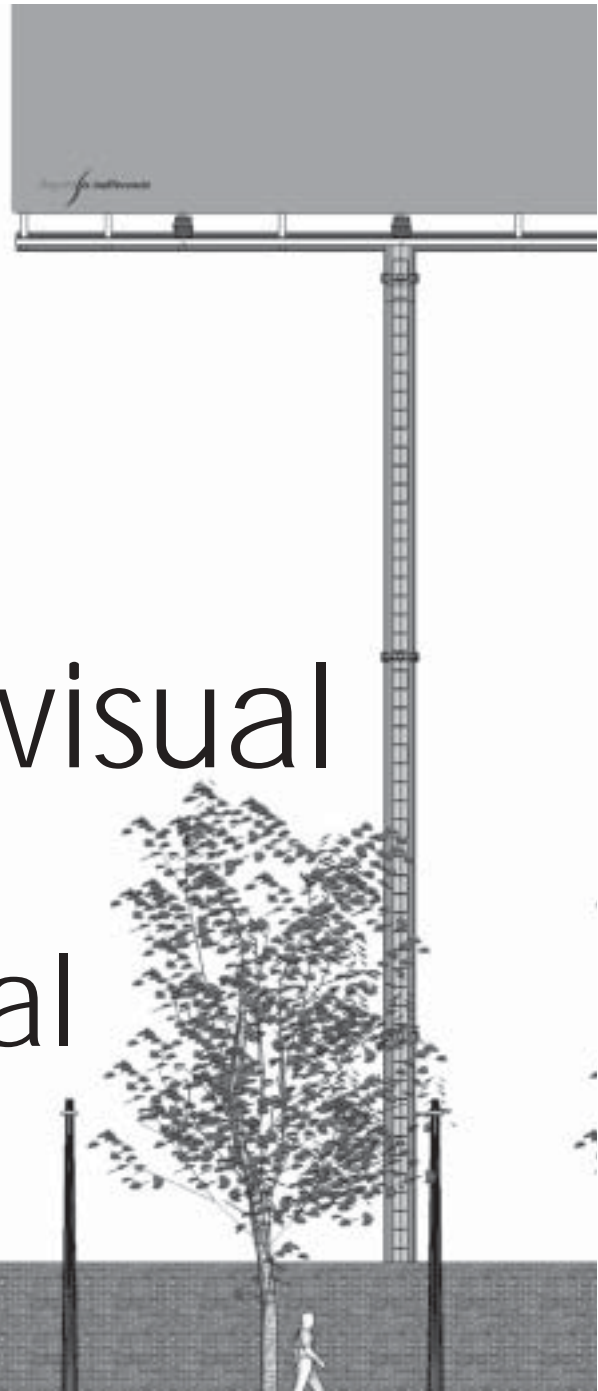


manual de

# publicidad exterior visual

para el

# distrito capital



# ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE

MARTHA LILIANA PERDOMO RAMÍREZ

Secretaria

EDNA CAROLINA JARRO F.

Directora de Control y Seguimiento Ambiental

ISABEL CRISTINA SERRATO T.

Directora Legal Ambiental

GRUPO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ALEJANDRA RINCÓN Y CÉSAR MARTÍNEZ

Diseño y Diagramación

2007



# CONTENIDO

## Presentación

## Generalidades

Publicidad Exterior Visual

### 1. Avisos

#### 1.1. Parámetros de la instalación de avisos

1.1.1. Avisos por fachada

1.1.2. Tamaño del aviso

1.1.3. Avisos de centros comerciales

1.1.4. Ubicación del aviso

1.1.4.1. Establecimiento comercial ubicado en el primer piso de la edificación

1.1.4.2. Establecimientos de comercio que funcionan en dos pisos

1.1.4.3. Avisos en ventanas y puertas de la edificación

1.1.4.4. Avisos adosados a la fachada

1.1.5. Avisos iluminados

1.1.6. Avisos de dos establecimientos comerciales diferentes ubicados en la misma edificación

1.1.7. Avisos en el centro histórico de la ciudad

1.1.8. Avisos de un inmueble de conservación arquitectónica

1.1.9. Avisos separados de fachada

## **2. Vallas**

- 2.1. Vallas comerciales
- 2.2. Vallas de obra
- 2.3. Vallas vehiculares
- 2.4. Otros elementos tipo valla

## **3. Pasacalles y Pendones**

- 3.2. Pendones
- 3.3 Pasacalles

## **4. Afiches o Carteles**

## **5. Murales Artísticos o Decorativos**

## **6. Responsabilidad en Publicidad Exterior Visual**

## **7. Registro de la Publicidad Exterior Visual**

- 7.1. Solicitudes de registro de publicidad exterior visual
- 7.2. Documentos que se deben anexar con la solicitud de registro de publicidad exterior visual
- 7.3. Término de vigencia del registro de publicidad exterior visual
- 7.4. Pérdida de vigencia del registro de publicidad exterior visual

## PRESENTACIÓN

Este manual tiene por objeto hacer una presentación sobre los lineamientos de la Publicidad Exterior Visual, indicando la actuación administrativa en relación con el registro de la publicidad.

