



Concejo Distrital de Cartagena de Indias D. T. y C.
ACUERDO No.
(041 DE 2007)

“POR MEDIO DEL CUAL SE REGLAMENTA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL DISTRITO DE CARTAGENA, SE CONCEDEN FACULTADES AL ALCALDE MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C, Y SE ESTABLECEN OTRAS DISPOSICIONES ESPECIALES NECESARIAS PARA EL CONTROL, LA PRESERVACIÓN Y DEFENSA DEL PATRIMONIO ECOLÓGICO Y CULTURAL DEL DISTRITO”

EL HONORABLE CONCEJO DISTRITAL DE CARTAGENA,

En uso de sus atribuciones legales, en especial las contenidas en el artículo 313 de la Constitución Política de Colombia, Ley 136 de 1994 , en especial la Ley 140 de 1994 .

ACUERDA:

ARTÍCULO 1º.- Objeto. El presente Acuerdo tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en el Distrito de Cartagena de Indias, dictando normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del Distrito, la protección de la integridad del espacio público y la seguridad vial y determinando específicamente la forma, procedimiento y ubicación de la Publicidad Exterior Visual, indicando a la vez las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.

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

Aún conservando las características atrás anotadas, no se entenderá como publicidad exterior visual las señales viales, la nomenclatura y la información sobre sitios de interés histórico, turístico, cultural o institucional de la Ciudad, siempre que tales señales sean puestas con la autorización de la Administración Distrital e igualmente las expresiones artísticas como pinturas o murales siempre que no contengan mensajes comerciales y las señales turísticas peatonales de que trata la Resolución No. 1738 de 2005 proferida por el Ministerio de la Cultura.

ARTÍCULO 3.- Prohibiciones. No podrá colocarse publicidad exterior visual además de los sitios señalados en la ley 140 de 1994, en los siguientes:

- a) En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas Distritales y la Ley 9º de 1989, o con las normas que las modifiquen, complementen o sustituyan y el Plan de Ordenamiento Territorial del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias.
- b) En las zonas históricas de conformidad con lo dispuesto en el artículo 469 del Plan de Ordenamiento Territorial, edificios o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos.
- c) En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y 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.
- d) En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aún cuando sean removibles.
- e) Sobre vías arteriales, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasavía en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.
- f) En los sitios en que la reglamentación específica que de este acuerdo expida el Alcalde Mayor, lo prohíba.

Características Particulares y Condiciones Para La Fijación de la Publicidad Exterior Visual.

AVISOS

ARTÍCULO 4º.- Definición. Entiéndase por aviso conforme al numeral 3 del artículo 13 del Código de Comercio el conjunto de elementos distintos de los que adornan la fachada, compuesto por logos y letras o una combinación de ellos que se utilizan como anuncio, señal, advertencia o propaganda que con fines profesionales, culturales, comerciales, turísticos o informativos se instalan adosados a las fachadas de las edificaciones.

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

ARTÍCULO 5º.- Ubicación: Los avisos deberán reunir las siguientes características

- a. Sólo podrá existir un aviso por fachada de establecimiento, salvo que la edificación contenga dos (2) o más fachadas en cuyo caso se autorizará uno por cada uno de ellas. Lo anterior sin perjuicio de aquellos establecimientos que puedan dividir su aviso según las reglas contenidas en este artículo.
- b. Los avisos no podrán exceder el 30% del área de la fachada del respectivo establecimiento. CON QUE CRITERIO FIJAS EL 30%
- c. Cuando en una misma edificación se desarrollen varias actividades comerciales éstas se anunciarán observando los requerimientos de este acuerdo. Cuando en una misma edificación existan establecimientos de comercio con fachadas hacia vía pública cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada observando las limitaciones anteriores.
- d. Las estaciones para el expendio de combustibles y los establecimientos comerciales con área de parqueo superior a 2.500 m2 podrán colocar un aviso comercial separado de la fachada, dentro del perímetro del predio, siempre y cuando no anuncie en un mismo sentido visual del que se encuentre en la fachada del establecimiento comercial ni se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de cesión tipo A, andenes calzadas de vías y donde este acuerdo lo prohíbe. En este caso, la altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y la superficie no podrá ser superior a 15 metros cuadrados.
- e. En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos se permitirá que éstos cuenten con sus respectivos avisos, los cuales se considerarán para todos los efectos avisos distintos de aquellos que corresponden a los establecimientos de comercio ubicados en el inmueble. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30% del área del frente del cajero.

