

MANUAL
DE REGULACIÓN PARA LA
COMUNICACIÓN
VISUAL EXTERIOR EN
BUCARAMANGA



Introducción

4

Publicidad Exterior Visual

6

Conceptos Básicos

Contaminación Visual En Bucaramanga.

Artículos De La Ley 140/1994 Que Se Deben Tener En Cuenta Para La Comunicación Visual Exterior

Las claves para que su aviso quede en regla

Marco Ambiental

17

El Impacto ambiental

Las Medidas de mitigación

Las Medidas de prevención

Causas de la contaminación visual

Consecuencias de la contaminación visual

Registro fotográfico

CONTENIDO

LEY 140 DE 1994
31

APLICACION ILUSTRADA DE NORMATIVIDAD
DEL DECRETO No. 089 DE 2005 de BUCARAMANGA

53

TITULO I
disposiciones generales
definición y campo de aplicación

TITULO II
tipos de publicidad exterior visual
CAPÍTULO I
publicidad exterior visual estática
CAPÍTULO II
publicidad exterior visual móvil
CAPÍTULO III
publicidad exterior visual aérea

TITULO III
permiso y registro de publicidad exterior visual

TÍTULO IV
desmante de publicidad exterior visual no
autorizada y procedimiento administrativo
sancionatorio

TÍTULO V
disposiciones finales

Introducción

El entorno social que envuelve al ser humano, requiere de unos parámetros de interrelación con los otros, para ello, se han utilizado varios procesos comunicativos que van desde el habla, la escritura, el cuerpo y por ende las imágenes que representan su cotidianidad. Tales aspectos, han ido llevándose con el tiempo a la mínima expresión de contenido, pues con las nuevas tecnologías y las herramientas publicitarias se han manipulado nuevas expresiones de comunicación visual que logran captar y persuadir más rápido a la sociedad.

El hombre del siglo XXI, vive en medio de la generación de diversos tipos de comunicación visual a su alrededor, entre estos los mensajes publicitarios, que son precisamente los que invaden la armonía arquitectónica de las ciudades para convertirla en recortes comerciales antiestéticos. Todo esto, ha llevado al hombre a una toma de conciencia sobre los efectos negativos que esto le produce y se ha logrado identificar a los "responsables contaminantes", que son principalmente los grandes fabricantes y los publicistas. Allí, inicia el proceso de la Contaminación Visual, que según varios autores la han identificado como aquellos elementos que ensucian nuestro espectro visual con un interés alarmante de rentabilidad económica a costa del terrible deterioro que se produce en la calidad de vida humana. Dicha problemática, no es ajena en Bucaramanga, por tal razón se

hace necesario buscar las causas determinantes de la contaminación visual en la ciudad y determinar unos parámetros de prevención para atacar la misma.

El problema se manifiesta principalmente a través de carteles, vallas, pendones, pasacalles, entre otros, que invaden hasta los rincones más inaccesibles, de todos los colores y formas imaginables, constituyendo potenciales riesgos para los ciudadanos y principalmente, para los automovilistas. Dichas piezas gráficas producen diversos trastornos: “en primer lugar, alteran el paisaje natural de la ciudad y deterioran su imagen, que queda escondida entre luces de neón y ofertas de productos variados (carteles pendones) además, sobre estimulan a quien los percibe, que se ve sumergido en un mar de anuncios de todo tipo. Y por último, pero lo más importante en cuanto a la seguridad, es que reducen la atención de los automovilistas y favorecen la posibilidad de accidentes de tránsito. La lógica indica que esos carteles son puestos para ser leídos por los automovilistas, y su lectura obliga a restarle atención al manejo”. El peligro se multiplica cuando ello ocurre en una vía rápida, sobre todo cuando en las arterias donde, debido al alto grado de circulación vehicular, y por lo tanto, de potenciales consumidores, tienden a proliferar los nocivos anuncios publicitarios.

Conceptos Básicos

Publicidad exterior visual:

Es 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.

Contaminación visual :

es el cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos. También debe tenerse en cuenta, como expresión de la contaminación visual, la gran cantidad de cables, provenientes de empresas de telefonía, transmisión de datos, televisión por cable, etc. que se multiplican día a día por sobre las cabezas de los habitantes de los centros urbanos.

Avisos:

Son elementos que se utilizan como anuncio o propaganda con fines profesionales, culturales, comerciales o turísticos que son visibles desde la vía pública, adosados a la fachada.

Vallas:

Se entiende 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.

Pasacalles y Pendones:

Son formas de publicidad exterior visual que sirven para anunciar de manera temporal, actividades o eventos cívicos, institucionales, culturales, artísticos y políticos.

Afiches:

Se entiende por o afiches los a anuncios publicitarios en papel que se pegan en las carteleras o mogadores.

Carteles:

Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves.

Programa: Contaminación Visual En Bucaramanga.

1. Las Vallas Publicitarias: Por medio de este programa se mide el valor absoluto del número de vallas publicitarias ilegales que se desmontan, M2 de murales desmontados, m2 de muro en espacio público recuperado, Número de vallas dentro del perímetro urbano, y Vehículos con publicidad exterior sin permiso, estos registros se obtienen de operativos realizados por la autoridad ambiental, en este caso la Secretaría de Salud y del Medio Ambiente y la Secretaría de Gobierno Municipal.

2. Se intensifican operativos para controlar contaminación visual en vehículos: Intensos operativos adelanta la Secretaría de Salud y Ambiente de Bucaramanga, para controlar la contaminación visual en vehículos de transporte tipo carga, taxi y busetas

Según el reporte entregado por el coordinador del programa, Ulises Vargas Pérea, se requirieron 7 vehículos que incumplían el Decreto 089 del 2005, el cual establece que en los vehículos tipo carga, sólo se pueden adherir avisos en los costados de la carpa, carrocerías de estaca o láminas metálicas de los furgones y contenedores.

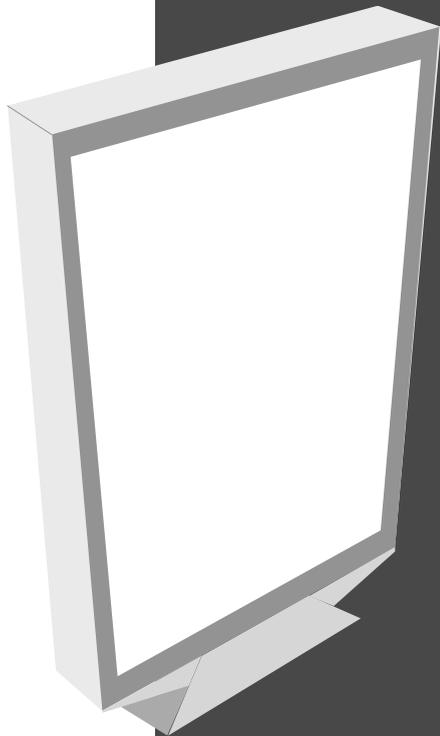


En cuanto a los vehículos tipo automóvil de servicio público se podrá instalar publicidad exterior visual en los costados debajo de los vidrios, en una proporción máxima del 50 por ciento de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los colores originales del vehículo registrado en la licencia de tránsito.

El permiso se expide por año y será solicitado por las autoridades que realizan los operativos, quienes darán plazo de 24 horas para hacer la respectiva legalización, so pena de ser sancionados por la inspección de salud.

Artículos De La Ley 140/1994 Que Se Deben Tener En Cuenta Para La Comunicación Visual Exterior.

La normatividad colombiana ha instaurado una serie de parámetros e indicadores para establecer el uso adecuado de la comunicación visual exterior en cualquier parte del territorio nacional. A continuación se muestra la temática principal de cada artículo a la hora de elaborar las diferentes piezas publicitarias que elabora cada empresa u organización .



Art. 1 CAMPO DE APLICACIÓN

(condiciones en que se pueden realizar la Púb. Exterior).

Art. 3 LUGARES DE UBICACIÓN

(Se podrá colocar P.E.V en todos los lugares del territorio nacional salvo a los siguientes.

NO. En áreas que constituyen espacio publico de conformidad con las normas municipales / distritales

SI. Para colocarse PEV en recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos

SI. Paraderos de vehículos de transporte público

NO. Dentro de los 200 mts de distancia de los bienes declarados monumentos nacional.

NO. Donde se prohíban los consejos municipales y distritales conforme a lo numerales 7° y 9° del artículo 313 de la constitución nacional.

NO. En la propiedad privada sin consentimiento del propietario o poseedor.

NO. Sobre la infraestructura, como: postes de redes eléctricas, puentes, torres, etc.

CONDICIONES DE LA P.E.V. EN ZONAS URBANAS. *Art. 4.*

DISTANCIA: Podrán colocarse 2 vallas contiguas con P.E.V. con una distancia no menos de 80 m.

DIMENSIONES: Se podrá colocar P.E.V. en terrazas cubiertas y culatas de inmuebles siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.
La dimensión de la P.E.V. en lotes sin construir no podrá ser mayor a 48 metros cuadrados.

CONDICIONES DE LA PUBLICIDAD QUE USE SERVICIOS PUBLICOS: *Art. 5.*

Deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso, y pago en ningún caso la P.E.V puede obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación, de los servicios públicos domiciliarios.

Art. 7.

Toda P.E.V deberá dársele adecuado mantenimiento de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro.

Art. 8.

- La P.E.V que cumpla con las condiciones previstas en la ley podrá permanecer en forma indefinida.

Art. 9.

- La P.E.V no podrán contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral y las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

- En la P.E.V no podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que atenten contra el debido respeto a las figuras o símbolos consagrados en la historia nacional.

- Se prohíben las que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades.

- Toda P.E.V debe contener el nombre y teléfono del propietario de la publicidad.

Art. 10.

La colocación de la P.E.V en los lugares donde no están prohibidos, es LIBRE y por lo tanto no requiere sino del cumplimiento de las condiciones establecidas, autorizadas por la ley.

REGISTRO Art. 11.

- A más tardar dentro de los tres días hábiles siguientes a la colocación de la P.E.V deberá registrarse dicha colocación ante el alcalde del municipio.

1. Nombre de la publicidad, junto su dirección, documento de identidad, Nit. Y demás datos necesarios para su colaboración.

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

3. Ilustración o fotografías de la P.E.V y transcripción de los textos que en ella aparece, las personas que coloquen publicidad distinta a la prevista a la presente ley y que no la registren en los términos del presente artículo incurrirán en multas que para el efecto señalen las autoridades municipales.

Las claves para que su aviso quede en regla

Extractos del decreto 089 de 2005

- 1.** Los avisos de identificación de los establecimientos de comercio no podrán exceder el 30% del área de fachada del respectivo establecimiento.
- 2.** No se permite la publicidad visual en un rango de 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales y en las zonas históricas, áreas de patrimonio paisajístico, edificios o sedes de entidades públicas y embajadas.
- 3.** Toda publicidad debe contener el nombre y el teléfono del dueño o propietario.
- 4.** No se permitirá actividad publicitaria que utilice a persona o personas en movimiento, con la única finalidad de ser soporte material del mensaje.
- 5.** Los avisos comerciales sólo podrán elaborarse en madera, aluminio, hierro, bronce, porcelana, piedra de canteras, acrílicos u otros elementos resistentes a la intemperie.

Hasta \$4 millones de multa.

Cualquier tipo de anuncio en lugares prohibidos, ya sea hecho por persona natural o jurídica, incurre en una multa cuyo valor oscila entre los uno y medio salarios mínimos mensuales vigentes y diez salarios mínimos mensuales, es decir, entre \$650.560 y \$4'377.000.

El valor se fija de acuerdo con la gravedad de la falta y las condiciones de los infractores.

Tenga en cuenta que la norma permite que en caso de no ubicarse al dueño del aviso, la multa podrá aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios, etc. o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad. Las sanciones las aplica la Secretaría de Gobierno Municipal.

El uso de la acción popular

En el artículo 44 del decreto 089 de 2005 se establece la acción popular como el mecanismo para iniciar el desmonte de la publicidad exterior visual que viole lo señalado en el decreto.

Este contempla que “cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitio prohibido por la ley o por este decreto, o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación al Municipio, por intermedio de la Inspección de Salud y Aseo de la Secretaría de Gobierno. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito” .



MARCO AMBIENTAL

La contaminación visual debe ser considerada definitivamente como un tema ambiental, y se debe legislar en concordancia. Se debe tomar conciencia de que no se trata solamente de intervenir sobre medidas y proporciones de carteles. El estado debe tener una política ambiental global con reglas claras y precisas cuya finalidad sea una mejor calidad de vida para todos. Así como la degradación es voluntaria y producida por el hombre también debe ser controlada y modificada por él. Por tal razón, los tres grandes aspectos que inciden en el proceso de control de los agentes contaminantes en la comunicación visual exterior son:

- 1. El Impacto ambiental.** Cualquier alteración en el sistema ambiental físico, químico, biológico, cultural y socioeconómico que pueda ser atribuido a actividades humanas relacionadas con las necesidades de un proyecto.
- 2. Las Medidas de mitigación.** Son acciones dirigidas a minimizar los impactos y efectos negativos de un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente.
- 3. Las Medidas de prevención.** Son acciones encaminadas a evitar los impactos y efectos negativos que pueda generar un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente.

Causas de la contaminación visual.

- Excesos de avisos publicitarios e informativos (luminosos o no) en forma de carteles en vías.
- Exceso de avisos publicitarios e informativos de programas en general por televisión.
- Nuevas edificaciones o distorsiones en paisajes naturales que ahuyentan a los animales.
- Basurales que malogran el paisaje y pueden alejar el turismo.

Consecuencias de la contaminación visual.