La Secretaría Distrital de Ambiente como entidad gestora de las políticas ambientales del Distrito Capital , busca determinar la forma, procedimiento y ubicación de la publicidad exterior visual indicando las zonas en donde está permitida o prohibida su exhibición al igual que las responsabilidades que recaen sobre los propietarios y anunciantes.

Por otro lado, la divulgación y promoción de este tipo de información tiene un enfoque no solo a corto plazo, tratando de crear la conciencia ciudadana sobre la descontaminación del paisaje urbano, sino promover en el mediano plazo una cultura que pueda distinguir a la Capital por su ordenamiento y belleza, mediante la conjugación de los diferentes elementos visuales que puedan no solo mostrar, anunciar y publicitar sino enriquecer paisajísticamente la ciudad.

De acuerdo con lo anterior, este manual se convierte en un instrumento de consulta permanente para los ciudadanos, debido a que le proporciona los elementos básicos que le permitan trabajar íntegramente con el medio ambiente en lo que a la publicidad visual exterior respecta, además de hacer claridad en la actuación administrativa para su registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente.

# GENERALIDADES

## Publicidad exterior visual

**1. DEFINICION:** 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.

La publicidad exterior visual se puede hacer a través de vallas, tableros electrónicos, avisos, pasacalles, pendones, carteleras, mogadores, globos y otros similares.

Cabe anotar que solo es posible hacer publicidad exterior visual en los términos previstos en la Ley 140 de 1994, el Decreto 959 /2000, 506 /2003, la Resolución 1944 /2003 y el Acuerdo 79 /03 del Código de Policía.

**2. LUGARES DE UBICACIÓN:** Podrá ponerse publicidad exterior visual en todo el territorio nacional, salvo en los siguientes lugares:

- En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas 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;
- Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales;

- Donde lo prohiban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7o. y 9o. del artículo 313 de la Constitución Nacional. Mediante el Decreto 959 de 2000, el Concejo de Bogotá dispuso que está prohibido colocar publicidad exterior visual:
- En las zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos;
- En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y preservación ambiental, excepto las vallas de tipo institucional que informen sobre el cuidado de estas zonas, las cuales en todo caso deberán ser armónicas con el objeto de esta norma;
- En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles, y
- Sobre vías principales y metropolitanas, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasavía o en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.
- En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;
- 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.

A continuación se ilustran las condiciones y características particulares para la fijación de cada uno de los elementos de publicidad exterior visual.

# 1. AVISOS

Los 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.

El aviso consiste en un conjunto de elementos compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos.

De conformidad con lo previsto en el artículo 6o del Decreto Distrital 959 de 2000, no se considera aviso:

- los elementos que adornan la fachada.
- los elementos destinados a señalar el ingreso y salida de los establecimientos, ni los horarios de atención al público.

## 1.1. Parámetros en la instalación de avisos

### 1.1.1. Avisos por fachada

Solo puede existir un aviso por fachada, el cual no puede ocupar más del treinta por ciento (30%) del área hábil de la fachada. (ver figura 1)

Cuando haya varios establecimientos de comercio en la misma fachada de una edificación, se podrá poner un aviso por cada establecimiento, pero deberán estar dispuestos en el mismo sentido y sumando el área de todos, no pueden exceder el treinta por ciento (30%) del área habilitada para poner avisos de la fachada. De esta manera, se entenderá como una sola afectación visual.



Fig. No 1. Infracción: Más de un aviso por fachada.

INFRINGE



CUMPLE

### 1.1.2. Tamaño del aviso

El área del aviso no puede superar el 30% del área hábil de la fachada del respectivo establecimiento /artículo 7o literal b), Decreto Distrital 959 de 2000.

En este caso el área del aviso de la primera foto infringe la norma ya que sobrepasa el 30% del área total de la fachada hábil.

Fig. No 2. Infracción: Aviso que excede el 30% de la fachada hábil del respectivo establecimiento

INFRINGE



CUMPLE

### 1.1.3. Avisos de Centros Comerciales

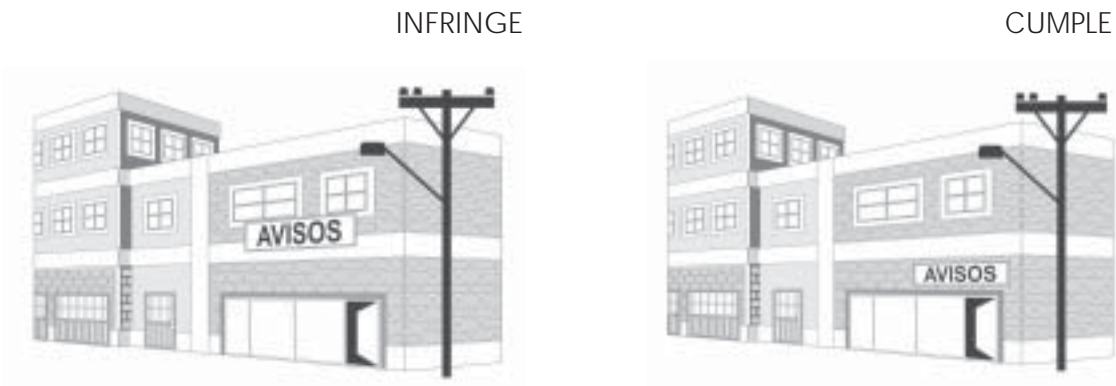
Para el caso de grandes superficies como centros comerciales de carácter metropolitano, con más de seis mil metros cuadrados (6.000 m<sup>2</sup>) de área de ventas, que desarrollan su actividad en edificaciones de no más de tres pisos, el área en que pueden instalar los avisos comprende la que se encuentre por debajo de la cubierta.

