indefinida.

Artículo 9: Contenido. La Publicidad Exterior Visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres, o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

En la Publicidad Exterior Visual no podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional. Igualmente se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos. Toda publicidad debe contener el nombre y el teléfono del propietario de la Publicidad Exterior Visual.

Artículo 10: Declarado inexecutable mediante sentencia C-535 de 1996 de la Corte Constitucional. Libertad de ejercicio y principio de legalidad. La colocación de Publicidad Exterior Visual en los lugares donde no está prohibida, es libre y por consiguiente no requiere sino el cumplimiento de las condiciones establecidas autorizadas por la presente Ley.

Ninguna autoridad podrá exigir la obtención de permisos o licencias previas para su colocación. Tampoco podrá impedir la colocación u ordenar la remoción de la Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones previstas en la ley.

Artículo 11: Registro. A más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la Publicidad Exterior Visual, deberá registrarse dicha colocación ante el Alcalde del Municipio, Distrito o territorio indígena respectivo o ante la autoridad en quien está delegada tal función.

Las autoridades municipales, distritales y de los territorios indígenas abrirán un registro de colocación de Publicidad Exterior Visual, que será público.

Para efectos del registro, el propietario de la Publicidad Exterior Visual o su representante legal deberá aportar por escrito y mantener actualizados sus datos en el registro la siguiente información:

1. Nombre de la Publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, Nit, y demás datos necesarios para su localización.

2. Nombre del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documento de identidad, Nit, teléfono y demás datos para su localización.

3. Ilustración o fotografías de la Publicidad Exterior Visual y transcripción de los textos que en ella aparecen. El propietario de la Publicidad Exterior Visual también deberá registrar las modificaciones que se le introduzcan posteriormente. Se presumirá que la Publicidad Exterior Visual fue colocada en su ubicación de registro, en el orden en que aparezca registrada.

Las personas que coloquen publicidad distinta a la prevista en la presente Ley y que no la registren en los términos del presente artículo, incurrirán en las multas que para el efecto señalen las autoridades municipales, distritales y de los territorios indígenas, en desarrollo de lo previsto en el artículo 13 de la presente Ley.

Artículo 12: Remoción o modificación de la Publicidad Exterior Visual. Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el artículo 8 de la Ley 9 de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido por la ley o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la Alcaldía Municipal o Distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5 del Decreto 01 de 1984 (Código Contencioso Administrativo).

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, los Alcaldes podrán iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la Publicidad Exterior Visual se ajusta a la Ley.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada de conformidad con el artículo anterior y si no se ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario debe ordenar que se remueva o modifique la Publicidad Exterior Visual que no se ajuste a las condiciones legales, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta o para evitar o para remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público.

En los casos anteriores, la decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en ordenar la remoción o modificación de una Publicidad Exterior Visual, el funcionario fijará un plazo no mayor de tres (3) días

hábiles para que el responsable de la publicidad, si es conocido la remueva o la modifique. Vencido este plazo, ordenará que las autoridades de policía la remuevan a costa del infractor.

Cuando la Publicidad Exterior Visual se encuentre registrada y no se trate de los eventos previstos en el inciso tercero de este artículo, el Alcalde, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, debe promover acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la publicidad. En estos casos acompañará a su escrito copia auténtica del registro de la publicidad.

Parágrafo: En las entidades territoriales indígenas los Consejos de Gobierno respectivos o la autoridad que haga sus veces, serán los responsables del cumplimiento de las funciones que se asignan a las Alcaldías Distritales y Municipales en el presente artículo.

Artículo 13: Sanciones. La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la Publicidad Exterior Visual colocada en lugares prohibidos, incurrirá en una multa por un valor de uno y medio (1. 1/2) a diez (10) salarios mínimos mensuales, atendida la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores. En caso de no poder ubicar al propietario de la Publicidad Exterior Visual, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios, etc. o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad.

Dicha sanción la aplicará el Alcalde. Las resoluciones así emitidas y en firme prestarán mérito ejecutivo.

Parágrafo: Quien instale Publicidad Exterior Visual en propiedad privada, contrariando lo dispuesto en el literal d) del artículo 3 de la presente Ley, debe retirarla en el término de 24 horas después de recibida la notificación que hará el Alcalde.

Artículo 14: Impuestos. Autorízase a los Concejos Municipales, Distritales y de las entidades territoriales indígenas que se creen, para que a partir del año calendario siguiente al de entrada en vigencia de la presente Ley, adecuen el impuesto autorizado por las Leyes 97 de 1913 y 84 de 1915, al cual se refieren la Ley 14 de 1983, el Decreto Ley 1333 de 1986 y la Ley 75 de 1986 de suerte que también cubra la colocación de toda Publicidad Exterior Visual, definida de conformidad con la presente Ley. En ningún caso, la suma total de impuestos que ocasione cada valla podrá superar el monto equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales por año.

Las autoridades municipales tomarán las medidas necesarias para que los funcionarios encargados del cobro y recaudo del impuesto reciban los nombres y número de Nit de las personas que aparezcan en el registro de Publicidad Exterior Visual de que trata el artículo 12 de la presente Ley.

Artículo 15: Toda valla instalada en el territorio nacional cuya publicidad que por mandato de la ley requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y cívico, no podrá ser superior a 10 % del área total de la valla. La Publicidad Exterior Visual de que trata la presente Ley son aquellas que tienen una dimensión igual o superior a 8 metros cuadrados.

No estarán obligadas a lo dispuesto en este artículo las vallas de propiedad de: La Nación, los Departamentos, el Distrito Capital, los Municipios, organismos oficiales, excepto las empresas industriales y comerciales del Estado y las de

economía mixta, de todo orden, las entidades de beneficencia o de socorro y la Publicidad Exterior Visual de partidos, movimientos políticos y candidatos, durante las campañas electorales.

Artículo 16: Disposiciones transitorias. La Publicidad Exterior Visual cuya colocación hubiese sido autorizada antes de la entrada en vigencia de la presente Ley, podrá seguir colocada durante el plazo concedido por la licencia o permiso respectivo y en las condiciones autorizadas por éstos. Vencido este plazo o en el término de seis meses, contados a partir de la vigencia de la presente Ley, en caso de que no se le hubiese señalado plazo en la licencia o permiso, debe ajustarse a las disposiciones aquí señaladas.

Artículo 17: Vigencia. La presente Ley entra en vigencia a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias. El Gobierno Nacional debe publicar íntegramente las leyes modificadas o reformadas parcialmente por la presente Ley, incorporándoles las modificaciones de que hayan sido objeto.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en Santa Fe de Bogotá D.C., a los 23 días de junio de 1994.