PARÁGRAFO 1º. El aviso separado de la fachada referido en el literal d) será considerado como valla, en consecuencia deberá efectuarse su registro ante la autoridad correspondiente.

PARÁGRAFO 2º.- Para el centro histórico regirán las normas sobre avisos permanentes y transitorios señaladas en el artículo 467, 468 y demás normas concordantes del Plan de Ordenamiento Territorial.

ARTÍCULO 6º.- No está permitido colocar avisos con las siguientes características:

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



Concejo Distrital de Cartagena de Indias D. T. y C.
ACUERDO No.
(041 DE 2007)

ARTÍCULO 7º.- Responsables. Son responsables del cumplimiento de lo que aquí se reglamenta la persona natural o jurídica que elabore el aviso, el anunciante y el propietario del establecimiento o predio que coloque el aviso sin el cumplimiento de los requisitos previstos quienes se harán acreedores a las sanciones establecidas en este acuerdo.

Vallas

ARTÍCULO 8º.- Definición. Entiéndase por valla todo anuncio permanente o temporal utilizado como medio masivo de comunicación, que permite difundir mensajes publicitarios, cívicos, comerciales, turísticos culturales, políticos, institucionales, artísticos, informativos o similares; que se coloca, para su apreciación visual en lugares exteriores y que se encuentra montado sobre una estructura metálica u otro material estable con sistemas fijos; el cual sé íntegra física, visual, arquitectónica y estructuralmente al elemento que lo soporta y al entorno.

ARTÍCULO 9º.- Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones:

- 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 160 metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano, 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 será reglamentada por el alcalde mayor dentro de los seis meses siguientes a la vigencia de este acuerdo.
- c. Se podrá colocar Publicidad Exterior Visual en terrazas, y culatas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.
- d. La dimensión de la Publicidad Exterior Visual en lotes sin construir no podrá ser superior a cuarenta y ocho metros cuadrados (48 Mts2).
- e. Dimensiones vallas de estructura tubular: La altura máxima será de 24 metros, el área de la valla no podrá tener más de 48 metros cuadrados y no podrá sobresalir del límite del inmueble.

ARTÍCULO 10º.- Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz. En todo caso el propietario de la valla deberá observar y cumplir los requisitos establecidos en las leyes 142 y 143 de 1994 o aquellas que reglamenten, modifiquen o sustituyan.

ARTÍCULO 11º.- Vallas Institucionales. Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Se regirán por lo previsto en este Acuerdo y sólo por excepción podrán utilizarse en el espacio público adyacente a la obra en desarrollo. Estas vallas son temporales y contienen información institucional, preventiva, reglamentaria o direccional sobre servicios, medidas o sistemas de seguridad o transporte, construcción y reparación de obras y vías, programas de recreación, medio ambiente, salud e higiene o comportamientos cívicos. El área máxima será de 18 M2. Se podrá utilizar pintura o materiales reflectivos.

ARTÍCULO 12º.- Vallas en vehículos automotores. Son aquellas que se han fijado o adherido en vehículos automotores, siempre y cuando no contravengan las normas de tránsito de igual o superior jerarquía y en las condiciones que se señalan a continuación:

En las capotas de los vehículos autorizase la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales de 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 sesenta (60) centímetros.

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

ARTÍCULO 13º.- Responsables. Para los efectos de lo señalado en este acuerdo, será responsable por incumplimiento de lo que aquí se reglamenta el propietario de la estructura en la que se anuncia, el propietario del establecimiento y el propietario del inmueble o vehículo.

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

ARTÍCULO 14º. Otros medios de publicidad exterior visual

A. Medios informativos electrónicos: En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o sistemas de seguridad o transporte, prevención de riesgos, así como campañas culturales, cívicas, de recreación y salud pública. Podrán instalarse excepcionalmente sobre espacio público de acuerdo con el reglamento que el Alcalde Mayor expida para el caso. Estos elementos no podrán anunciar electrónicamente marca, producto o servicio con propósito comercial alguno. EL área expuesta del elemento será inferior a 8 metros cuadrados. Quien patrocine la colocación de tableros electrónicos tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10%.