### 1.1.4. Ubicación del aviso

#### 1.1.4.1. Establecimiento comercial ubicado en el primer piso de la edificación

Solo puede ubicarse el aviso en la fachada del primer piso correspondiente al establecimiento de comercio. No se puede ubicar en el antepecho del segundo piso, pues en ese piso no se ejerce actividad comercial alguna. Es importante anotar que no se permiten avisos en fachadas que no correspondan a locales de actividad comercial.

Fig. No 3. Infracción: Aviso en fachada no propia.



### 1.1.4.2. Establecimientos de comercio que funcionan en dos pisos

En este caso, el área hábil para colocar el aviso es el correspondiente al área de la fachada del primer piso más el área del antepecho del segundo piso.

Fig. No 4. Infracción: Aviso adosado o suspendido en una zona superior al antepecho del segundo piso.

En los casos en los que el segundo piso no tiene ventana, el antepecho se tomará sin superar el cuarenta por ciento (40%) de la altura existente entre la placa del segundo piso y la placa del tercer piso o la cubierta.

INFRINGE



CUMPLE



### 1.1.4.3. Avisos en ventanas y puertas de la edificación

Sólo se puede adherir a los vidrios y ventanas de los establecimientos de comercio, información cuyos símbolos o caracteres tengan menos de 3 centímetros de alto y que ambientan las vitrinas, siempre que no distorsione el carácter de la misma.

No se permite la instalación de elementos de publicidad visual adheridos a los vidrios de ventanas o puertas de los establecimientos comerciales.

Tampoco se pueden colocar elementos de publicidad que aunque no se encuentren adheridos al vidrio, sean visibles desde el espacio público y se destinen a llamar la atención de las personas que transitan por él.

Fig. No 5. Infracción: Avisos pintados o incorporados de cualquier forma a las ventanas y puertas de la edificación.

INFRINGE



CUMPLE



#### 1.1.4.4. Avisos adosados a la fachada

El aviso tiene que estar adosado o íntimamente ligado al volumen construido del local. Según el literal a) del artículo 8 del Decreto Distrital 959 de 2000, no se permite colocar avisos volados o salientes de la fachada.

Fig. No 6. Infracción: Aviso volado o saliente de la fachada.

La figura 8 ilustra un caso que infringe la norma; se trata de un aviso que sobresale de la fachada ya que se encuentra ubicado en un muro que no hace parte del volumen construido del local sobrepasando la altura de la cubierta a nivel de la fachada. En la figura se señala la placa que hace las veces de cubierta donde funciona el local comercial sobre el cual se edifica el muro en donde se observa instalado el aviso.

Fig. No 7. Infracción: Aviso que sobresale de la fachada por estar ubicado en volumen no construido.

INFRINGE



CUMPLE



INFRINGE



CUMPLE



### 1.1.5. Avisos luminosos

Los avisos luminosos solamente están permitidos en las zonas comerciales de la ciudad.

En el caso de avisos instalados en el centro histórico de la ciudad y en los de conservación arquitectónica, no pueden tener iluminación propia.

En cualquier caso, se pueden iluminar los avisos cuando se ilumine la fachada mediante reflectores, faroles o similares.

En ninguna situación, se permite la instalación de avisos elaborados con materiales reflectivos.

Fig. 8. Aviso Iluminado.

INFRINGE



CUMPLE





### **1.1.6. Avisos de dos establecimientos comerciales diferentes ubicados en la misma edificación**

La siguiente gráfica muestra una alternativa para instalar avisos cuando en una misma edificación se tienen dos establecimientos comerciales diferentes. Se anota que la puerta de la izquierda corresponde al acceso para el segundo piso de la edificación, por lo que se tiene en cuenta en la fachada hábil para colocar avisos del segundo piso.

Fig. 9. Avisos de dos establecimientos que desarrollan su actividad comercial en la misma edificación en pisos diferentes y adosados a su fachada.

Una segunda posibilidad en el caso en que se desarrollan varias actividades comerciales en diferentes niveles de una misma edificación, es compartir el antepecho para anunciar; en este caso se puede anunciar en un mismo marco o simplemente generando una sola afectación sobre la fachada del local. Este caso se ilustra en la figura 11.