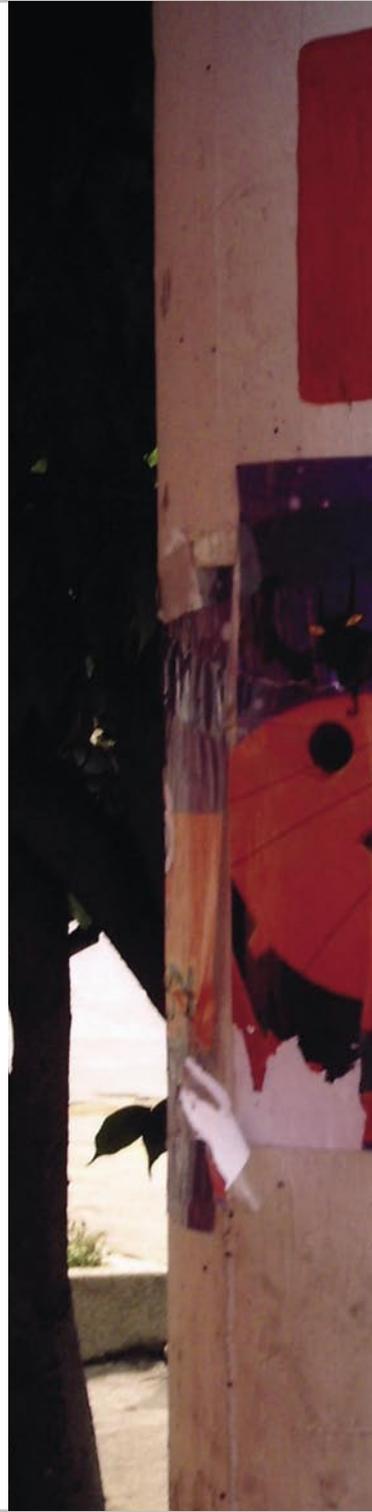
- Estrés.
- Dolor de cabeza.
- Distracciones peligrosas (especialmente cuando conduce un vehículo).
- Problemas ecológicos (se alejan algunas especies y se rompe el equilibrio ecológico).

Calle 36 con Cra 15
foto (Javier Hurtado)



Registro Fotográfico

Calle 9 con Cra 25
foto (Javier Hurtado)





Cra 15 con Calle 36
foto (Javier Hurtado)

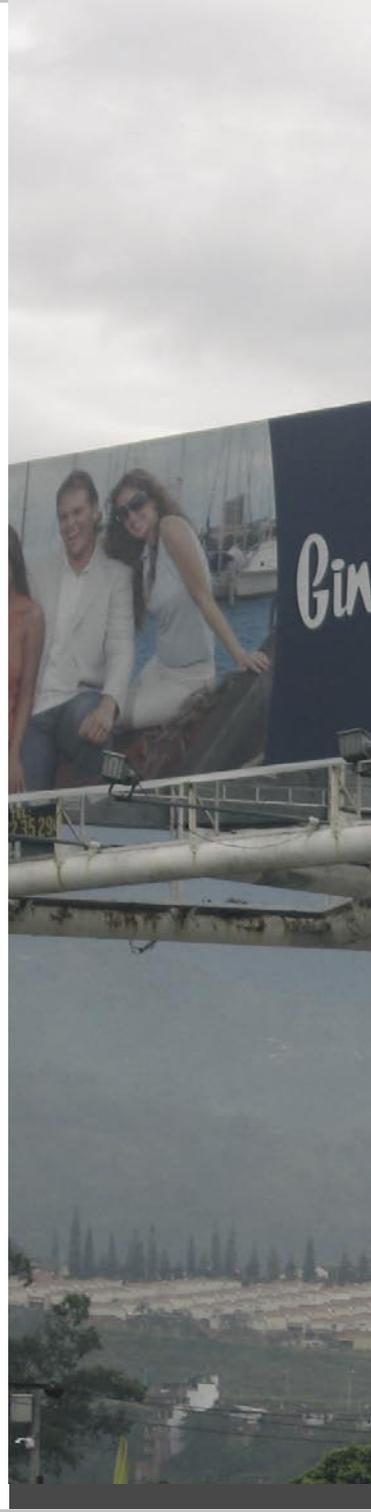
Calle 9 con Cra 23
foto (Javier Hurtado)





Cra 15 con Calle 61
Puerta del Sol
foto (Javier Hurtado)

Intercambiador
Puerta del Sol
Sector Conucos
foto (Javier Hurtado)





Cra 27 con Calle 48
foto (Javier Hurtado)

Puerta del Sol
foto (Javier Hurtado)





Av Quebradaseca
con Cra 24
foto (Javier Hurtado)

Intercambiador
Puerta del Sol
foto (Javier Hurtado)



Cra 27 con
calle 42
foto (Javier Hurtado)



LEY 140 DE 1994

Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1o. 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.

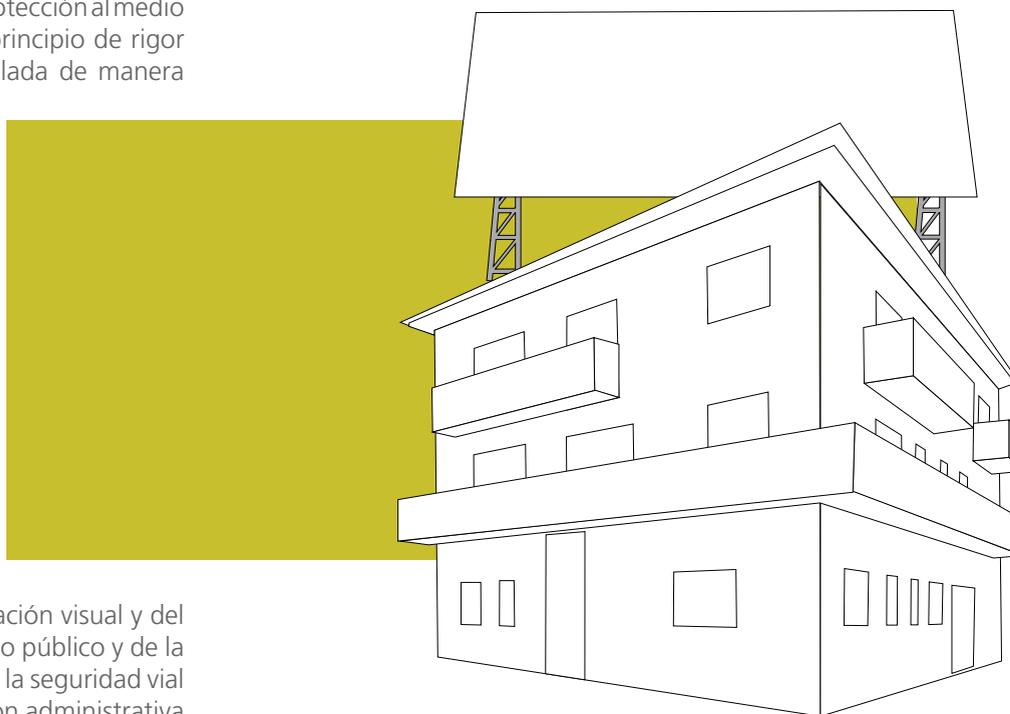
No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas 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.

“en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”

Artículo 2o. 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 3o. 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 territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9a. 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 7o. y 9o. 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.

“ en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”

Artículo 4o. 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 siguientes al límite urbano y territorios 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 mts²).

Artículo 5o. 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 6o. Aviso de proximidad. Salvo en los lugares que prohíben los literales a) y b) del artículo 3o., 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 mts²) 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.

“ en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”

Artículo 7o. 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 8o. Duración. La Publicidad Exterior Visual que cumpla con las condiciones previstas en la ley podrá permanecer instalada en forma indefinida.

Artículo 9o. 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 teléfono del propietario de la Publicidad Exterior Visual.

Artículo 10. Libertad de ejercicio y principio de legalidad. La colocación de la Publicidad Exterior Visual en los lugares donde no está prohibida, es libre y por consiguiente no requiere si no del 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.

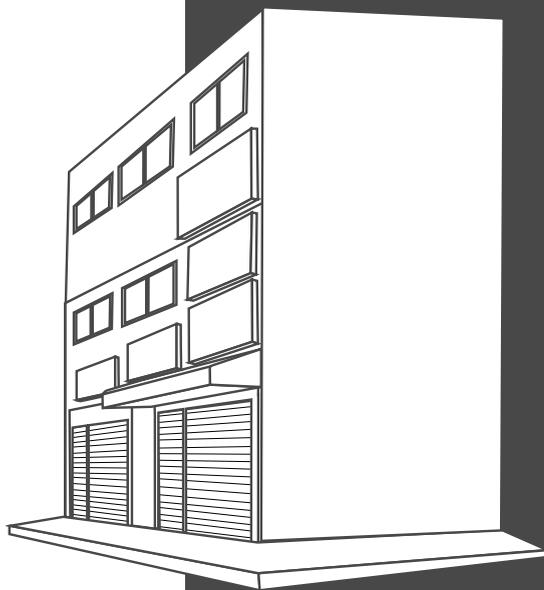
Se presumirá que la Publicidad Exterior Visual fue colocada en su ubicación de registro, en el orden en que aparezca registrada.

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 señale las autoridades municipales, distritales y de los territorios indígenas, en desarrollo de lo previsto en el artículo 13 de la presente Ley.

“ en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”

Artículo 12. Remoción o modificación de la Publicidad Exterior Visual. Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 105 del Código Civil y el artículo 8o. de la Ley 9a. 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 5o. 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.

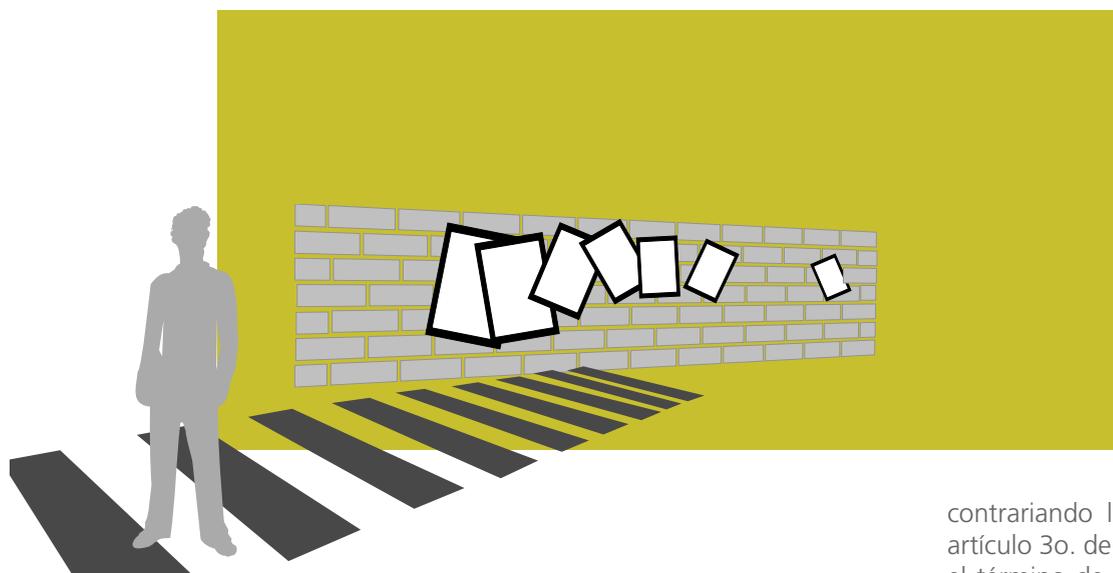
En los casos anteriores, la decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación. Si la decisión consiste en ordenar la remoción o modificación de una Publicidad Exterior Visual, el funcionario fijará un plazo no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

“...en el entendido de que las acciones previstas por esa norma pueden ser ejercidas contra toda publicidad exterior visual que desconozca no sólo las regulaciones legales sino también las de los concejos y autoridades indígenas en la materia, y que estas acciones son una legislación nacional básica para garantizar la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectar el medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más amplia por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”



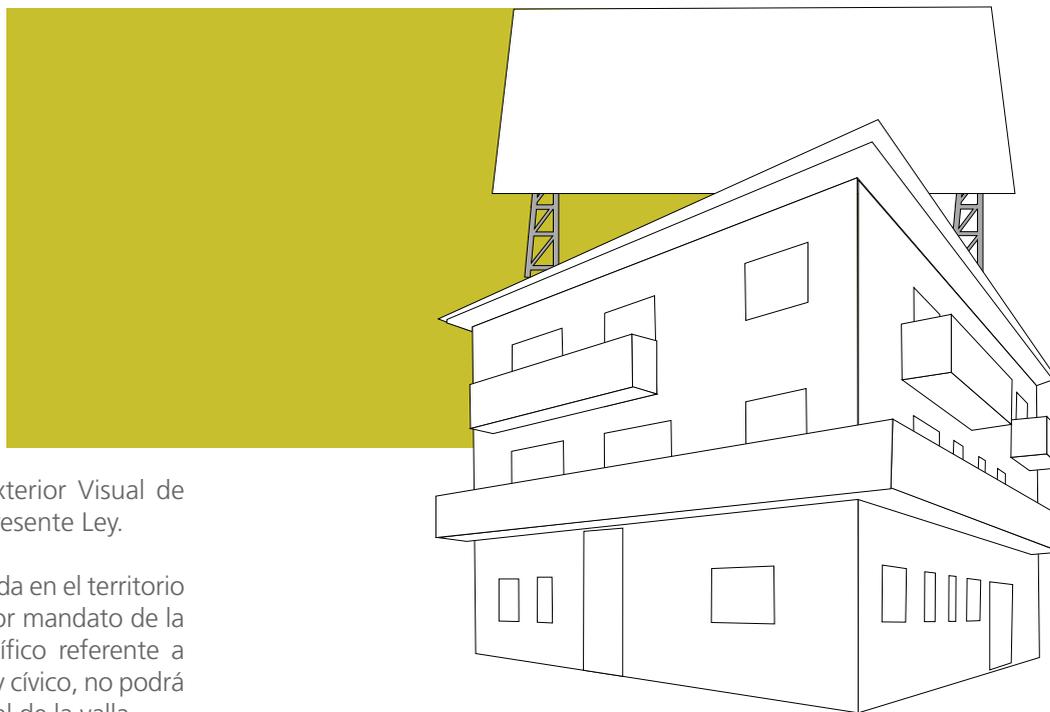
Artículo 13. Sanciones. La persona natural o jurídica que anuncie cualquier mensaje por medio de la Publicidad Exterior Visual colocada en lugares prohibidos, incurrirá en una multa por un valor de uno y medio (1. 1/2) a diez (10) salarios mínimos mensuales, atendida la gravedad de la falta y las condiciones 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 3o. 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 del 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.

“ en el entendido de que se trata de una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta.”

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.



Av Quebradaseca
con Cra 24
foto (Javier Hurtado)

DECRETO No. 089 DE 2005 (JULIO 8)

“Por el cual se adopta la reglamentación de la publicidad exterior visual, para el Municipio de Bucaramanga”.

