



RÉGIMEN LEGAL DE BOGOTÁ D.C.

© Propiedad de la Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.

Secretaría
Jurídica Distrital

Decreto 959 de 2000 Alcalde Mayor

Fecha de Expedición:

01/11/2000

Fecha de Entrada en Vigencia:

01/11/2000

Medio de Publicación:

Registro Distrital 2262 del 1 de noviembre de 2000

Temas



DECRETO 959 DE 2000

(Noviembre 01)

Por el cual se compilan los textos del Acuerdo [01](#) de 1998 y del Acuerdo [12](#) de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá

El Alcalde Mayor de Bogotá, Distrito Capital,

en uso de sus facultades legales, en especial las conferidas por el artículo 38 del Decreto-Ley 1421 de 1993 y el artículo décimo sexto del Acuerdo Distrital 12 de 2000,

[Ver la Resolución de la Sec. Ambiente 5453 de 2010](#)

DECRETA:

ARTICULO 1. Este decreto compila las normas del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, que conforman la reglamentación vigente en materia de publicidad exterior visual en el Distrito Capital de Bogotá, según facultad otorgada por el Concejo Distrital en el artículo décimo sexto del Acuerdo Distrital 12 de 2000. Para efectos metodológicos, se señalan en cada caso, los artículos del Acuerdo 01 de 1998 que han sido modificados por el Acuerdo 12 de 2000.

La reglamentación en materia de publicidad exterior visual en el Distrito Capital de Bogotá, será la siguiente:

[Ver la Ley 140 de 1994](#), [Ver Concepto Secretaría General 13 de 2002](#), [Ver Resolución del Ministerio de Transporte 19341 de 2002](#), [Ver el Decreto Distrital 506 de 2003](#), [Ver la Resolución de la Sec. Distrital de Ambiente 931 de 2008](#)

TÍTULO I

Disposiciones generales

ARTICULO 1. Objeto. El presente acuerdo tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida de los ciudadanos residentes en Bogotá, D.C., en consonancia, con los derechos a la comunicación, al medio ambiente sano, la protección de la integridad del espacio público y la seguridad vial. Como objetivos específicos determinar la forma, procedimiento y ubicación de la publicidad exterior visual, indicando a la vez las zonas en las que está permitida o prohibida su exhibición y las responsabilidades que recaen sobre propietarios y anunciantes.

ARTICULO 2. 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.

Aun 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.

[Ver el Proyecto de Acuerdo Distrital 175 de 2002](#)

TÍTULO II

Amoblamiento urbano

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

Son elementos de Amoblamiento urbano, entre otros los siguientes:

De comunicación: Las cabinas telefónicas, los buzones;

De información: La nomenclatura, la señalización, las carteleras locales, los mogadores, las identificaciones arquitectónicas o urbanas;

De organización: Las señales de tránsito, los semáforos, los paraderos, los bolardos, los transformadores eléctricos, las cajas de teléfonos, las tapas de las alcantarillas;

De ambientación: El alumbrado público, las bancas, asientos y materas, los objetos decorativos, los monumentos y esculturas;

De recreación: Los juegos y aparatos de pasatiempo de propiedad pública;

De servicios varios: Las casetas de expendio de dulces, revistas, flores y otros;

De salud e higiene: Los baños y objetos recolectores de basura;

De seguridad: Los hidrantes, barandas, cerramientos;

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

PARÁGRAFO 1. La entidad oficial que instale o autorice instalar elementos de mobiliario urbano, será responsable, directamente o a través de terceros del mantenimiento y perfecta conservación de los mismos.

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

ARTICULO 5. Prohibiciones. No podrá colocarse publicidad exterior visual en los siguientes sitios:

a) En las áreas que constituyan espacio público de conformidad con las normas distritales y la Ley 9ª de 1989, o con las normas que lo modifiquen, complementen o sustituyan;

b) En las zonas históricas, edificios, o sedes de entidades públicas y embajadas, salvo que se trate de los avisos que indican el nombre de las entidades, embajadas y lugares históricos y de la publicidad exterior visual que de manera eventual anuncie obras de remoción o eventos artísticos;

c) (Modificado por el artículo 1º del Acuerdo 12 de 2000). En los sectores residenciales especiales, salvo que se trate de avisos adosados a la pared de establecimientos comerciales, los cuales en los sectores antes señalados, no podrán tener iluminación. Esta prohibición no se aplicará sobre ejes de actividad múltiple ni aquellos establecimientos que por disposición de autoridad competente deban iluminar su aviso en horario nocturno;

d) En las zonas declaradas como reservas naturales, hídricas y en las zonas declaradas de manejo y 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;

e) En lugares en los que su colocación obstaculice el tránsito peatonal, en donde interfiera con la visibilidad de la señalización vial, informativa y de la nomenclatura urbana, aun cuando sean removibles, y

f) Sobre vías principales y metropolitanas, no se permitirá publicidad exterior visual en movimiento, ya sea como pasavía o en estructura de cualquier naturaleza o en soporte tubular.