Fig. 10. Avisos de tres establecimientos que desarrollan su actividad comercial en la misma edificación en pisos diferentes. En este caso la entrada de la tienda de mascotas se encuentra en el segundo piso. La salsamentaria funciona en el primer piso y la empresa de avisos funciona en el tercer piso. Toda la publicidad se ubica en el antepecho del segundo piso teniendo en cuenta que previamente hubo acuerdo entre los propietarios de los diferentes negocios comerciales.

INCUMPLE



CUMPLE



### 1.1.7. Avisos en el centro histórico de la ciudad

- El aviso debe quedar perfectamente engastado en la fachada sin afectar elementos arquitectónicos.
- El aviso podrá estar elaborado en materiales pétreos a la vista, en hierro forjado o en fundiciones en aleaciones. Deberá ocupar hasta el treinta por ciento (30%) de la fachada del primer piso, sin que el área del aviso supere dos (2) metros cuadrados.
- En los casos en que se elaboren avisos en otros materiales, el aviso podrá ocupar hasta un dieciseisavo (1/16) del área de la fachada del primer piso, igualmente sin que el aviso supere dos (2) metros cuadrados.
- Cuando la edificación tenga voladizo, los avisos solo se podrán instalar en el primer piso; caso contrario, si la fachada es plana, el aviso podrá instalarse del antepecho hacia abajo, siempre y cuando, funcione local en el segundo piso.

Para ver un ejemplo de avisos en el centro histórico, se ha tomado como ejemplo la figura 12 en la que se representa un inmueble de la zona de la Candelaria.

Fig. 11. Avisos hechos en piedra incorporados en inmuebles del Centro Histórico de la ciudad.



### 1.1.8. Avisos en un inmueble de Conservación Arquitectónica

Para los inmuebles de conservación arquitectónica, el aviso podrá ocupar hasta un dieciseisavo (1/16) del área de la fachada hábil del establecimiento y deberá disponerse engastado o acoplado en la fachada y perfectamente conjugado con ella. Al igual que los avisos del centro histórico estos no podrán tener iluminación interior. Decreto 606 del 2001.

Fig. 12. Avisos en un inmueble de conservación arquitectónica.

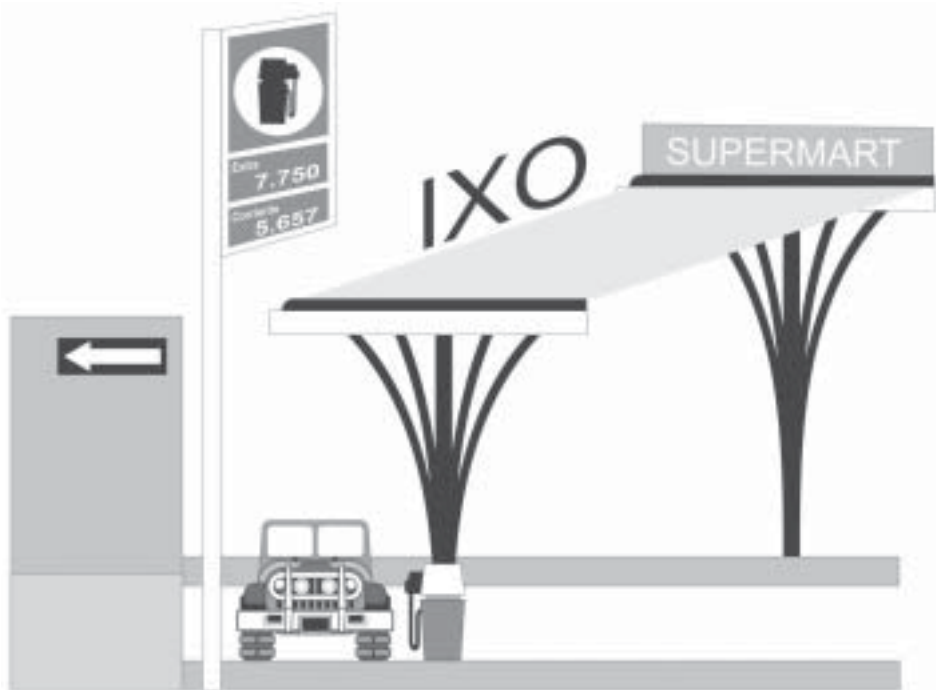


### 1.1.9 Avisos separados de fachada

Las estaciones para el expendio de combustibles y los establecimientos comerciales con áreas de parqueo superior a 2.500 mts<sup>2</sup>, podrán colocar un aviso comercial separado de la fachada dentro del perímetro del predio, siempre y cuando no anuncie en un mismo sentido visual del que se encuentre en la fachada.

La altura máxima permitida no podrá ser superior a 15 mts.

Fig. 14.