EL ALCALDE DE BUCARAMANGA

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 313 numerales 7º y 9º de la Constitución Política, la Ley 140 de 1994, el artículo 60 del Acuerdo Municipal No. 046 de 2003.

CONSIDERANDO:

1. Que los numerales 7º y 9º, respectivamente, del artículo 313 de la Constitución Política, señalan que corresponde a los Concejos Municipales, “Reglamentar los usos del suelo...” y “Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio”.

2. Que la Ley 140 de de 1994, establece las condiciones en que puede realizarse publicidad exterior visual en el Territorio Nacional.

3. Que el Acuerdo Municipal No. 034 de 2000 por medio del cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga, en sus artículos 608 al 625, reglamentó lo relacionado con la Publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga.

4. Que el artículo 60 del Acuerdo Municipal No. 046 de 2003, estableció: “Hasta tanto se adopte la nueva reglamentación en materia de publicidad exterior visual se continuará aplicando transitoriamente los artículos 608 a 625 del acuerdo 034 de 2000”.

Igualmente señaló el párrafo de dicha norma, que “La Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, en coordinación con la Oficina Asesora de Planeación y la Defensoría del Espacio Público, serán las encargadas de formular la reglamentación sobre el tema de publicidad exterior visual, la cual será adoptada por el Alcalde Municipal mediante decreto”.

5. Que la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Salud y Medio Ambiente y la Defensoría del Espacio Público, en coordinación con la Oficina Asesora de Planeación, previo estudio de las modalidades, ubicación, prohibiciones y limitaciones, características y condiciones, registro y procedimiento administrativo sancionatorio de la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, formularon al alcalde el proyecto de reglamentación sobre la materia.

6. Que se hace necesario que el Alcalde Municipal adopte mediante Decreto la reglamentación sobre el tema de publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga.

DECRETA:

TITULO I

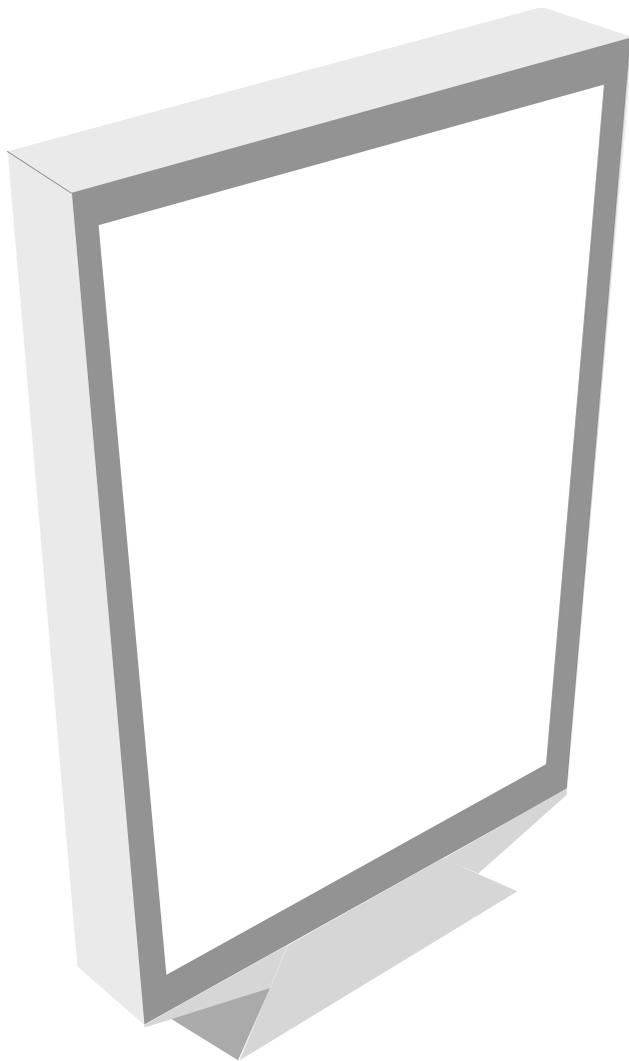
DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1º. DEFINICION Y CAMPO DE APLICACION.

El presente decreto establece las condiciones en que se puede realizar la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga. 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.

No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente decreto, 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. Se consideran pinturas o murales



artísticos, las que con carácter decorativo y con motivos artísticos, se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. No obstante lo anterior, podrán incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza, siempre y cuando éstos no ocupen más del 10% de su tamaño. Igualmente, requerirán del correspondiente concepto de impacto ambiental y ecológico, emitido por la Secretaría de Salud y Medio Ambiente y del registro por parte la Secretaría de Gobierno Municipal. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir en murales diferentes.

ARTÍCULO 2º. OBJETIVOS. El presente decreto tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Bucaramanga, 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.

ARTÍCULO 3º. MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR. La publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, se podrá realizar a través de las siguientes modalidades:

1. Publicidad Estática.
2. Publicidad Móvil.
3. Publicidad Aérea.

ARTICULO 4º: COMPETENCIAS. Será competencia de la Secretaría de Gobierno Municipal, el adelantamiento de los procesos de selección, otorgamiento de permiso, registro, procedimiento sancionatorio de la publicidad exterior visual, y ordenar la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que no cumplan con la normatividad descrita en el presente decreto.

Corresponde a la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, la emisión de los conceptos técnicos ambientales y ecológicos previos al otorgamiento del respectivo permiso, la realización de las acciones a que haya lugar para la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que disponga la Secretaría de Gobierno, a través de la Inspección de Salud y Aseo. Así mismo, será de su cargo el control y vigilancia de lo regulado en el presente decreto, para lo cual realizará periódicamente inspecciones oculares, sin perjuicio de las acciones que por razón de su competencia correspondan al Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.



APLICACION ILUSTRADA DE NORMATIVIDAD DEL DECRETO No. 089 DE 2005 de BUCARAMANGA

(JULIO8) "Por el cual se adopta la reglamentación de la publicidad exterior visual, para el Municipio de Bucaramanga".

EI ALCALDE DE BUCARAMANGA

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por el artículo 313 numerales 7° y 9° de la Constitución Política, la Ley 140 de 1994, el artículo 60 del Acuerdo Municipal No. 046 de 2003.

CONSIDERANDO:

1. Que los numerales 7° y 9°, respectivamente, del artículo 313 de la Constitución Política, señalan que corresponde a los Concejos Municipales, "Reglamentar los usos del suelo..." y "Dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio".
2. Que la Ley 140 de de 1994, establece las condiciones en que puede realizarse publicidad exterior visual en el Territorio Nacional.
3. Que el Acuerdo Municipal No. 034 de 2000 por medio del cual se adoptó el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Bucaramanga, en sus artículos 608 al 625, reglamentó lo relacionado con la Publicidad exterior visual en el Municipio.

4. Que el artículo 60 del Acuerdo Municipal No. 046 de 2003, estableció: “Hasta tanto se adopte la nueva reglamentación en materia de publicidad exterior visual se continuará aplicando transitoriamente los artículos 608 a 625 del acuerdo 034 de 2000”. Igualmente señaló el parágrafo de dicha norma, que “La Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, en coordinación con la Oficina Asesora de Planeación y la Defensoría del Espacio Público, serán las encargadas de formular la reglamentación sobre el tema de publicidad exterior visual, la cual será adoptada por el Alcalde Municipal mediante decreto”.

5. Que la Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Salud y Medio Ambiente y la Defensoría del Espacio Público, en coordinación con la Oficina Asesora de Planeación, previo estudio de las modalidades, ubicación, prohibiciones y limitaciones, características y condiciones, registro y procedimiento administrativo sancionatorio de la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, formularon al alcalde el proyecto de reglamentación sobre la materia.

6. Que se hace necesario que el Alcalde Municipal adopte mediante Decreto la reglamentación sobre el tema de publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga.

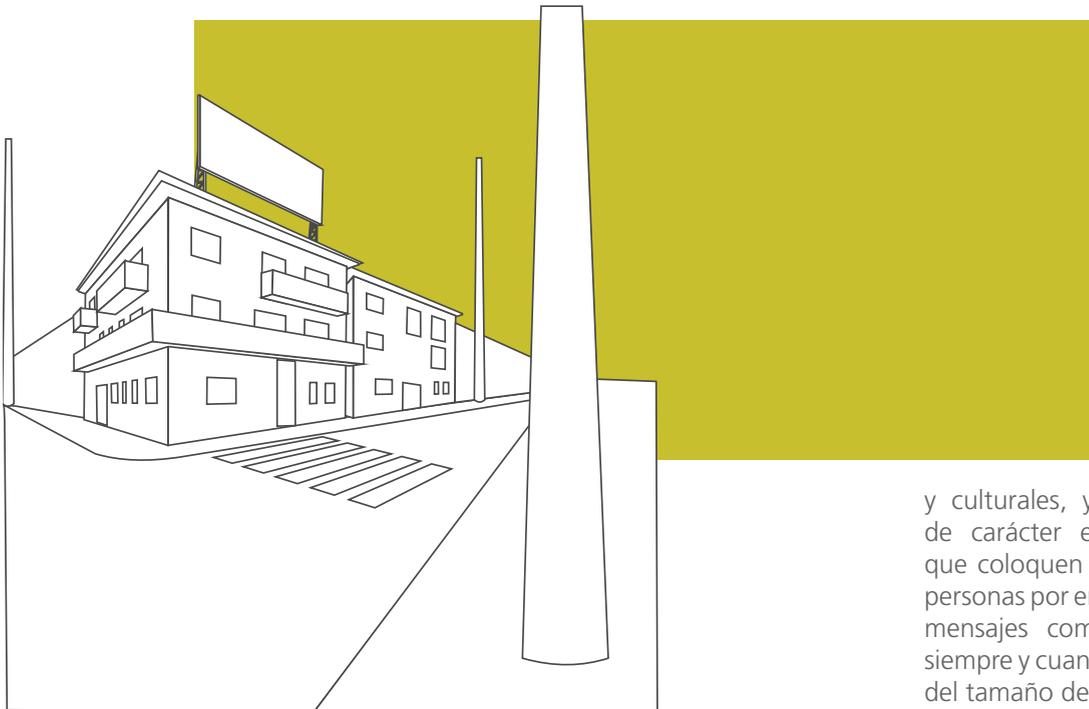
TITULO I

DECRETA DISPOSICIONES GENERALES DEFINICION Y CAMPO DE APLICACION.

ARTÍCULO 1º

El presente decreto establece las condiciones en que se puede realizar la publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga. 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.

No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente decreto, 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. Se consideran pinturas o murales artísticos, las que con carácter decorativo y con motivos artísticos, se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. No obstante lo anterior, podrán incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza, siempre y cuando éstos no ocupen más del 10% de su tamaño.

Igualmente, requerirán del correspondiente concepto de impacto ambiental y ecológico, emitido por la Secretaria de Salud y Medio Ambiente y del registro por parte la Secretaría de Gobierno Municipal. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir en murales diferentes.

ARTÍCULO 2°

OBJETIVOS: El presente decreto tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del Municipio de Bucaramanga, 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.

ARTÍCULO 3°

MODALIDADES DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

La publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, se podrá realizar a través de las siguientes modalidades:

1. Publicidad Estática.
2. Publicidad Móvil.
3. Publicidad Aérea.

ARTICULO 4°

COMPETENCIAS

Será competencia de la Secretaría de Gobierno Municipal, el adelantamiento de los procesos de selección, otorgamiento de permiso, registro, procedimiento sancionatorio de la publicidad exterior visual, y ordenar la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que no cumplan con la normatividad descrita en el presente decreto. Corresponde a la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, la emisión de los conceptos técnicos ambientales y ecológicos previos al otorgamiento del respectivo permiso, la realización de las acciones a que haya lugar para la remoción o desmonte de los elementos publicitarios que disponga la Secretaría de Gobierno, a través de la Inspección de Salud y Aseo. Así mismo, será de su cargo el control y vigilancia de lo regulado en el presente decreto, para lo cual realizará periódicamente inspecciones oculares, sin perjuicio de las acciones que por razón de su competencia correspondan al Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

Estará a cargo de la Secretaría de Hacienda Municipal la liquidación, recaudo y cobro coactivo del Impuesto de publicidad exterior visual, de acuerdo a la información que le suministre la Secretaría de Gobierno, conforme a los criterios y procedimientos señalados en el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995.

Por último, la Oficina Asesora de Planeación expedirá el concepto de viabilidad de localización y ubicación de las vallas publicitarias y avisos tipo colombina, previos a la expedición del respectivo permiso.

ARTÍCULO 5°

CONDICIONES GENERALES DE LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL.

La publicidad exterior visual en el Municipio de Bucaramanga, debe cumplir con las siguientes condiciones generales:

1. El material que se utilice para los elementos publicitarios debe ser resistente a la intemperie.
2. El ensamble debe realizarse sobre una estructura metálica u otro material estable, instalado con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza.



3. El elemento publicitario debe estar integrado física, ambiental, visual, arquitectónica y urbanísticamente al paisaje, respetando el medio ambiente existente y sus demás elementos constitutivos.

4. La instalación de elementos publicitarios, tendrá en cuenta las condiciones especiales de visibilidad y preservación del paisaje, además de las condiciones de seguridad física.

5. La publicidad exterior visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal, ni que atenten contra la constitución, las leyes, las normas departamentales o municipales, la moral, las buenas costumbres, o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

6. Los elementos publicitarios no podrán contener 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.

7. No se permitirá actividad publicitaria que utilice a persona o personas en movimiento, con la única finalidad de ser soporte material del

mensaje, anuncio o instrumento de captación o atención del público.

8. A toda publicidad exterior visual deberá dársele por parte del propietario de la estructura o elemento publicitario el adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro.

9. Toda publicidad debe contener el nombre y el teléfono del dueño o propietario de la publicidad exterior visual.

10. La publicidad exterior visual que no cumpla con los requisitos contenidos en el presente decreto, será removida de conformidad con el procedimiento que más adelante se señala.

11. No se permitirá la colocación de publicidad exterior visual a través de rótulos, carteles, placas o similares que por su forma, color, dibujo, inscripciones o mensajes, puedan inducir a confusión con señales reglamentarias de tráfico que impidan su visibilidad o produzcan deslumbramientos a los conductores de vehículos.