B. En vehículos automotores. Se prohíbe fijar, pintar o adherir publicidad exterior visual en vehículos salvo la que anuncia productos o servicios en desarrollo del objeto social de la empresa que utiliza el vehículo para el transporte o locomoción de los productos o la prestación de servicios. Lo anterior no aplica para vehículo de transporte público que utilice combustibles exceptuados del control de emisiones contaminantes o de una edad inferior a 5 años con referencia al año modelo, siempre y cuando no contravenga las normas de tránsito de igual o superior jerarquía y en las condiciones que se señalan a continuación:

En las capotas de los vehículos autorizase la colocación de publicidad exterior visual, siempre y cuando se instale sobre un aditamento resistente a los fenómenos naturales, de 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 sesenta centímetros.

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

PARÁGRAFO : Los vehículos que actualmente tengan esta clase de publicidad deberán adecuarla a las regulaciones aquí señaladas y registrarlas ante la autoridad competente dentro de los tres (3) meses siguientes a la entrada en vigencia del presente Acuerdo.

Pasacalles o pasavías y pendones

ARTÍCULO 15º.- Definición. Son formas de publicidad exterior visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento, o la promoción de comportamientos cívicos. Estos anuncios serán registrados ante la Secretaría de Planeación Distrital. No podrán contener mensajes comerciales o de patrocinador en un área superior al veinticinco (25%) por ciento del tamaño total del pasacalle o pendón. Estos podrán colocarse con plazo no superior a 72 horas antes del evento y durante el desarrollo del mismo.

ARTÍCULO 16º.- Retiro o Desmonte. Los pasacalles y los pendones registrados deberán ser desmontados por quien hizo el registro dentro de las siguientes veinticuatro (24) horas a partir de la terminación del evento o actividad.

ARTÍCULO 17º.- Características Generales de los pendones: Deberán cumplir las siguientes condiciones.

- 1 - Elaborados en tela o similares y pegados en la parte superior e inferior a una regilla de madera.



Concejo Distrital
Cartagena de Indias

Concejo Distrital de Cartagena de Indias D. T. y C. ACUERDO No. (041 DE 2007)

2. Se permitirá la colocación de estos elementos para los siguientes eventos: cívicos, institucionales, culturales, artísticos, políticos y deportivos.
Parágrafo: El Alcalde reglamentará los lugares en donde se permitirá la instalación de estos elementos y las condiciones específicas para el efecto.

ARTÍCULO 18º.- Características Generales de los Pasacalles o Pasavías. Deberán cumplir las siguientes condiciones:

1. Deberán ser elaborados en tela o materiales similares y perforados de tal forma que permitan la libre circulación del aire;
2. Entre uno y otro deberá existir una distancia mínima de doscientos (200) MTS;
3. Deberán estar instalados a una altura mínima de cinco (5) Mts., con relación al nivel de la calzada;
4. Podrán contener mensajes publicitarios siempre y cuando éstos no sobrepasen del 25% del área del elemento; y

PARÁGRAFO.- El Alcalde reglamentará los lugares en donde se permitirá la instalación de estos elementos y las condiciones específicas para el efecto, encontrándose facultado para restringir las condiciones y distancias para su instalación.

ARTÍCULO 19º.- Responsables. Son responsables por el incumplimiento de lo que aquí se dispone, el que registra la publicidad o en su defecto el anunciante

Otras formas de publicidad exterior visual

ARTÍCULO 20º.- Murales artísticos. Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros del cerramiento-. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno; en todo caso requieren el correspondiente registro ante la Secretaría de Planeación Distrital-Division de Control urbano y la autorización del propietario del inmueble según el caso. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes. Quien patrocine la colocación de murales artísticos tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios en un área no mayor al 10% sobre la misma superficie, y en todo caso no mayor de 4 M2.

PARÁGRAFO.- El Alcalde reglamentará los lugares en donde se permitirá la instalación de estos elementos y las condiciones específicas para el efecto.

ARTÍCULO 21º.- Publicidad aérea. Este tipo de publicidad incluye los globos libres y los dirigibles con publicidad exterior visual, así como los aviones con publicidad de arrastre y publicidad exterior. En ningún caso será permitido arrojar publicidad o información alguna desde naves en vuelo sobre el Distrito. Lo anterior se regirá de conformidad a las normas que en esta materia tenga previsto la Aeronáutica Civil.

ARTÍCULO 22º.- Globos anclados, elementos inflables, maniqués, o similares. Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas en este Acuerdo y serán registrados ante la Secretaría de Planeación Distrital, por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre vías.