## 2. 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.

### 2.1. Vallas comerciales

Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones:

#### 1. LUGARES DE UBICACIÓN.

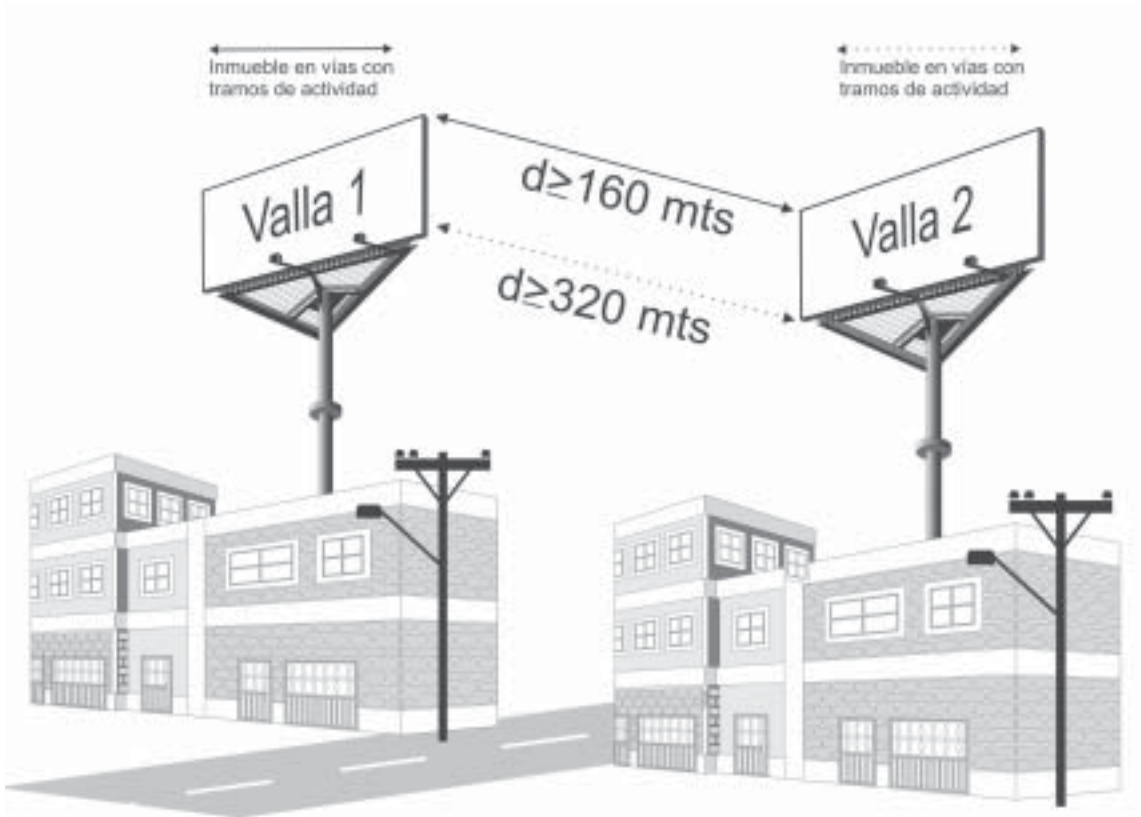
- Dentro de inmuebles con el consentimiento del propietario.
- Solo se pueden instalar en inmuebles sobre vías tipo v-0, v-1 y v-2 con un ancho igual o superior a 40 metros. En vías como la carrera séptima y la carrera 15, no se pueden colocar vallas.

#### 2. LUGARES PROHIBIDOS

- Se prohíben las vallas instaladas en cubierta y en culata según lo estipulado en el capítulo noveno, artículo 87, literal 7, del nuevo Código de Policía.
- 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.
- Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales;
- Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales.
- En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;
- 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

### 3. DISTANCIA DE UBICACIÓN

- La distancia mínima entre vallas comerciales es de 160 metros en vías con tramo de actividad y de 320 metros en vías sin tramos de actividad, los cuales se cuentan entre vallas con registro en la Secretaría Distrital de Ambiente, cuando están instaladas en un mismo sentido y costado vehicular.



#### 4. DIMENSIONES

- Las vallas no podrán tener más de 48 m<sup>2</sup> ni tener una altura superior a 24 metros.  
No podrá sobresalir del límite del inmueble donde está ubicada.

Fig.14. 1 Valla Tubular: Es aquella que se instala a una estructura o soporte tubular.  
(Gráfica lateral izquierdo).

Fig. 15. 2 Valla Convencional: Es aquella que se instala sobre cerchas metálicas.  
(Gráfica lateral derecho).





## 2.2. Vallas de obra

1. Las vallas de obra podrán instalarse una vez quede en firme la licencia de construcción, para anunciar el proyecto. Para anunciar ventas, desde la fecha que se expida el permiso de ventas por parte de las autoridades competentes.
2. Las vallas deben retirarse dentro de los 15 días siguientes a la finalización de la obra.
3. La valla de obra no puede exceder el 10% de la alzada del edificio ni de 48 metros cuadrados.
4. Es necesario que en la valla figure, en no menos del 12.5% de su superficie ni menos de 2 metros cuadrados la información solicitada por la Secretaría de Planeación Distrital.
5. Deben contar con registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente, y para el trámite es necesario anexar copia de la licencia de construcción vigente.
6. Las obras en construcción solo pueden contar con una valla por costado vehicular y en un mismo sentido de exposición.
7. En toda obra de construcción, remodelación, adecuación o ampliación legalmente autorizadas por autoridades competentes y con su frente sobre cualquier vía solo se podrán instalar dos vallas.
8. Estas vallas deben ubicarse dentro del predio en donde se realiza la obra.