12. La persona natural o jurídica interesada en realizar un espectáculo privado o público en donde se exhiba publicidad exterior visual de carácter comercial, deberá acreditar previamente



ROTULOS O
PLACAS
SIMILARES



el permiso expedido por la Secretaría de Gobierno Municipal para tal fin. La Secretaría de Gobierno y la Secretaría de Salud y del Ambiente serán los entes encargados de efectuar la vigilancia y el control de dicha publicidad antes, durante y después del transcurso del evento.

ARTÍCULO 6°

LUGARES DE UBICACIÓN

Podrá colocarse publicidad exterior visual, previa autorización de la autoridad municipal competente, en todos los lugares del área urbana y rural del Municipio de Bucaramanga, salvo en los siguientes sitios:

1. En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con el Decreto 1504 de 1998, o en las normas que lo modifiquen, complementen o sustituyan. Sin embargo podrá colocarse publicidad exterior visual previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la normatividad vigente, en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos del amoblamiento urbano, de acuerdo con la reglamentación que se establezca en el Manual del Espacio Público y Elementos del Mobiliario Urbano o el documento que haga sus veces.

2. Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales y en las zonas históricas, áreas de patrimonio paisajístico, edificios o sedes de entidades públicas, embajadas, o establecimientos de comercio, salvo que se trate de los avisos que indiquen el nombre de las entidades, embajadas, establecimientos y lugares históricos, y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o espectáculos públicos en éstas áreas, siempre que cuenten con la debida autorización de la autoridad competente.

3. En las zonas de protección ambiental, zonas verdes, árboles, arbustos, parques y similares o en zonas de reservas naturales, hídricas y en aquellas zonas declaradas como de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas o publicidad exterior visual de tipo institucional que informen sobre el cuidado de éstas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma. Tampoco se podrá colocar publicidad exterior visual constituida de materiales combustibles en zonas forestales.



4. Donde lo prohíba el Concejo Municipal, conforme a los numerales 7° y 9° del artículo 313 de la Constitución Política.

5. En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor.

6. En las áreas de actividad residencial, salvo que se trate de avisos de identificación de establecimientos comerciales y dotacionales, adosados a la pared, los cuales podrán tener iluminación, cuando por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno.

7. Sobre los muros, las culatas de los edificios, y los muros de cerramiento, de lotes sin desarrollo.

8. Sobre infraestructuras, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y estructuras de servicios públicos.

9. En los pavimentos de las calzadas o aceras, en bordillos y en los terrenos adquiridos o cedidos para vías o espacios públicos, así como tampoco en elementos sustentados o apoyados en árboles, farolas, semáforos y otras instalaciones de servicio público, salvo para actividades de carácter cultural, deportivo o institucional previa autorización de la Secretaría de Gobierno Municipal.

10. En lugares en los que su colocación obstaculice o ponga en peligro el tránsito peatonal o comprometa el tránsito vehicular, y en aquellos sitios donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial informativa y de la nomenclatura urbana, aún cuando sean removibles.

11. En los establecimientos comerciales que no cuenten con el Registro de Industria y Comercio del Municipio de Bucaramanga, o no estén al día con los pagos de impuestos, multas o sanciones inherentes a la publicidad exterior visual o al impuesto predial del inmueble donde se vaya a colocar dicha publicidad.

TITULO II

TIPOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL CAPÍTULO I PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ESTÁTICA

ARTÍCULO 7°.

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL ESTÁTICA.

Es aquella publicidad exterior que se exhibe en instalaciones fijas y puede adoptar las siguientes modalidades:



ARTÍCULO 8°

1. Aviso de identificación
2. Avisos tipo colombina
3. Pasacalles y pendones
4. Carteles y Carteleras
5. Páneles publicitarios, mupis o mogadores
6. Murales
7. Vallas
8. Elementos inflables anclados y
9. Relojes electrónicos

SECCION I AVISOS DE IDENTIFICACION

AVISO DE IDENTIFICACIÓN

Se entiende por aviso de identificación, el elemento que se utiliza como anuncio, identificación, señal y/o advertencia, con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos, que se instala adosado y paralelo a las fachadas de las edificaciones, sin sobresalir de éstas en más de cuarenta centímetros.

PARAGRAFO PRIMERO

Cuando el aviso de identificación pertenezca a las entidades oficiales del orden Municipal, Departamental o Nacional, que tengan sede en el Municipio, se denominará Aviso de Identificación Institucional.

PARAGRAFO SEGUNDO

Cuando el aviso de identificación se utilice para promocionar un proyecto urbanístico y/o de construcción debidamente licenciado, se denominará Aviso de Identificación de Proyecto Inmobiliario.

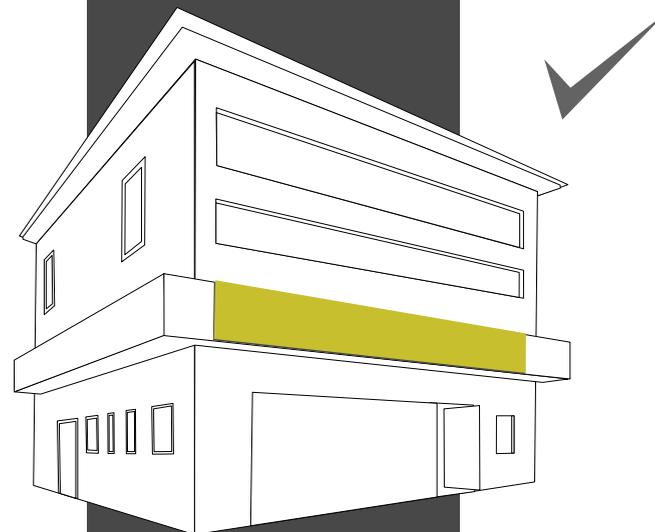
UBICACIÓN Y CONDICIONES DE LOS AVISOS DE IDENTIFICACION.

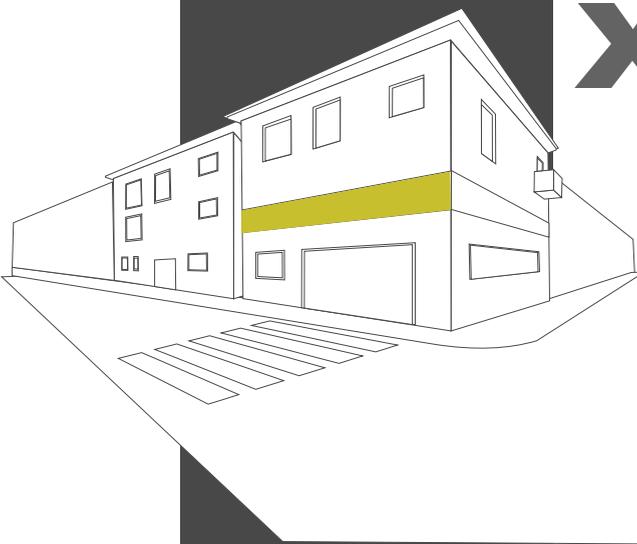
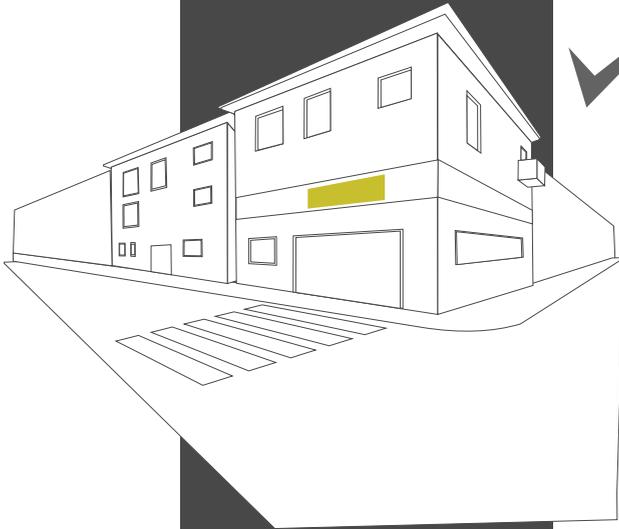
Además de las condiciones generales previstas en el artículo 5° y de los lugares señalados en el artículo 6°, la colocación de avisos de identificación, deberá sujetarse a las siguientes reglas:

1. Solo se permite un aviso por establecimiento comercial o proyecto inmobiliario, salvo que el inmueble contenga dos (2) o más fachadas, caso en el cual, se podrá autorizar un aviso por cada una de ellas. Cuando en la misma edificación existan varios establecimientos de comercio con fachadas hacia la vía pública, cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada, observando los requisitos de este decreto.

2. Los avisos de identificación de los establecimientos de comercio no podrán exceder el 30% del área de fachada del respectivo establecimiento. En caso que el tamaño del aviso

ARTÍCULO 9°.





sea superior a 12 metros cuadrados, deberá solicitarse y obtenerse el concepto ecológico y ambiental previo y favorable, de la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, y el respectivo permiso emanado de la Secretaría de Gobierno Municipal. Igualmente, el metraje del aviso que supere los 12 metros cuadrados, será objeto de cobro del impuesto publicitario, señalado en el Acuerdo 043 de 1995, o la norma que lo modifique, complemente o sustituya.

3. Los avisos de identificación de proyecto inmobiliario, no podrán exceder de 22 metros cuadrados; solo podrán utilizarse por el término de la Licencia de Construcción y deberán instalarse en el lote donde se desarrollará en el proyecto, dentro del paramento de construcción establecido en la respectiva licencia, e independientemente de su tamaño, serán objeto de cobro del impuesto de publicidad exterior visual de que trata el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995, o la norma que lo modifique, complemente o sustituya.

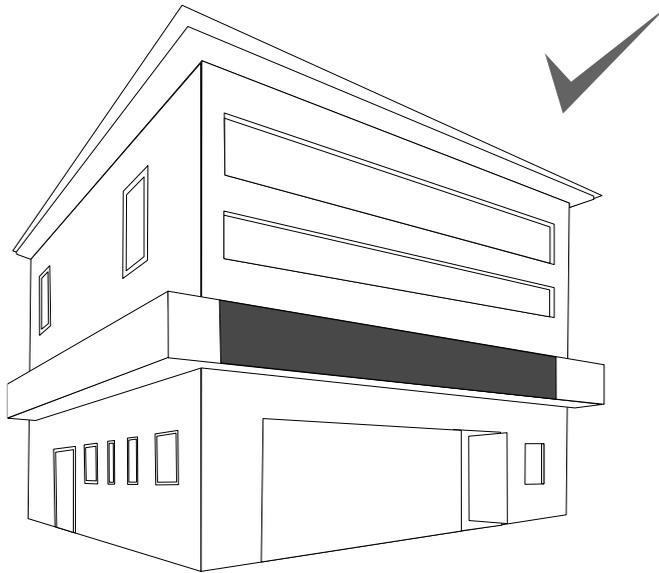
4. En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos, estos podrán contar con sus respectivos avisos, independientemente de los avisos que corresponden a los establecimientos de comercio que se encuentren ubicados en dichos inmuebles. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30% del área del respectivo cajero.

5. Cuando en una misma edificación se desarrollen varias actividades comerciales, éstas se anunciarán dentro de un mismo contexto, el cual deberá cumplir con los requerimientos de este decreto.

6. Las estaciones para el expendio de combustible, los centros comerciales y otros establecimientos de comercio, con área de parqueo privada superior a 800 m², podrán colocar dentro del perímetro del predio, un aviso comercial tipo colombina, independientemente del aviso de la fachada, siempre y cuando no se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de cesión, zonas verdes, andenes, antejardines, calzadas de vías, rellenos, u otros lugares prohibidos en este decreto. En este caso, la altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y su área no podrá ser superior a diez (10) metros cuadrados.

7. Cuando las características del edificio no permitan la colocación del aviso en la fachada





del primer piso, se autorizará su colocación en el antepecho del segundo piso, siempre y cuando se cuente con el permiso del propietario del inmueble.

8. Los avisos comerciales indicarán el nombre del establecimiento de comercio. El anuncio de los productos que se ofrecen o las marcas que se representan, no podrá superar el treinta por ciento (30%) del área del respectivo aviso.



9. Los avisos comerciales solo podrán elaborarse en madera, aluminio, hierro, bronce, porcelana, piedra de canteras, acrílicos u otros elementos resistentes a la intemperie.

10. En el contenido del aviso publicitario se permite cualquier tipo de diseño para las letras armónico con el sector. Cada letra o nombre deberá sujetarse directamente al muro de la

fachada o base de apoyo.

11. Los avisos institucionales deberán ser elaborados en las mismas características de los avisos comerciales y pueden ser grabados sobre la fachada. Deberán elaborarse con las normas y dimensiones de los avisos comerciales.

12. En desarrollo de las normas previstas en el Capítulo XI de la Ley 388 de 1997, el titular de cualquiera de las licencias de construcción, estará obligado a cumplir con lo dispuesto en el Decreto No. 1600 de mayo 20 de 2005, del Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, o la norma que lo modifique o sustituya, sobre los avisos de identificación de las obras.

13. No se permite la colocación de avisos de identificación:

a. Cuando se trate de avisos volados o salientes de la fachada, en una distancia no superior a la autorizada en Artículo 8° del presente Decreto.

b. Cuando sean elaborados con pinturas o materiales reflectivos.

c. Los pintados o incorporados de cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación.

d. Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso, salvo los previstos en el numeral 7° de este artículo.

e. Los avisos promocionales sobre las fachadas.

f. Los avisos con iluminación intermitente en zonas residenciales.

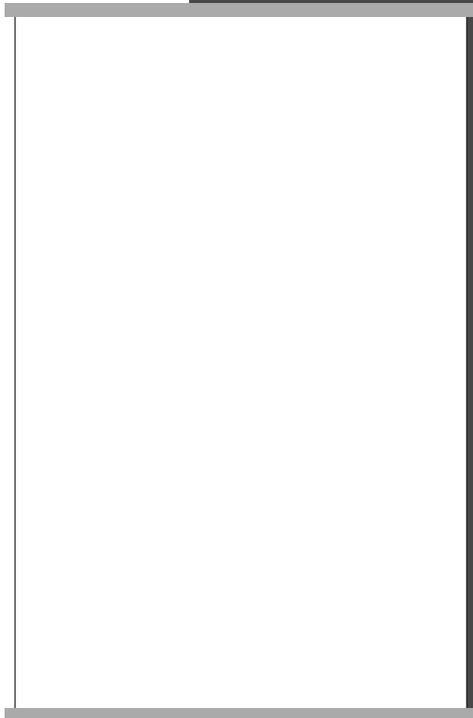
cumple



infringe



Pendon



PARÁGRAFO PRIMERO

Las características de los avisos que se autorice instalar en las zonas históricas y en los tratamientos de conservación de la ciudad, deberán cumplir la reglamentación que sobre el particular expida la autoridad competente.