ARTÍCULO 23º.- No se podrá colocar publicidad exterior visual diferente a la establecida en el presente Acuerdo. No obstante, se podrá implementar las innovaciones tecnológicas a los actuales elementos de publicidad exterior visual.

ARTÍCULO 24º: Autorízase en el D.T. y C., de Cartagena de Indias, la instalación de publicidad exterior visual --regulada en la Ley 140 de 1994-, en los cerramientos de carácter temporal para predios sin urbanizar y urbanizados no construidos mientras dure la construcción o ejecución de las obras u objetos autorizados en la licencia correspondiente.

PARÁGRAFO: Entiéndase por cerramientos, para los efectos de este acuerdo, aquellos autorizados temporalmente mientras se ejecutan las obras de construcción, urbanización, parcelación, subdivisión ó demolición.

ARTÍCULO 25º. La publicidad exterior visual en cerramientos temporales de propiedad privada, deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- a) Las estructuras deberán ser fijas, fabricadas mediante bastidores tubulares, construidos con materiales metálicos, los cuales deben ser de lámina galvanizada o de algún otro material de superior calidad que garantice, en todo momento, la seguridad de los residentes y transeúntes.
- b) Las estructuras deberán contar con un sistema de iluminación, el cual debe estar colocado a una altura mínima de 2.50 metros sobre el nivel del andén con la posibilidad de proyectarse hasta 90 centímetros sobre la parte superior de los paneles.
- c) Las estructuras deberán mantenerse en excelente estado de aseo y libres de escombros y material de obra, a fin de garantizar la seguridad y movilidad del transeúnte.
- d) Las estructuras deben estar dentro de los límites de la propiedad privada o adosadas a algún elemento que la conforme.
- e) Cada panel con Publicidad Exterior Visual no podrá tener un área superior a quince metros cuadrados (15.00m2).

PARÁGRAFO: La publicidad exterior visual permitida en este Acuerdo, deberá cumplir además, todos los requisitos señalados en la Ley 140 de 1994 y demás normas concordantes sobre la materia, en especial deberá contar con el visto bueno de la autoridad ambiental competente.

ARTÍCULO 26º. La publicidad exterior visual permitida en los cerramiento a que se refiere el artículo primero, no podrá exceder del ochenta por ciento (80%) del área total del cerramiento.

ARTÍCULO 27º: Sin excepción éste tipo de publicidad deberá contar con el registro correspondiente ante la Secretaría de Planeación Distrital.

ARTÍCULO 28º: Además de las prohibiciones especiales contenidas en la Ley 140 de 1994, se prohíbe a publicidad exterior visual en cerramientos temporales de propiedad privada:

- a) Si el predio donde se instala el cerramiento está ubicado en el centro histórico.
- b) Si algún elemento publicitario de dicha estructura se encuentra a menos de 200 metros de Monumentos Históricos, artísticos, templos o aquellos inmuebles que hayan sido señalados o que señale autoridad competente.
- c) Si existe un cerramiento con Publicidad Exterior Visual registrada o autorizada dentro de los ciento veinte metros lineales (120.00mts) y respecto del sitio donde se persigue instalar el nuevo elemento.
- d) Si existe una Valla con Publicidad Exterior Visual dentro del predio donde se pretende instalar. No cuentan aquellas Vallas utilizadas para promocionar las edificaciones en proceso de construcción y/o venta,
- e) Sin el consentimiento del propietario, tenedor o poseedor.

PARÁGRAFO: Por cada cinco (5) espacios (paneles) instalados con Publicidad Exterior Visual se cederá gratuitamente uno (1) para uso de mensajes alusivos a campañas Distritales o institucionales.

Mecanismos de control y sanciones, Registro, infracciones y otras disposiciones

ARTÍCULO 29º.- Registro: El responsable de cualquiera de los medios de publicidad regulada en este Acuerdo, deberá registrarla a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles anteriores a su colocación, ante la Secretaría de Planeación quien supervisará el cumplimiento de los requisitos y condiciones pertinentes.