## 2.3. Vallas vehiculares

1. VEHICULOS PARTICULARES. Por regla general, se prohíbe fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos particulares.

No obstante lo anterior, se permite la publicidad exterior visual que anuncia productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa, en los vehículos que la compañía utiliza para el transporte o locomoción de los productos o la prestación de servicios.

2. VEHICULOS DE SERVICIO PÚBLICO. Solo se permiten vallas en vehículos de transporte público que utilice combustibles que no requieran del control de emisiones contaminantes o de una edad inferior a 5 años con referencia al año modelo. Para el caso de los taxis, se autoriza la colocación de publicidad exterior visual en las capotas de los vehículos, siempre y cuando se instale en 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 setenta centímetros.

INFRINGE



CUMPLE



### Cupo de vallas vehiculares:

- a. La resolución establece como estándar ambiental dentro del perímetro urbano del Distrito Capital, en lo referido al ejercicio de la publicidad exterior visual en vehículos de servicio público y en este caso en particular a los buses, busetas, colectivos y buses pertenecientes a sistemas masivos de transporte, un cupo máximo de treinta y tres.
  - b. En el caso particular de los taxis, se establece un cupo máximo de tres mil vehículos, que estén debidamente legalizados en el Distrito Capital, los cuales serán distribuidos de la siguiente manera:
    - 2.100** para vehículos de servicio público tipo taxi, con una antigüedad mayor a cinco años y que proponga su reconversión a gas natural o que lo hayan realizado en los últimos 30 días al momento de radicar la solicitud.
    - 600** para vehículos que vienen utilizando gas natural.
    - 300** para vehículos a gasolina con una edad inferior a cinco años con referencia al año modelo.
3. VEHICULOS VALLAS: El servicio de publicidad exterior visual no puede ser ofrecido mediante uso de vehículos habilitados para ese fin principal.

Fig. 16.

INFRINGE



CUMPLE



## 2.4. Otros elementos tipo valla

Medios informativos electrónicos: los tableros o vallas electrónicas podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto, o servicio con propósito comercial alguno. El área expuesta del elemento será inferior a 8 m<sup>2</sup>. Por otro lado, quién patrocine la colocación de un tablero electrónico tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero en un área no mayor al 10%.

La instalación de la citada publicidad exterior visual, deberá someterse a las condiciones establecidas en la normatividad vigente, que reglamenta el ejercicio de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital. En relación con el registro, el mismo se efectuará ante la Secretaria Distrital de Ambiente.

INFRINGE



CUMPLE



### 3. 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.

#### 3.1. CONDICIONES COMUNES DE UBICACIÓN

- Solo se podrán instalar, previa autorización de la Alcaldía Local respectiva.
- No podrán colocarse antes de 72 horas de la realización del evento y durante el término de duración del mismo.
- Deben ser desmontados dentro de las 24 horas siguientes a la terminación del evento.
- Solo pueden ubicarse en ejes de tratamiento local y zonal. No se permite la instalación de pasacalles ni pendones en vías principales de la ciudad.
- No pueden colocarse en árboles, ni 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.
- Tampoco pueden ubicarse sobre fachadas de edificios ni en ventanas.

#### 3.2. PENDONES

Los pendones deberán cumplir con las siguientes condiciones:

1. Deben ser elaborados en tela o similares y pegados en la parte superior e inferior a una reglilla de madera.
2. Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de 200 m.
3. No podrá contener mensajes comerciales en un área superior al 25% del área del elemento.

Fig. 17. Esquema de un pendón.

INFRINGE



CUMPLE



INFRINGE



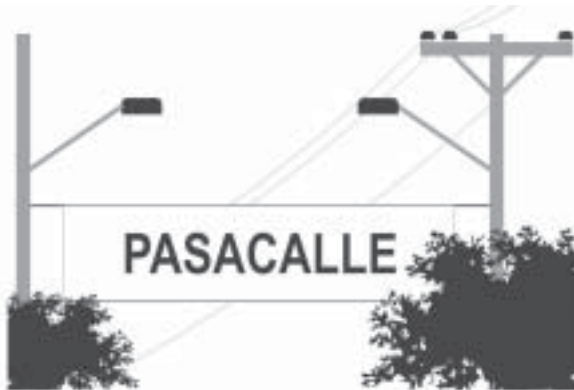
### 3.3 PASACALLES

En cuanto a los pasacalles o pasavías, se debe tener en cuenta:

1. Deberán ser elaborados en telas o similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire.
2. Se deberán poner a una distancia mínima de 300 m.
3. Deberán ser colocados a una altura única de cinco metros con relación al nivel de la calzada.
4. No podrán contener mensajes comerciales en un área superior al 25% del área del elemento.
5. Se permitirá su instalación únicamente sobre ejes de tratamiento de carácter zonal y local.

Fig. 18. Esquema de un pasacalle.