ARTÍCULO 10°

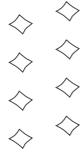
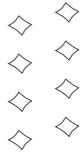
SECCION II PASACALLES Y PENDONES

Se entiende por pasacalles y pendones, los elementos publicitarios que tienen como finalidad anunciar de manera ocasional o temporal una actividad o evento de carácter comercial, cívico, deportivo, recreativo, artístico e institucional, de Interés ciudadano.

ARTÍCULO 11°

CARACTERISTICAS DE LOS PASACALLES Y PENDONES

Los pasacalles y pendones se identificarán por las siguientes características:



Pasacalle

1. Los pasacalles deberán ser elaborados en telas o materiales similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire.
2. Los pendones deberán ser elaborados en tela o fibra que estará soportada en su parte superior e inferior a una reglilla.
3. Los pasacalles que tengan por objeto publicitar mensajes comerciales, deberán dejar un veinticinco por ciento (25%) de su área total para campañas educativas e institucionales o para la identificación del patrocinador.
4. En los pasacalles que contengan campañas de carácter institucional, cultural, deportivo y político, el porcentaje del patrocinador no podrá exceder el veinticinco (25%) de su tamaño.

ARTÍCULO 12°

UBICACIÓN DE PASACALLES Y PENDONES

La ubicación de pasacalles y pendones, estará sujeta además de las prohibiciones generales previstas en el artículo 6° del presente decreto, a las siguientes reglas especiales:

1. Solo se permitirá la instalación de pasacalles en las estructuras y puntos previamente establecidos por la Administración Municipal a

través del a Secretaría de Gobierno. El máximo de pasacalles por estructura es de tres (3) unidades.

2. Los pendones sólo se podrán instalar en las fachadas de los edificios exclusivamente comerciales, por motivo de ventas promocionales, por un período no superior a treinta (30) días calendario, y hasta por dos veces al año. En las fachadas de los edificios públicos, sólo se podrán instalar por motivo de exposiciones de carácter excepcional y por un periodo no superior a treinta (30) días calendario.

3. Solo se permitirá la instalación de un pendón por fachada.

ARTÍCULO 13°

PROCEDIMIENTO PARA LA INSTALACIÓN DE PASACALLES Y PENDONES.

Los interesados en publicitar mediante pasacalles y pendones, deberán obtener previamente el permiso correspondiente, y solo podrán instalarse ocho (8) días antes de la iniciación del evento y/o durante el desarrollo del mismo, debiendo ser retirados veinticuatro (24) horas después de terminado.

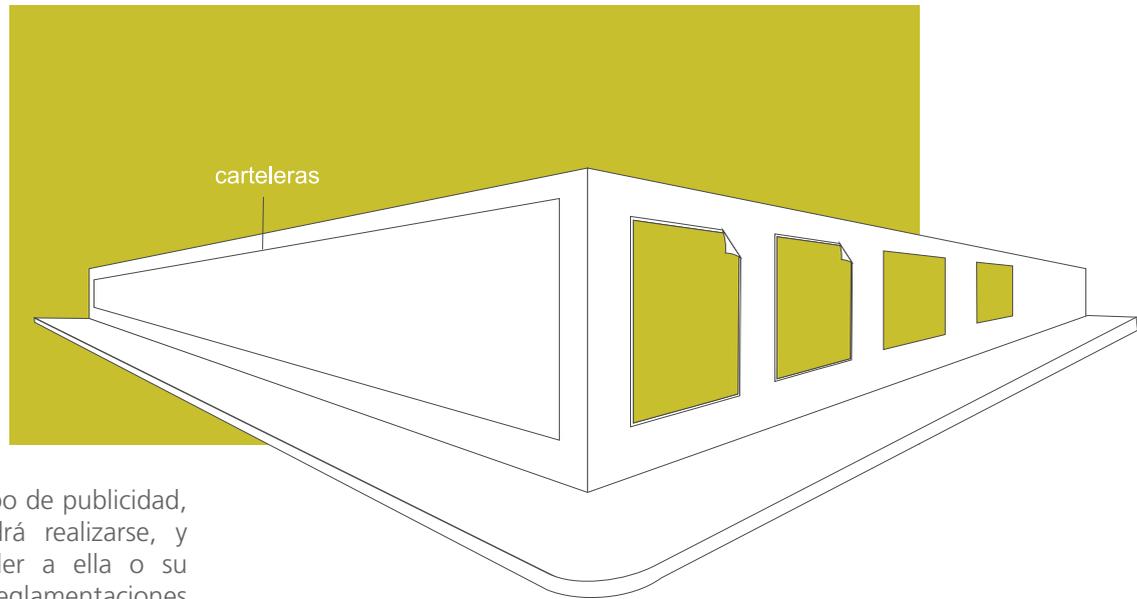
ARTÍCULO 14°

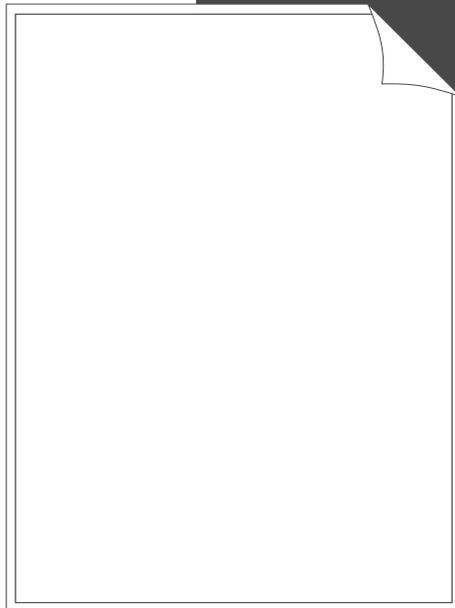
SECCION III CARTELES Y CARTELERAS

Se entiende por carteleras, los marcos que se encuentran adosados a los muros de cerramiento y en los que se podrán fijar afiches o carteles.

Se entiende por carteles o afiches los anuncios publicitarios en papel que se pegan en las carteleras o mogadores.

El manual de espacio público y amoblamiento urbano, determinará en cuales de sus componentes se podrá colocar publicidad exterior visual y las condiciones de forma, dimensiones, posición y ubicación, entre otras, en las cuales se desarrollará esta actividad. En cuanto al tipo de publicidad, tiempo durante el cual podrá realizarse, y el procedimiento para acceder a ella o su desarrollo, se someterá a las reglamentaciones del presente decreto.





ARTÍCULO 15°

SECCION IV VALLAS

Se entiende por valla, todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permita difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos, culturales, políticos, institucionales, artísticos, deportivos, informativos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, montados sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos e integrado física, ambiental, visual, arquitectónica, urbanística y estructuralmente al elemento que lo soporta, susceptible de contener en su interior elementos planos que hagan posible la exhibición de mensajes de contenido fijo o variable.

ARTICULO 16°

VALLAS INSTITUCIONALES

Se entiende por vallas institucionales, las que tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado en forma preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios públicos, sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías programadas de recreación, turismo, medio ambiente, cultural, salud e higiene o comportamientos cívicos. Su área máxima será

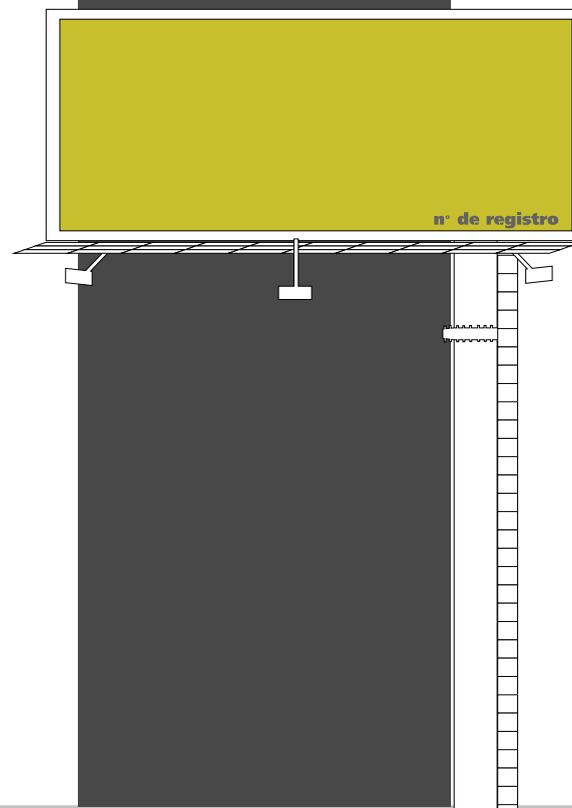
de veinticuatro (24) metros cuadrados y para la misma se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos. No requerirá para su instalación del registro de que trata el título III, pero deberá si del permiso otorgado previamente por la Secretaria de Gobierno Municipal.

ARTÍCULO 17°

CONDICIONES PARA LA INSTALACION DE VALLAS

Además de las condiciones generales previstas en el artículo 5°, la colocación de las vallas deberá sujetarse las siguientes reglas y/o condiciones:

1. Su instalación sólo podrá realizarse luego de obtenido el correspondiente permiso de vallas de que trata el presente decreto.
2. Cuando la valla se realice en estructura tubular, su dimensión no podrá sobrepasar los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados y su altura máxima los veinticuatro (24) metros. No podrá ser instalada fuera de la línea de paramento.
3. Cuando la valla se realice en estructura convencional su dimensión no podrá sobrepasar los cuarenta y ocho (48) metros cuadrados y su altura máxima los diez (10) metros.





4. Las vallas podrán estar iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.

5. En toda valla instalada, cuya publicidad por mandato de ley, requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y/o cívico, el mismo no podrá ser superior a 10% del área total de la valla.

6. Las vallas en su parte inferior derecha deberán incluir en forma visible, el número de registro, nombre del propietario y número de teléfono.

7. En ningún caso se permitirá la instalación de vallas publicitarias en los siguientes sitios:

a. Sobre espacio público, excepto las vallas institucionales de que trata el artículo 16° del presente decreto.

b. Las adosados a las culatas de edificaciones.

c. En las terrazas o cubiertas de edificaciones.

ARTÍCULO 18°

LUGARES DE UBICACIÓN DE LAS VALLAS.

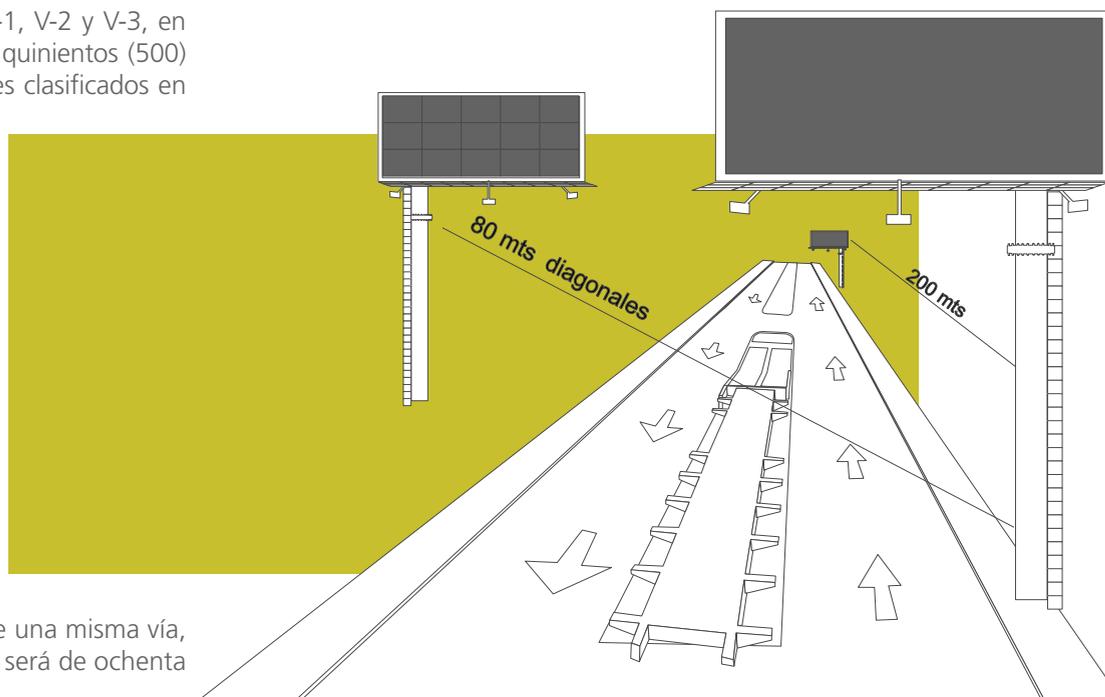
Además de las prohibiciones señaladas en el artículo 6°, para la colocación de vallas deberán seguirse las siguientes reglas Solo podrán colocarse vallas en los siguientes sitios:

1. En vías clasificadas en el Plan de Ordenamiento Territorial como arterias V-0, V-1, V-2 y V-3, en inmuebles con área superior a quinientos (500) metros cuadrados, y en sectores clasificados en el Plan de Ordenamiento Territorial como áreas de actividad comercial, múltiple, dotacional e industrial.

2. En patios internos de las edificaciones y lotes sin edificar.

3. Cuando las vallas se instalen en el mismo sentido de una vía, la distancia mínima entre ellas será de doscientos (200) metros lineales, y cuando la instalación de las vallas se realice sobre el otro costado de una misma vía, la distancia mínima entre ellas, será de ochenta (80) metros diagonales.

4. Por cada estructura de tubo, solo podrá exhibirse una (1) sola cara con publicidad.



5. Sólo se podrán instalar vallas en los inmuebles que tengan frente sobre las vías autorizadas en el presente artículo.

6. No se podrán instalar vallas dentro un radio de 500 metros de distancia a los bienes declarados como monumentos nacionales.

ARTÍCULO 19°

CANTIDAD DE VALLAS

Dentro del perímetro urbano y rural del Municipio de Bucaramanga, solo podrá instalarse un máximo de ochenta (80) vallas comerciales, en una proporción de uno punto cinco (1.5) vallas por cada diez mil quinientos (10.500) habitantes.