Concejo Distrital
Cartagena de Indias

Concejo Distrital de Cartagena de Indias D. T. y C. ACUERDO No. (041 DE 2007)

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

- Visto bueno de la autoridad ambiental respectiva
- Tipo de publicidad y su ubicación;
- Identificación del anunciante, NIT y demás datos para su colocación.
- Identificación del dueño del inmueble donde se ubique la publicidad, junto con su dirección, documentos de identidad, Nit, teléfono y demás datos para su localización.
- Ilustración o fotografías de la publicidad exterior visual y transcripción de los textos que en ella aparecen.-

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

Para el cumplimiento de lo aquí previsto, la Secretaría de Planeación, deberá adoptar un formato único de registro y llevar un sistema de información que haga posible conocer las condiciones en que se encuentra la publicidad exterior visual en relación con sus obligaciones frente al Distrito. Igualmente se conformará un expediente por cada registro.

PARÁGRAFO: Los registros tendrán una vigencia máxima de tres meses, prorrogables

ARTÍCULO 30º.- Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el Artículo 8 de la Ley 9 de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido o en condiciones no autorizadas, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la Secretaría de Planeación Distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5 del Decreto 1 de 1984 (Código Contencioso Administrativo).

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, el Alcalde o su delegado podrá iniciar una acción administrativa de oficio, para determinar si la Publicidad Exterior Visual se ajusta a la Ley.

Recibida la solicitud o iniciada de oficio la actuación, el funcionario competente 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, 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 éste artículo, el Alcalde o su delegado, dentro de los veinte (20) días hábiles siguiente al día de la 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.

ARTÍCULO 31º.- 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 a 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 o su delegado. Las resoluciones así emitidas y en firme presentarán mérito ejecutivo.

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

ARTÍCULO 32º :El impuesto de publicidad exterior visual regulado en el Acuerdo 041 de 2006, será liquidado por la Secretaría de Planeación dentro de los diez días siguientes al registro de la publicidad y el responsable del impuesto deberá consignarlo dentro de los cinco días siguientes y sucesivamente dentro de los cinco primeros días de cada mes o fracción de mes, en la cuenta que señale para el efecto la Secretaría de Hacienda Distrital.

Disposiciones Finales

ARTÍCULO 33º.- Contenido de los mensajes. No estarán permitidas prácticas atentatorias contra la moral y las buenas costumbres o que induzcan a confusión con la señalización vial e informativa.

ARTÍCULO 34º.- Cuando la publicidad exterior visual se haga sobre vallas, en su parte interior derecha deberá incluir el número de registro, en forma visible y legible desde el espacio público.

ARTÍCULO 35º.- Licencia vigente. Los registros que reúnan las condiciones establecidas en las normas vigentes a su expedición conservaran su validez hasta la fecha de su vencimiento.

PARÁGRAFO 1º.- 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 tres (3) meses después de la entrada en vigencia de este Acuerdo.

PARÁGRAFO 2º.- La publicidad exterior visual que no cuente con ningún tipo de permiso deberá ser registrada dentro de un plazo no mayor de tres (3) meses a partir de la entrada en vigencia del presente acuerdo. Las solicitudes del registro se evaluarán teniendo en cuenta lo estipulado en este Acuerdo, vencido este plazo la publicidad visual que no esté registrada se le aplicará las sanciones pertinentes.

ARTÍCULO 36º.- Publicidad Política. Lo concerniente a la Publicidad Política se regirá por las normas legales vigentes y, en lo que no se oponga, por lo establecido en el presente Acuerdo.

ARTÍCULO 37º: Facúltase al señor Alcalde Mayor de Cartagena de Indias, para que en un plazo de seis (6) meses, reglamente las disposiciones del presente acuerdo y compile las demás disposiciones relacionadas con la materia que se encuentren vigentes.

ARTÍCULO 38º.- Vigencia y derogatorias. El presente Acuerdo rige a partir de su sanción y fecha de publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias

Dado en Cartagena de Indias, a los Veinte (20) días del mes de Octubre del año dos mil siete (2007).

ANTONIO QUINTO GUERRA VARELA
Presidente

JOSE CARLOS PUELLO RUBIO
Secretario General

SECRETARIA GENERAL DEL CONCEJO DISTRITAL DE CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.; Cartagena de Indias, D. T. y C., a los veinte (20) días del mes de Octubre del año dos mil siete (2007), **CERTIFICA:** Que el Acuerdo que antecede fue aprobado en comisión el día dieciocho (18) de Octubre del 2007, y en Plenaria a los veinte (20) días del mes de Octubre del año dos mil siete (2007).