TÍTULO III

Características particulares y condiciones para fijación de la publicidad exterior visual

CAPÍTULO I

Avisos

ARTICULO 6. ([Modificado por el artículo 2º del Acuerdo 12 de 2000](#)).

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

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

ARTICULO 7. ([Modificado por el artículo 3° del Acuerdo 12 de 2000](#)).

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;

c) Cuando en una misma edificación se desarrolle varias actividades comerciales éstas se anuncian observando los requerimientos de este acuerdo. Cuando en la misma edificación existan establecimientos de comercio con fachadas hacia la vía pública cada uno de ellos podrá anunciar en su respectiva fachada observando las limitaciones anteriores;

d) Las estaciones para el expendio de combustible y los establecimientos comerciales con área de parqueo superior a 2.500 m² podrán colocar un aviso comercial separado de la fachada, dentro del perímetro del predio, siempre y cuando no anuncie en mismo un sentido visual del que se encuentre en la fachada del establecimiento comercial ni se ubique en zonas de protección ambiental, zonas de sesión tipo A, andenes, calzadas de vías y donde este acuerdo lo prohíbe. En este caso, la altura máxima permitida será de quince (15) metros contados desde el nivel del piso hasta el punto más alto y la superficie no podrá ser superior a 15 metros cuadrados;

e) Los edificios de oficinas ubicados sobre ejes de actividad múltiple que tengan más de cinco pisos podrán tener su propia identificación la cual podrá estar ubicada en su cubierta o en la parte superior de la fachada, y

f) En los inmuebles donde operen redes de cajeros automáticos se permitirá que éstos cuenten con sus respectivos avisos, los cuales se consideran para todos los efectos avisos distintos de aquellos que corresponden a los establecimientos de comercio ubicados en el inmueble. En todo caso estos avisos no podrán ocupar más del 30% del área del frente cajero.

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

PARÁGRAFO 2. La junta de patrimonio histórico reglamentará en un plazo de seis (6) meses, a partir de la vigencia del presente acuerdo, las características del aviso en las zonas históricas de la ciudad.

ARTICULO 8. No está permitido colocar avisos bajo las siguientes condiciones:

a) Los avisos volados o salientes de la fachada;

b) Los que sean elaborados con pintura o materiales reflectivos;

- c) Los pintados o incorporados en cualquier forma a las ventanas o puertas de la edificación, y
- d) Los adosados o suspendidos en antepechos superiores al segundo piso.

ARTICULO 9. ([Modificado por el artículo 4° del Acuerdo 12 de 2000](#)).

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

CAPÍTULO II

Vallas

ARTICULO 10. Definición. Enriéndese 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. [Ver el art. 88, Acuerdo Distrital 79 de 2003](#)

ARTICULO 11. ([Modificado por artículo 5° del Acuerdo 12 de 2000](#)).

Ubicación. Las vallas en el distrito capital podrán ubicarse en los inmuebles ubicados en vías tipo V-0 y V-1, V-2, en un ancho mínimo de 40 metros.

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

Las vallas deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a) Distancia. La distancia mínima entre vallas será de 160 metros en vías con tramos de actividad y de 320 metros en vías sin tramos de actividad;
- b) Dimensiones vallas de estructura tubular. La altura máxima será de 24 metros, el área de la valla no podrá tener más de 48 metros, cuadrados y no podrá sobresalir del límite del inmueble;
- c) Dimensiones vallas de estructura convencional. El área de valla no podrá tener más de 48 metros cuadrados y podrá instalarse en culatas (sin exceder el 70% del área de la misma), en las cubiertas de edificios la valla no podrá sobresalir los costados de la edificación que la soporta.
- d) Medios informativos electrónicos. En los tableros o vallas electrónicas se podrá anunciar únicamente información ambiental, servicios públicos, medidas o 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. Quienes patrocinen la colocación de tableros electrónicos tendrán derechos a hacer anuncios publicitarios fuera del tablero electrónico en un área no mayor al 10%, y
- e) 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.

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

PAR.—Igualmente prohibase su instalación en la zona ubicada al costado oriental de la línea determinada por las siguientes vías: avenida séptima desde el límite norte del distrito calle 246, siguiendo por la carrera séptima y su continuación por la carrera sexta hasta la calle 34 sur, siguiendo por ésta hasta la diagonal 36 sur avenida Ciudad de Villavicencio. Se exceptúa de esta prohibición las vallas que anuncien obras de construcción, remodelación, adecuación o ampliación.

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

ARTICULO. 13. — ([Modificado por el artículo 6° del Acuerdo 12 de 2000](#)). Las vallas podrán ser iluminadas interior o exteriormente, siempre y cuando no afecten residencias ni generen servidumbres de luz.

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

ARTICULO. 14. —Vallas institucionales. Las vallas institucionales tienen por objeto comunicar actividades de los organismos del Estado. Se registrarán 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. [Ver la Resolución del Ministerio de Transporte 300 de 1996](#)

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

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

se integre visualmente al elemento portante, en forma paralela y que su tamaño no supere el 50% del área de la capota, ni tenga una altura superior a sesenta (60) centímetros.