PARAGRAFO:

En caso de modificación de las cifras oficiales sobre población en el Municipio, podrá realizarse el ajuste correspondiente del número máximo permitido de vallas.

ARTÍCULO 20°

ADJUDICACIÓN DE LOS CUPOS DE VALLAS

La adjudicación de los cupos de vallas se hará atendiendo criterios de transparencia y selección objetiva, conforme al procedimiento previsto en la Ley 80 de 1993 y sus Decretos Reglamentarios, el cual deberá tener en cuenta como mínimo lo siguiente:

1. El objeto social de la persona natural o jurídica debe estar orientado a la actividad de instalación y comercialización de publicidad exterior visual.

2. El interesado en participar que tenga instaladas vallas en algún sector de la ciudad, debe contar con el respectivo permiso expedido por la autoridad competente, o acreditar el desmonte de aquellas que estando instaladas no estén autorizadas, y el pago de los impuestos causados y sanciones impuestas.

3. El cupo será otorgado por un período no superior a tres (3) años no renovables.

4. La persona natural o jurídica interesada en adquirir cupos, sólo podrá adquirir un mínimo de tres (3) y un máximo de diez (10).

5. Los cupos no podrán cederse.

6. Las personas naturales o jurídicas a quienes les sean adjudicados cupos de vallas, deberán cancelar los impuestos correspondientes de que trata el Acuerdo Municipal No. 043 de 1995 o la norma que lo modifique o sustituya.

7. Las personas naturales o jurídicas a quienes les sean adjudicados cupos de vallas, deberán suscribir a favor del Municipio de Bucaramanga-Secretaría de Gobierno Municipal, por cada valla, una garantía que ampare el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por el beneficiario, incluida la del desmonte de las vallas, por un valor equivalente a 20 smlmv y un término de vigencia igual al de la vigencia del cupo y seis (6) meses más, y una póliza de responsabilidad civil extracontractual que ampare los daños a bienes y personas que puedan derivarse de la instalación de la valla, por un valor equivalente a 50 smlmv y un término de vigencia igual al de la vigencia del cupo y seis (6) meses más.

ARTICULO 21°

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL PERMISO DE VALLAS.

Para la obtención del permiso de vallas, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Una vez publicado el presente decreto, la Secretaría de Gobierno Municipal adelantará el respectivo procedimiento de selección para la adjudicación de los cupos de vallas, de que trata el artículo anterior.

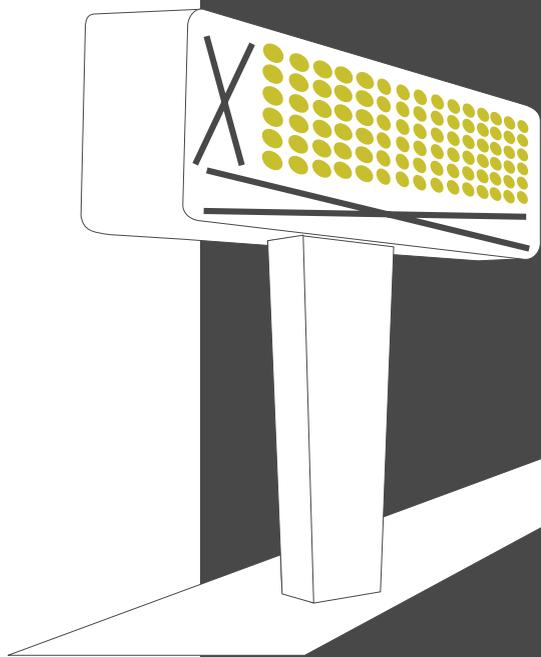
2. Dentro del mes siguiente a la adjudicación de los cupos de vallas, los beneficiarios deberán tramitar ante la Secretaría de Gobierno

Municipal el correspondiente permiso para cada una de ellas.

3. La Secretaría de Gobierno, atenderá las solicitudes en el orden cronológico en que sean radicadas y procederá a solicitar dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes para cada una de ellas, el concepto técnico ambiental y ecológico a la Secretaría de Salud y Ambiente y el concepto de viabilidad de localización y distancia, a la Oficina Asesora de Planeación, los cuales serán emitidos por dichas dependencias, en estricto orden de radicación, en el término de quince (15) días hábiles.

4. En caso de ser favorables los conceptos antes mencionados, la Secretaría de Gobierno Municipal procederá a solicitar al interesado, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes, la cancelación del impuesto y la constitución de las garantías de que trata el artículo anterior, así como la autorización del propietario del inmueble donde se colocará la valla, los cuales deberán ser allegados dentro los cinco (5) días siguientes a la solicitud.

5. Surtido lo anterior, la Secretaría de Gobierno procederá a expedir el permiso de la valla al interesado, el cual deberá surtir el proceso interno de registro por parte de la Secretaría de Gobierno.



ARTICULO 22°

SECCION V TABLEROS ELECTRONICOS

Se entiende por tableros electrónicos los elementos publicitarios que utilizan para su funcionamiento sistemas electrónicos o digitales, los cuales estarán sujetos en su instalación y permiso, a lo dispuesto para las vallas publicitarias.

PARAGRAFO PRIMERO:

En los tableros electrónicos solo se podrá anunciar información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos y campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública.

ARTICULO 23°

UBICACIÓN Y CONDICIONES DE TABLEROS ELECTRONICOS

El área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quien patrocine la colocación de tableros electrónicos tendrá derecho hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10% de la estructura de dicho tablero.

Los tableros electrónicos podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público, sobre las zonas verdes o franjas de mobiliario urbano, cumpliendo con el licenciamiento establecido en el Decreto 1600 de mayo 20 de 2005 o la norma que lo modifique o sustituya, caso en el cual, entrarán a formar parte de los elementos del mobiliario urbano de la ciudad.

SECCION VI

AVISOS TIPO COLOMBINA

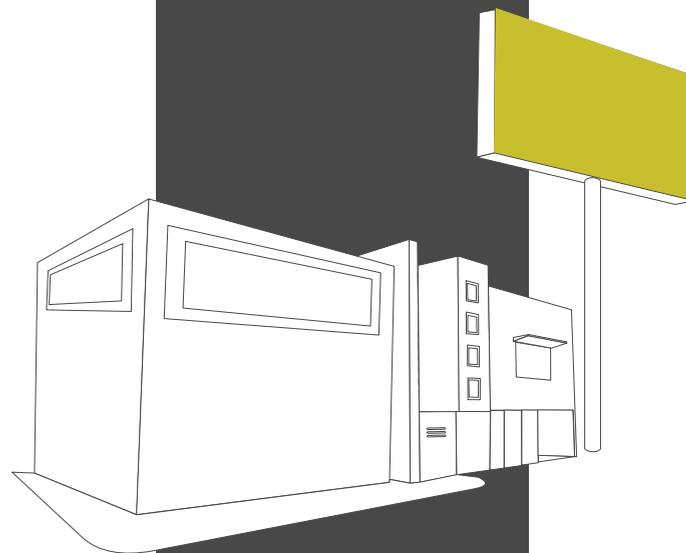
Los avisos tipo colombina, son elementos de publicidad exterior visual utilizados como alternativa de identificación del establecimiento de comercio, cuando las condiciones de visibilidad del aviso principal adosado a la fachada no lo permitan, o la estructura de la edificación no permita la fijación del mismo.

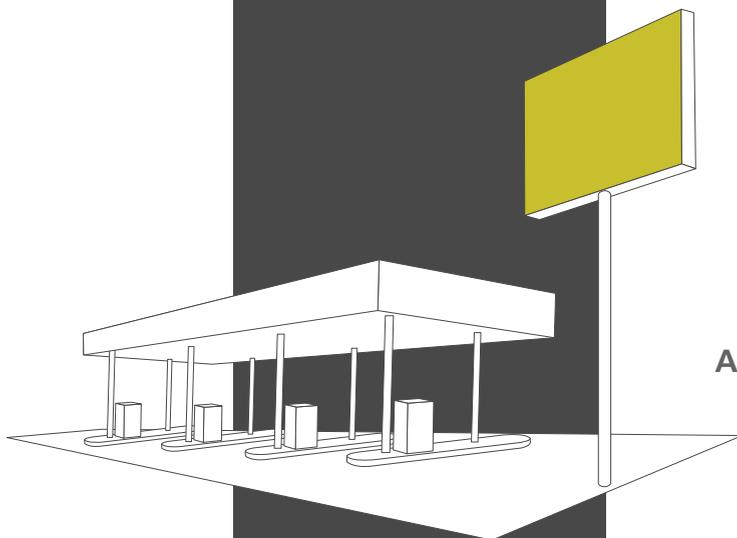
UBICACIÓN

Solo se permitirá la instalación de este tipo de elementos en las zonas privadas de que trata el numeral 6° del artículo 9° del presente decreto,

ARTICULO 24°

ARTICULO 25°





ARTÍCULO 26°

previa aprobación de la Oficina Asesora de Planeación y la Secretaría de Salud y Ambiente.

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL PERMISO DE AVISOS TIPO COLOMBINA O SIMILARES.

El interesado en publicitar por este medio deberá solicitar el correspondiente permiso a la Secretaria de Gobierno Municipal, cancelar el impuesto del que habla Acuerdo Municipal 043 de 1995, o las normas que las modifiquen o sustituyan y constituir las garantías de que trata el numeral 7° del artículo 20 del presente decreto.

ARTÍCULO 27°

PROHIBICIONES

Además de las prohibiciones señaladas en el artículo 6° del presente decreto, no se permite colocar avisos tipo colombina, en los siguientes lugares:

1. Sobre vías o zonas de carácter paisajístico
2. En puentes peatonales, vehiculares, separadores de vías, y en las fachadas de las edificaciones
3. Sobre los elementos naturales como árboles, rocas y similares.

4. Sobre luminarias de parques, plazoletas, vías peatonales, zonas verdes, andenes, antejardines, elementos del sistema hídrico y similares.

CAPÍTULO II

ARTÍCULO 28°

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MÓVIL

Se define como publicidad exterior móvil, el elemento publicitario que se autotransporta por un vehículo automotor, a través de las siguientes modalidades:

1. Buses, busetas y microbuses.
2. Vehículos tipo automóvil.
3. Vehículos de carga.
4. Vehículos con plataforma publicitaria.

ARTICULO 29°

PROCEDIMIENTO

Conforme a lo preceptuado en la Resolución 2444 de 2003 emanada del Ministerio de Transporte, corresponde a la Secretaría de Salud y Medio Ambiente, en asocio con la Dirección de Tránsito o la Policía Nacional, controlar, vigilar e inspeccionar la circulación de vehículos

portadores de publicidad exterior visual en la jurisdicción del Municipio de Bucaramanga, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

La Secretaría de Salud y del Medio Ambiente procederá a requerir al conductor, propietario de la publicidad exterior o del vehículo que transite sin el respectivo permiso de autoridad competente, a fin de que en un término no superior a veinticuatro (24) horas, sea desmontada o retirada dicha publicidad. En caso de no cumplirse lo anterior, el funcionario competente de la Secretaría realizará un registro fotográfico de la publicidad no autorizada y la remitirá a la Inspección de Salud y Aseo de la Secretaría de Gobierno, donde se adelantará el procedimiento administrativo sancionatorio señalado en este Decreto.

ARTÍCULO 30°

UBICACIÓN, INSTALACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MOVIL

La publicidad exterior visual móvil, se regirá por las siguientes reglas sobre ubicación, instalación y características:

1. El interesado en instalar vallas, letreros o avisos en vehículos automotores, deberá solicitar el correspondiente permiso a la Secretaría de Gobierno Municipal en los términos del presente decreto.

2. La instalación de vallas, letreros o avisos en vehículos automotores, en ningún caso podrá modificar o adicionar el ancho y/o la longitud originales del vehículo. Por lo tanto, no podrán ocupar un área superior a los costados sobre los cuales se ha fijado.

3. La altura del vehículo, incluyendo la de la valla, aviso o letrero, medida desde la superficie de la vía y la parte más alta del aditamento fijado al vehículo, no podrá ser superior a 4.10 metros.

4. Por ningún motivo podrán instalarse vallas, avisos o letreros que obstaculicen la visibilidad de las placas de identificación del vehículo o que induzcan a error en su lectura.

5. No podrán ocupar u obstaculizar las ventanas o puertas.

6. La publicidad exterior visual móvil autorizada para vehículos automotores destinados al servicio público de transporte de pasajeros, podrá permanecer instalada durante el tiempo por el cual se haya otorgado la autorización, teniendo veinticuatro (24) horas adicionales improrrogables, para su desmonte o retiro, incluyendo todos los elementos adicionales utilizados para el efecto.

ARTICULO 31°

PROHIBICIONES EN MATERIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MOVIL

No se permite la circulación de vehículos automotores con publicidad exterior visual móvil o elementos publicitarios, en remolques, motocicletas, bicicletas, tricivallas o cualquier otra modalidad que no se encuentre regulada en el presente decreto.

Tampoco podrán portarse vallas, letreros o avisos diferentes a los distintivos y colores de la empresa y los específicos del tipo de servicio, en la parte posterior de los vehículos destinados al servicio público de transporte escolar.

ARTÍCULO 32°

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN BUSES, BUSETAS Y MICROBUSES

Se podrán adherir avisos o letreros en las superficies laterales exteriores de los buses, busetas y microbuses, así:

1. En la parte posterior, en el tercio central debajo del vidrio, con una dimensión no superior a 0.75 metros por 0.75 metros, permitiendo identificar el color registrado del vehículo.

2. En los costados laterales, debajo de los

vidrios, en una proporción máxima del 50% de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los distintivos y colores de la empresa si se trata de un equipo de servicio público, o los colores originales del vehículo registrado en la licencia de tránsito, si se trata de un vehículo de servicio particular.

PARÁGRAFO PRIMERO

No se permitirá la fijación de vallas en las capotas de buses, busetas y microbuses.

PARAGRAFO SEGUNDO

MAXIMO DE CUPOS AUTORIZADOS

Dentro del perímetro urbano y rural del Municipio de Bucaramanga, solo podrá autorizarse simultáneamente y por períodos máximos de tres (3) meses, un cupo de hasta veinte (20) buses, busetas o microbuses, con posibilidad de instalar elementos de publicidad exterior visual.