INFRINGE



INFRINGE



## 4. AFICHES O CARTELES

1. UBICACIÓN. Sólo se podrá fijar carteles o afiches en las carteleras locales y en los mogadores.
2. DEFINICIONES. Se entiende por carteleras locales, las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles.

El mogador se define como la estructura ubicada por las autoridades distritales o autorizadas por éstas en el espacio público con el fin de que a ellas se adosen carteles o afiches.

La Secretaria Distrital de Ambiente, en coordinación con la Secretaria de Planeación Distrital, definirá las condiciones generales para la ubicación de carteleras locales y mogadores.

3. RESPONSABILIDAD. Quienes fijen carteles o afiches en otros sitios diferentes a las carteleras o mogadores, serán sancionados de conformidad con lo dispuesto en los artículos 31 y 32 del Acuerdo 959 de 2000.

Fig. 19. Esquemas de mogadores.

Fig. 20. Esquema de una cartelera local adosada a un muro de cerramiento de un lote. (Estos muros deben ser autorizados por las Alcaldías Locales).



INFRINGE



CUMPLE



CUMPLI



## 5. MURALES ARTÍSTICOS O DECORATIVOS

Son los que se pintan directamente sobre las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. No podrán incluir ningún tipo de publicidad, ni evocar marca, producto o servicio y solo se podrán instalar previa autorización de la Secretaria Distrital de Ambiente.

Quién patrocine el mural tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios sobre la misma superficie así: Por ejemplo en un área de 48 m<sup>2</sup> la publicidad no podrá superar un tamaño del 10%.

Fig. 22. Esquema de un mural artístico.



## **6. RESPONSABILIDAD EN PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**

De acuerdo con el párrafo segundo del artículo 87, la inobservancia de las normas de Publicidad Exterior Visual, se predica no sólo de la persona natural o jurídica propietaria de la estructura donde se anuncia, sino también de quién la elabore, del anunciante, del propietario del establecimiento y del propietario, poseedor o tenedor del bien mueble o inmueble donde se publicita y dará lugar a las medidas correctivas contenidas en el Libro Tercero, Título III del Código de Policía (Acuerdo 79/03).

## **7. REGISTRO DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**

El registro de Publicidad Exterior Visual es la inscripción que se hace ante la Secretaría Distrital de Ambiente de los elementos a través de los cuales se realiza la publicidad exterior visual que cumple con las normas vigentes, teniendo en cuenta la información suministrada por su responsable y el concepto técnico emitido por la Secretaría Distrital de Ambiente.

El registro es condición previa para la instalación de cualquier elemento de publicidad exterior visual, no concede derechos adquiridos, por lo cual cada vez que se produzca cambio de normatividad, se modifique o traslade la publicidad exterior visual registrada, o se venza el término de vigencia del registro, se deberá obtener un nuevo registro o su actualización.

Así mismo, cuando la publicidad visual exterior se encuentre registrada, el responsable de dicha publicidad podrá solicitar a la Secretaría Distrital de Ambiente, la prórroga de la vigencia del registro siempre y cuando se ajuste a las normas vigentes.

A continuación se expone de forma general todos los aspectos concernientes al registro de la publicidad exterior visual en el Distrito Capital con base en los lineamientos del Decreto 959 de 2000 y de la Resolución 1944 de 2003 por la cual se reglamenta el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio correspondiente en el Distrito Capital.

## 7.1. Solicitudes de registro de publicidad exterior visual

De conformidad con el artículo 30 del Decreto 959 de 2000, el responsable de la publicidad exterior visual deberá registrarla ante la Secretaría Distrital de Ambiente, a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles anteriores a su colocación.

Las solicitudes de registro de la publicidad exterior visual serán presentadas en los formatos que para el efecto establezca la Secretaría Distrital de Ambiente, los cuales deben contener como mínimo la siguiente información:

1. Tipo de publicidad y su ubicación.
2. Identificación del anunciante, del propietario del elemento ó de la estructura en que se publicita y del propietario del inmueble o del vehículo en que se instalará la publicidad exterior visual.
3. Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción del texto que en ella aparece.
4. Tipo de solicitud indicando si se trata de registro nuevo de publicidad, actualización, traslado o prórroga del registro. Cuando se trate de actualización o prórroga se indicará el número y fecha del registro vigente.
5. Duración del evento para el que se solicita registro de publicidad visual exterior en pasacalles o pasavías y pendones.
6. Indicar si la publicidad está iluminada y la forma de su iluminación, según lo establecido en el literal c) del artículo 5 y el artículo 13 del Decreto 959 de 2000.
7. Indicar si el elemento de publicidad exterior visual cuenta con registro ante la Secretaría Distrital de Ambiente, el número y fecha de expedición y el número de expediente si lo tiene.

Los formatos para el registro de los respectivos elementos de publicidad exterior visual se encuentran en la página web de la entidad [www.secretariadeambiente.gov.co](http://www.secretariadeambiente.gov.co).