ARTÍCULO 33°

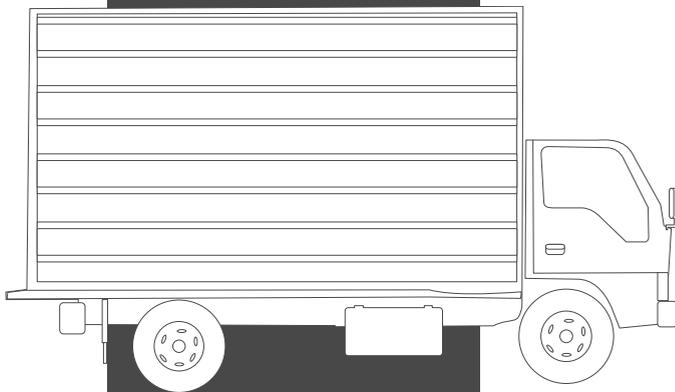
PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MOVIL EN VEHÍCULOS TIPO AUTOMÓVIL DE SERVICIO PÚBLICO

Se podrá autorizar la colocación de vallas y avisos, en las capotas de vehículos tipo automóvil de servicio público, siempre y cuando el elemento publicitario 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 el 50% del área de la capota ni tenga una altura superior a 0.50 metros.

Igualmente se podrá instalar publicidad exterior visual, en los costados laterales debajo de los vidrios, en una proporción máxima del 50% de la superficie de cada costado, de tal manera que permita identificar claramente los colores originales del vehículo registrados en la licencia de tránsito.

En los vehículos tipo taxi y en los automóviles destinados al servicio público de transporte, no podrán instalarse o adherirse vallas, avisos o letreros en sus costados laterales, o parte trasera, excepto los que identifiquen la empresa y el tipo de servicio. Tampoco podrán instalarse vallas que impidan la visibilidad del número de placa que se encuentra adherida a la parte superior externa del techo.





PARAGRAFO

MAXIMO DE CUPOS AUTORIZADOS

Dentro del perímetro urbano y rural del Municipio de Bucaramanga, sólo podrá autorizarse simultáneamente y por períodos máximos de tres (3) meses, un cupo de hasta ochenta (80) taxis, con posibilidad de instalar elementos de publicidad exterior visual, distribuidos de la siguiente manera:

- a. 40 para vehículos de servicio público tipo taxi, con una antigüedad no mayor a 5 años, y que proponga su reconversión a gas natural, o que lo hayan realizado en los últimos treinta días al momento de radicar la solicitud.
- b. 20 para vehículos que vienen utilizando gas natural; y
- c. 20 para vehículos a gasolina, cuyo modelo no sea inferior a 5 años, con referencia al año en que se autoriza el cupo para publicidad.

ARTÍCULO 34°

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL MOVIL EN VEHÍCULOS TIPO CARGA

Se podrán adherir avisos en los costados laterales de la carpa, carrocería de estacas o láminas

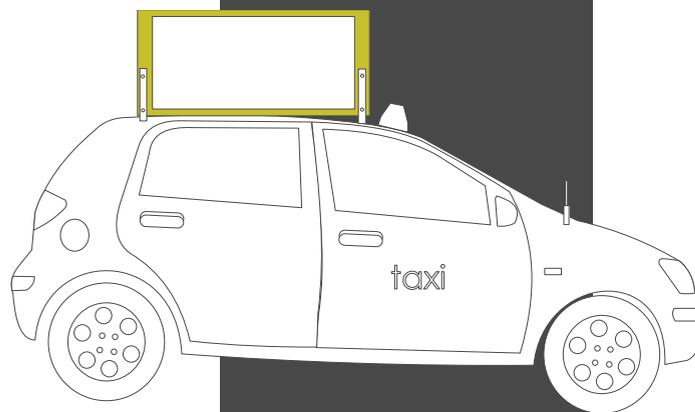
metálicas de los furgones y contenedores. Los avisos deberán asegurarse de tal manera que no exista peligro de caer a la vía, cumpliendo con lo señalado en el artículo siguiente.

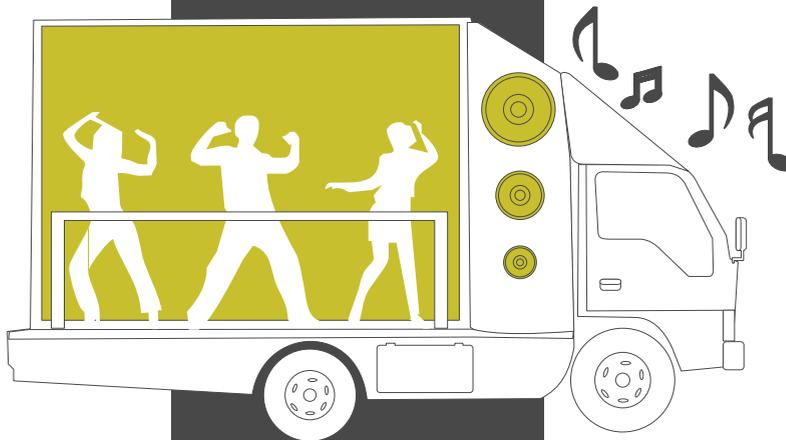
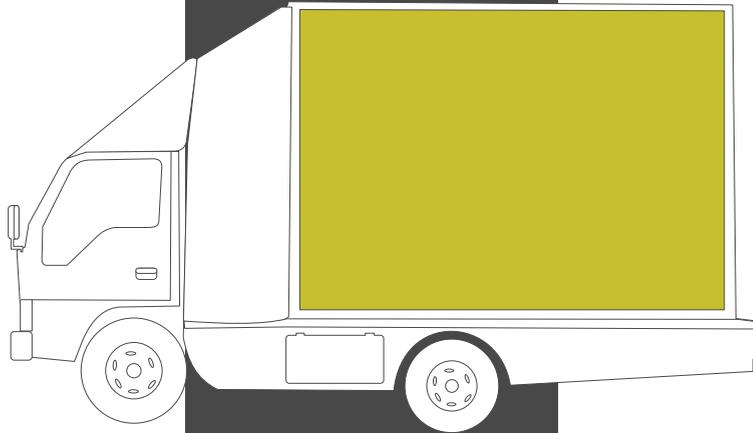
ARTÍCULO 35°

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN VEHÍCULOS CON PLATAFORMA, DE USO EXCLUSIVO PARA EL PORTE DE VALLAS Y AVISOS PUBLICITARIOS

Las vallas y avisos que se coloquen sobre plataformas se someterán a las siguientes condiciones:

1. Sólo podrán instalarse dos caras laterales con publicidad, con una dimensión máxima de 4x2 metros medidos desde el chasis. Estas caras pueden estar iluminadas.
2. Sólo podrá existir una cara trasera de máximo 2x1 metros de área, la cual no debe tener iluminación.
3. La capacidad de carga del vehículo deberá ser inferior a tres toneladas.
4. No se podrán portar pasajeros en la plataforma cuando el vehículo esté en movimiento. Los





pasajeros sólo se podrán ubicar en los costados laterales del vehículo cuando se encuentre debidamente estacionado y apagado el motor.

5. Los vehículos tipo plataforma sólo podrán transitar sobre la vía pública no destinada a peatones.

6. Los vehículos tipo plataforma no pueden exceder las normas de velocidad permitidas en el perímetro urbano.

7. Si transitan en la noche, los vehículos móviles tipo plataforma, deberán mantener las luces de parqueo encendidas.

8. Los vehículos tipo plataforma en movimiento no pueden portar sonido. Solo se permite el uso de sonido para pauta publicitaria, previa autorización de la Secretaria de Salud y Medio Ambiente, en el horario comprendido entre las 10 a.m. a 7 p.m. y observando en todo caso los estándares de sonido permitidos.

9. Se prohíbe el parqueo de vehículos tipo plataforma en zonas residenciales y vías con alto flujo vehicular, y donde lo prohíban las normas y autoridades de tránsito.

CAPÍTULO III

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL AÉREA

ARTÍCULO 36°

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL AÉREA

Se define la publicidad exterior visual aérea, como el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como globos libres y dirigibles o anclados al piso, aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior, elementos inflables o similares. No se permite arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Municipio de Bucaramanga.

ARTÍCULO 37°

PROHIBICIONES

Se prohíbe la utilización de elementos de publicidad exterior visual aérea definidos en el artículo anterior, en lotes o edificaciones privadas o públicas, a excepción de aquellos que se autoricen por la Secretaría de Gobierno para espectáculos públicos.

Tampoco se permite su utilización en andenes, antejardines, zonas verdes endurecidas y vías vehiculares y en general en espacios públicos.

TITULO III

PERMISO Y REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 38°

DEFINICIÓN

El registro de publicidad exterior visual es la inscripción que hace la Secretaría de Gobierno Municipal, de los permisos para vallas, que cumplan con las normas establecidas en el presente decreto, teniendo en cuenta la información suministrada por el peticionario o interesado, con base en cuenta los conceptos técnicos emitidos por la Oficina Asesora de Planeación y la Secretaría de Salud y Medio Ambiente.

El permiso y el registro de publicidad exterior visual no conceden a su titular derechos adquiridos; por lo tanto, para su utilización, deberá sujetarse a las condiciones y tiempo autorizados.

ARTÍCULO 39°

TERMINO DE VIGENCIA DEL PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

El término por el cual podrá otorgarse el permiso de la publicidad exterior visual, según la modalidad que se utilice, es el siguiente:

1. Pasacalles: Ocho (8) días calendario.
2. Pendones: Treinta (30) días calendario.
3. Vallas: Un (1) año.
4. Avisos tipo colombina: Un (1) año.
5. Publicidad exterior visual móvil en servicio público o privado: Tres (3) meses.
6. Publicidad exterior visual en vehículos tipo carga: Un (1) año.
7. Publicidad exterior visual aérea: Treinta (30) días calendario.
8. Publicidad exterior visual aérea en espectáculos públicos: Desde veinticuatro (24) horas antes de presentación y hasta veinticuatro (24) horas después de su finalización.

ARTICULO 40°

TRASLADO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Para el traslado de publicidad exterior visual tipo valla, se requerirá del permiso y la actualización del registro correspondiente. Dicha autorización no se entiende como prórroga del permiso inicial.

ARTICULO 41°

FORMATO Y DOCUMENTACION PARA EL REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

El registro de la publicidad exterior contendrá la información y documentación:

1. Número de consecutivo.
2. Tipo de valla y ubicación. Para estos efectos se indicará:
 - a. Dimensiones
 - b. Tipo de publicidad, distinguiendo si es, artística, cívica, comercial, cultural, informativa, institucional, política, profesional, turística o de obra de construcción.
 - c. Dirección exacta del inmueble en donde se instalará la valla y su número predial. Cuando el inmueble no tenga dirección se acompañará de la carta catastral del inmueble expedida por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi. En zonas residenciales, sólo se podrán instalar elementos de publicidad exterior visual en forma de avisos adosados a fachada del inmueble, en los términos establecidos en el presente decreto.
 - d. Plano con la identificación de la parte del inmueble en que se instalará la publicidad exterior visual, señalando si es en fachada,

patio interno, lotes, parqueadero o muro de cerramiento, u otro.

3. Identificación del anunciante, del propietario de la valla y el propietario del inmueble en donde se instalará, indicando nombre y número de documento de identidad, teléfono y dirección de cada uno de ellos. Las personas jurídicas mediante certificado de existencia y representación legal.

4. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción del texto que en ella aparece. Para éstos efectos se adjuntará a la solicitud:

a. Fotografía y plano del inmueble en planta a escala en el que consten las zonas de protección ambiental, si existen, y plano de localización a escala 1:500 ajustado a las coordenadas locales cuando no se cuente con manzana catastral.

b. El texto completo de la publicidad exterior visual. El texto de la publicidad exterior visual deberá ser siempre el idioma castellano salvo las excepciones de ley.

5. Tipo de solicitud, indicando si se trata de permiso inicial, renovación o traslado de la publicidad. Cuando se trate de renovación, se indicará el número y fecha del registro vigente





6. Fecha de desmonte de la valla.

7. Concepto previo y favorable de la Secretaría de Salud y del Ambiente y la Oficina Asesora de Planeación.

8. Valor del impuesto cancelado por publicidad exterior visual, en cumplimiento de lo establecido en el Acuerdo Municipal 043 de 1995, o las normas que los modifiquen y/o sustituyan.

9. El interesado deberá acompañar la siguiente documentación a su solicitud:

a. Certificado de existencia y representación legal, expedido por la autoridad competente, cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud.

b. Folio de matrícula inmobiliaria del inmueble cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de la radicación de la solicitud.

c. Cuando se actúe por intermedio de apoderado, poder debidamente otorgado en los términos del Código de Procedimiento Civil.

d. Certificación suscrita por el propietario de inmueble en la que conste que autoriza al responsable de la publicidad exterior visual

para que la instale en el inmueble o predio de su propiedad, y que autoriza de manera irrevocable a la Secretaría de Salud para ingresar al inmueble cuando ésta dependencia deba cumplir con la orden de desmonte o retiro de la publicidad exterior visual.

e. Plano o fotografía panorámica del inmueble, en la que se ilustre la instalación de la publicidad exterior visual.

f. El recibo de pago del impuesto de que trata el Acuerdo Municipal 043 de 1995 o la norma que lo modifique o sustituya

g. Garantías que amparen el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y la responsabilidad civil extracontractual, en los términos previstos en este Decreto

h. Estudio de suelos y de cálculo estructural, suscrito por profesional competente debidamente matriculado.

PARAGRAFO PRIMERO:

En caso de no allegarse por el interesado la documentación o información requerida en el artículo anterior, la Secretaría de Gobierno requerirá por una sola vez al solicitante, a fin de que allegue la información o documentación

faltante en un término no mayor de cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales sin que se hubiera dado cumplimiento al requerimiento, se entenderá que el solicitante ha desistido de su solicitud de permiso, por lo que se procederá a su archivo.

PARAGRAFO SEGUNDO:

Si del estudio de la documentación e información allegada por el interesado, la Secretaria de Gobierno encuentra que la solicitud de permiso y el consiguiente registro no son viables por no cumplir con las especificaciones técnicas y normativas, se indicará así al peticionario, exponiendo por escrito las razones que fundamentan la decisión, la cual deberá ser comunicada al peticionario. Contra dicha decisión proceden los recursos de reposición y apelación, todo ello, en los términos del Código Contencioso Administrativo.

ARTÍCULO 42°

PRELACION DE LAS SOLICITUDES DE PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Las solicitudes de permiso se resolverán en orden de radicación. Cuando sobre un mismo inmueble existan diferentes solicitudes de permiso para la instalación de publicidad

exterior visual, se atenderán teniendo en cuenta el siguiente orden de prelación:

1. Tendrá prelación para el permiso de publicidad exterior visual, el titular del derecho de dominio del inmueble en el cual se ubicará el elemento publicitario.

2. Cuando se trate de renovación del permiso, ésta primará frente a cualquier solicitud de permiso nuevo, siempre que no supere el término autorizado en el cupo para el caso de vallas.

3. Cuando los solicitantes sean poseedores o meros tenedores del inmueble en el cual se ubicará el elemento de publicidad exterior visual, las solicitudes se resolverán en orden de radicación.

ARTÍCULO 43°

PERDIDA DE VIGENCIA DEL PERMISO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Los permisos de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando se hagan cambios a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del respectivo permiso, o cuando se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las autorizadas. En

estos casos, la Secretaria de Gobierno Municipal o la entidad que haga sus veces, ordenará al responsable de la publicidad exterior visual su adecuación o desmonte, siguiendo el procedimiento que se establece en el presente decreto.

TÍTULO IV

DESMONTE DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL NO AUTORIZADA Y PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO

ARTICULO 44°

REMOCIÓN O MODIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

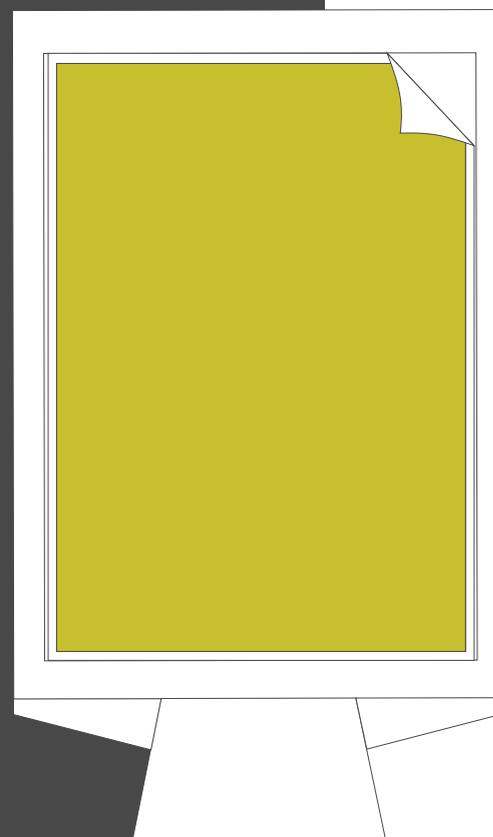
Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el artículo 8° de la Ley 9ª de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado publicidad exterior visual, en sitio prohibido por la ley o por este decreto, o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación al Municipio, por intermedio de la Inspección de Salud y aseo de la Secretaría de Gobierno. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5° del Decreto 01 de 1984 (CCA).

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, el alcalde por intermedio de la Secretaría de Gobierno, podrá iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la publicidad exterior visual se ajusta a la ley.

Para dicho efecto, la Secretaría de Salud del Ambiente informará a la Inspección de Salud y aseo de la Secretaría de Gobierno Municipal, cuando encuentre publicidad exterior visual que no cumpla con los requisitos legales y normativos vigentes o que se encuentre ubicada en espacio público o lugares no autorizados, quien atenderá el procedimiento que se describe a continuación.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario verificará si la publicidad se encuentra registrada de conformidad con el título anterior y si no se ha solicitado su permiso dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción.

De igual manera el funcionario competente de la Secretaría de Gobierno, 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 competente, 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 debidamente autorizada y no se trate de los eventos previstos en el inciso tercero de este artículo, el alcalde por intermedio de la Secretaría de Gobierno, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes al día de recepción de la solicitud o de la iniciación de la actuación, deberá 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. Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones y multas a que se haya hecho acreedor el infractor, y en el evento que el permiso haya exigido póliza esta se hará efectiva.

ARTICULO 45°

DESTINACIÓN ELEMENTOS PUBLICITARIOS RETENIDOS

Los elementos de publicidad exterior visual que sean removidos por las autoridades municipales serán depositados en los lugares dispuestos por la Secretaria de Gobierno para este efecto y podrán ser reclamados por sus propietarios, previo el pago del costo incurrido por el desmonte según lo determinado en la actuación administrativa, en el lugar en donde dicho ente lo indique y la presentación del recibo de pago al Municipio.

PARÁGRAFO

Lo recaudado por concepto de sanciones ingresará al Fondo Rotatorio Ambiental.

ARTICULO 46°

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 por intermedio de la Secretaría de Gobierno. Las resoluciones así emitidas y en firme prestarán mérito ejecutivo

ARTICULO 47°

IMPUESTOS

El impuesto a pagar por concepto de publicidad exterior visual, será el señalado en el Acuerdo del Concejo Municipal No. 043 de 1995, o la norma que lo modifique o sustituya. 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.

La Secretaría de Hacienda Municipal tomará 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 presente decreto.

ARTICULO 48°

DEL DERECHO A INTERVENIR EN LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS AMBIENTALES

En los términos de los artículos 69 a 71 de la ley 99 de 1993, cualquier persona, podrá intervenir en las actuaciones administrativas iniciadas para el otorgamiento o cancelación del permiso de elementos de publicidad exterior visual o para la imposición o revocación de sanciones por el incumplimiento de las normas ambientales y de policía en esta materia.

ARTICULO 49°

DETERMINACION DEL COSTO DE DESMONTE O REMOCION DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

Los costos de desmonte de publicidad exterior visual se fijan de conformidad con la siguiente tabla:

CATEGORIAS SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV).

Elementos retirados de espacio público que no impliquen la instalación de andamio y que para su retiro no requiera más de un operario.

7 SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV)

Elementos retirados de inmueble privado de dimensión menor a 24 m², o que se encuentren en espacio público y requieran el uso de andamio para el desmonte o concurso de más de un operario

17 SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV)

Elementos retirados de espacio público de dimensión mayor a 24 m² y menor a 48 m² que no impliquen la instalación de andamio y que para su retiro requiera más de un operario.

29 SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV)

Elementos retirados de inmueble privado de dimensión mayor a 24 m² y menor a 48 m², que hagan necesario el uso de andamio.

37 SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV)

Elementos retirados de inmueble privado o espacio público de igual o mayor dimensión a 48 m²

61 SALARIOS MÍNIMOS DIARIOS LEGALES VIGENTES (SMDLV)

PARÁGRAFO

En el evento de ser necesario para el desmonte de la publicidad exterior visual el uso de elementos que impliquen realizar gastos extraordinarios, los mismos serán a costa del infractor.

ARTÍCULO 50°

RECLAMO:

El reclamo formal de los elementos de publicidad exterior visual retirados o desmontados, se adelantará ante la inspección de policía correspondiente.

PARÁGRAFO

En caso de no cancelarse la suma de dinero correspondiente al desmonte y retiro del elemento de publicidad exterior visual por parte del propietario o responsable, la Tesorería Municipal iniciará el cobro coactivo, y se dispondrá la donación o destrucción del elemento, previo cumplimiento de los requisitos legales por parte de la Inspección de Policía.

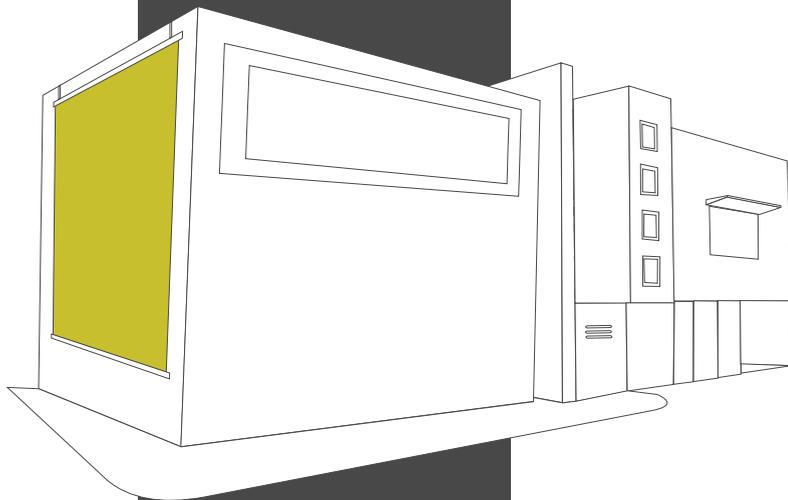
ARTÍCULO 51°

DETERMINACION DEL VALOR DE LA SANCION PECUNIARIA

La Secretaria de Gobierno tasará las sanciones establecidas en el artículo 46 del presente decreto con base en el Índice de afectación del entorno:

ia = Índice de afectación del entorno El indicador "ia" se establece con base en las siguientes variables, y tomando los valores que se describen a continuación:

T	Tipo de elemento.	Valla convencional o aviso fijado sobre fachada =1; Colombina, Inflable, Valla vehicular de formato pequeño, o Pendón = 3; Valla vehicular de formato grande = 6 ; Valla tubular = 10.
I	Iluminación	Con = 2; Sin = 1.
Alt.	Ubicación en altura	Según el número de pisos. Lote = 1; de 1 a 2 = 3; de 3 a 4 = 5; de 5 a 7 = 7; mayor a 7 pisos =9.
P	Ubicación en posición	Fachada = 3; Culata = 12; Cubierta = 13; Lote = 15; Patio interior = 15; Espacio publico = 17.
K	Ubicación en disposición a profundidad	Frontal = 1; No frontal a la vía = 2.
A	Área del elemento en m2 metros cuadrados	
D	Distancia de elementos tipo vallas existentes.	Menos de 160 metros = 2; Más de 160 metros = 1.
O	Topografía del entorno.	Quebrada = 1; Mixta = 2; Plana = 3; Sin edificación = 4.
U	Uso del terreno o área de actividad.	Múltiple o comercial = 1; Zona industrial = 2; Zona dotacional = 3; Zona residencial = 4; zona verde y/o áreas de protección = 5
Carq	Presencia de inmuebles de conservación colindantes o monumentos nacionales.	Existen =3; No existen = 0.
L	Para elementos de publicidad exterior visual dispuestos en longitud.	Por cada 30 metros sumar 1 unidad, o para elementos dispuestos con desarrollo longitudinal, 1 unidad por cada uno sucesivo en 30 metros o más.



$$Ia = (T*4 + I*15 + D*5 + U*15 + alt*5 + P*20 + K*5 + O*5) * A/4.8 + L/0.48 + Carq$$

PARÁGRAFO

Los infractores del régimen de publicidad exterior visual incurrirán en multas de uno y medio (1.5) a diez (10) salarios mínimos legales mensuales según la gravedad de la infracción.

Estas multas serán tasadas por la Secretaria de Gobierno a partir del Índice de afectación (ia) según el cual, se considera que se altera el entorno, cuando el indicador de contaminación lo supera 15/100.

TÍTULO V

DISPOSICIONES FINALES

PROHIBICIÓN

No se podrán expedir permisos para elementos de publicidad exterior visual comercial, que no estén contemplados en el presente decreto.

ARTÍCULO 52°

ARTICULO 53°

REGIMEN DE TRANSICIÓN

Las licencias y autorizaciones vigentes a la expedición del presente decreto, conservarán su validez hasta la fecha de su vencimiento. En caso de no haberse señalado plazo en la licencia o permiso concedido a la publicidad exterior visual, tal permiso o licencia perderá su validez cuatro (4) meses después de la entrada en vigencia de este decreto.

Las actuaciones administrativas sancionatorias en curso, continuarán su trámite con las normas vigentes al momento de su iniciación. Las normas establecidas en el presente decreto son de vigencia inmediata y se aplicarán a partir de la fecha de su publicación.

Las vallas instaladas en la ciudad sin el debido permiso, deberán desmontarse inmediatamente, sin perjuicio de los impuestos que deba pagar por haber publicitado por este medio. De no acatarse esta disposición se dará inicio a las actuaciones administrativas correspondientes.

PARÁGRAFO

Es deber de la Secretaria de Gobierno, informar a las empresas y/o responsables sobre la obligatoriedad del desmonte de vallas que no cumplan con la normatividad legal vigente.

ARTÍCULO 54°

PUBLICIDAD POLÍTICA

El Alcalde a través de decreto, deberá reglamentar las normas sobre publicidad política. Este tipo de publicidad se encuentra exenta del pago de impuestos y no se contabilizará en el número total de vallas publicitarias comerciales autorizadas.

ARTÍCULO 55°

VIGENCIA Y DEROGATORIAS

El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

NOTIFÍQUESE, PUBLIQUESE Y CUMPLASE

Dado en Bucaramanga, a

MARIO SERGIO ORTEGA OLARTE

Alcalde de Bucaramanga (E)

Proyectaron aspectos técnicos, presupuestales y administrativos:

Carlos Javier Guerrero – Secretaría de Gobierno

Guillermo Hernández Mendez – Secretario de Gobierno

Karin Silvana Depoortere – Jefe Oficina Asesora de Planeación

Alvaro Mauricio Solarte Vanegas – Secretaría de Salud y Ambiente

Mario Sergio Ortiga Olarte – Secretario de Salud y Ambiente

Jesús Serrano Cordero - Jefe Departamento Administrativo Defensoría del Espacio Público

Revisaron aspectos jurídicos

Alejandro Botero Botero – Oficina Asesora Jurídica

Elsa Beatriz Martínez Rueda – Jefe Oficina Asesora Jurídica

EDICIÓN ÚNICA 2008

Diseño y Diagramación

Cesar Augusto Mateus Medina
Hernan Javier Hurtado Chaparro
Miguel Orlando Pinto Suárez

Fotografías

Hernan Javier Hurtado Chaparro

Director

Daniel Eduardo Martínez
Diseñador Gráfico - UNAL

Coautora

Diana Libeth Flórez Tapias
Historiadora - UIS



Agradecimientos a todos los que colaboraron
para el desarrollo de este manual

UDI UNIVERSITARIA
DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO

BUCARAMANGA, SANTANDER,
COLOMBIA