## 7.2. Documentos que se deben anexar con la solicitud de registro de publicidad exterior visual

A la solicitud de registro se anexarán los siguientes documentos:

1. 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.
2. Folio de matrícula inmobiliaria del inmueble o certificación catastral del inmueble expedida por el Departamento Administrativo de Catastro Distrital, cuya fecha de expedición no supere tres (3) meses de anterioridad a la fecha de radicación de la solicitud.
3. Poder cuando se actúe por intermedio de apoderado.
4. Certificación suscrita por el propietario del 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 la Secretaria Distrital de Ambiente para ingresar al inmueble cuando ésta Secretaria deba cumplir con la orden de desmonte o retiro de la publicidad exterior visual.
5. Plano o fotografía panorámica del inmueble o vehículo en la que se ilustre la instalación de la publicidad exterior visual.
6. Dos copias del recibo de pago correspondiente al valor de evaluación de la solicitud de registros debidamente cancelados ante la Tesorería Distrital.
7. Póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual que ampare los daños que puedan derivarse de la colocación del elemento de publicidad exterior visual tipo valla por el término de vigencia del registro, de conformidad con la Resolución 310 de 2003 o norma que la modifique o adicione, por un valor equivalente a 100 SMV. y un término de vigencia igual al del registro y tres (3) meses más; esta póliza deberá suscribirse a favor de la Secretaria Distrital de Ambiente en un termino máximo de 10 días después de otorgado el registro.

8. Para las vallas de obras en construcción, se debe anexar copia de la licencia de construcción indicando fechas de inicio y terminación de obras.
9. Para vallas de estructura tubular se deberá anexar el estudio de suelos y de cálculo o análisis estructural. Así mismo, se deberá dejar una distancia mínima de 5 metros de luz de la cubierta de edificaciones a la parte inferior de la valla. En ningún caso se podrá atravesar las cubiertas de las edificaciones con estructuras tubulares o convencionales.

Una vez se ha radicado la solicitud en forma completa, la Secretaria Distrital de Ambiente verificará que cumpla con las normas vigentes; si la solicitud se encuentra ajustada a la ley, se procederá a su registro en la ficha de inscripción de publicidad exterior visual que se abra para tal efecto, evento en el cual se podrá instalar la publicidad.

En el caso que no cumpla la normatividad, la solicitud será negada exponiendo las razones pertinentes y se ordenará el desmonte o la no instalación de la publicidad en cuestión, para lo cual se concede un término de tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha ejecutoria del acto correspondiente.

### **7.3. Término de vigencia del registro de publicidad exterior visual**

El término de vigencia del registro de publicidad exterior visual es el siguiente:

1. Publicidad exterior visual instalada en mobiliario urbano: Permanecerá vigente por el tiempo que se establezca para el efecto en el contrato.
2. Avisos: Cuatro (4) años.
3. Vallas: Un (1) año prorrogable por un año a la vez.
4. Pasacalles o pasavías y pendones: Por el término de duración del evento más 24 horas (su registro se efectúa ante las Alcaldías Locales).
5. Murales Artísticos: Un (1) año.
6. Vehículos de servicio público: Dos (2) años.

7. Vehículos que publicitan productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa: Dos (2) años.
8. Para las vallas de obra su vigencia corresponde al tiempo de duración de la obra.
10. Otras formas de publicidad exterior visual: Setenta y dos (72) horas cada tres meses.

#### **7.4. Pérdida de vigencia del registro de publicidad exterior visual**

Los registros de publicidad exterior visual perderán su vigencia cuando se hagan cambios a la publicidad exterior visual sin solicitar la actualización del registro dentro del término establecido en la Resolución 1944 de 2003 o cuando se instale la publicidad exterior visual en condiciones diferentes a las registradas. En estos casos, la Secretaria Distrital de Ambiente ordenará al responsable de la publicidad exterior visual su desmonte en un término de tres (3) días hábiles, vencidos los cuales ordenará su remoción a costa del infractor.

## **PUBLICIDAD VISUAL EXTERIOR SECRETARIA DISTRITAL DE AMBIENTE**

Normatividad aplicable:

### **LEYES:**

Ley 140 del 1994 que reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional y la Ley 99 de 1993 (Artículos 65,66 y 85).

### **ACUERDOS:**

Acuerdos 01/98 y 12/00 Reglamentan la publicidad exterior visual en el Distrito Capital compilados en el Decreto 959 de 2000.

Acuerdo 79/03 Código de Policía de Bogotá D.C. (Artículos 4, 55, 164, 182, 183, 200 y 206).

### **DECRETOS:**

Decreto 959/00 del 1-11/00 se compilan los textos del acuerdo 01/98 y acuerdo 12/00 los cuales reglamentan la publicidad exterior visual en el Distrito Capital.

Decreto 506 del 30-12/03 que reglamenta el Decreto 959/00.

### **RESOLUCIONES SECRETARIA DISTRITAL DE AMBIENTE:**

Resolución 1944/03 DAMA., que reglamenta el procedimiento para el registro, el desmonte de elementos de publicidad exterior visual y el procedimiento sancionatorio en el Distrito Capital.

### **IMPUESTOS:**

Ver Acuerdo Distrital No 111 del 2003.