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

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

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

CAPÍTULO III

Pasacalles o pasavias y pendones

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

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

ARTICULO 19. —Características generales de los pendones. Deberán cumplir las siguientes condiciones:

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

ARTICULO 20. —Características generales de los pasacalles o pasavias. Deberán cumplir las siguientes condiciones:

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

PARÁGRAFO. —Se permitirá su instalación únicamente sobre ejes de tratamiento de carácter zonal y local.

ARTICULO 21. —Responsables. Son responsables por el incumplimiento de lo que aquí se dispone, el que registra o en su defecto el anunciante.

[Ver el Concepto de la Sec. General 016 de 2008](#)

CAPÍTULO IV

Carteleras locales y mogadores

ARTICULO 22. —Definición. Entiéndese por carteleras locales las estructuras que se encuentran adosadas a los muros de cerramiento de los lotes y en las que se podrán fijar afiches o carteles. El distrito proveerá las carteleras locales.

Se entiende por morador la estructura ubicada por las autoridades distritales o autorizadas por éstas en el espacio público con el fin de que a ella se, adosen carteles o afiches.

ARTICULO. 23. —Ubicación. El departamento administrativo de planeación Distrital definirá las condiciones generales para la ubicación de carteleras locales y mogadores.

PARÁGRAFO. —Los propietarios podrán solicitar que en su predio o en el espacio público contiguo sea colocada una cartelera local o un morador.

ARTICULO 24. —Está prohibido colocar carteleras locales y mogadores en los siguientes lugares:

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

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

CAPÍTULO V

Otras formas de publicidad exterior visual

ARTICULO 25. —Murales artísticos. Para los efectos de esta disposición son murales artísticos los que con carácter decorativo y con motivos artísticos se pintan directamente sobre los muros de las culatas de las edificaciones y muros de cerramiento. Estos murales no podrán incluir ningún tipo de publicidad ni evocar marca, producto o servicio alguno; en todo caso requieren el correspondiente registro por parte del DAMA. Los motivos de los murales artísticos no se pueden repetir ni en un mural ni en murales diferentes. Quien patrocine la colocación de murales artísticos tendrá derecho a hacer anuncios publicitarios en una área no mayor al 10% sobre la misma superficie, ni mayor a 48 mts². **El texto subrayado fue suspendido por el Juzgado 30° Administrativo del Circuito de Bogota, D.C., mediante providencia de julio 16 de 2010 (AP 2007-0354).**

PARÁGRAFO. —Está prohibido pintar anuncios publicitarios sobre los muros, las culatas de los edificios, y los muros de cerramiento, de lotes sin desarrollo.

[Ver Resolución Sec. Ambiente 1184 de 2015](#) y [Ver Resolución Sec. Ambiente 729 de 2015](#).

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

ARTICULO 27. —Globos anclados, elementos inflables, maniqués, colombinas o similares. Los instrumentos de este tipo de publicidad, inclusive los instalados en lotes o edificaciones privadas, se sujetarán a lo previsto para las vallas en este acuerdo y serán registradas ante el alcalde local correspondiente, por un plazo máximo de 72 horas y en ningún caso sobre vías.

ARTICULO 28. —No está permitido colocar las anteriores formas de publicidad exterior en los siguientes sitios además de los ya mencionados en las restricciones del artículo 5° de este acuerdo:

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

ARTICULO 29.—No se podrá colocar publicidad exterior visual diferente a la establecida en el presente acuerdo. No obstante, se podrá implementar las innovaciones tecnológicas a los actuales elementos de publicidad exterior visual.

TÍTULO IV

Mecanismos de control y sanciones

CAPÍTULO I

Registro, infracciones y otras disposiciones

ARTICULO 30. — ([Modificado por el artículo 8° del Acuerdo 12 de 2000](#)).

Registro. El responsable de la publicidad deberá registrarla a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles anteriores a su colocación, ante el DAMA quien reglamentará y supervisará el cumplimiento de lo previsto en el presente acuerdo.

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

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

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

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

ARTICULO 31. — ([Modificado por el artículo 9° del Acuerdo 12 de 2000](#)).

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

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

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

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

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

ARTICULO 32. — ([Modificado por el artículo 10 del Acuerdo 12 de 2000](#)).

Multas. Los infractores de este acuerdo incurrirán en multas de uno y medio (1½) a diez (10) salarios mínimos legales mensuales según la gravedad de la contravención y el desmonte del respectivo elemento de publicidad si fuese el caso. El infractor tendrá un plazo de diez días para acatar la orden; en caso de desacato por parte del infractor a dicha sanción, la autoridad

competente podrá multar nuevamente en las mismas condiciones establecidas en el presente acuerdo.

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

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

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

ARTICULO 33. — ([Modificado por el artículo 11 del Acuerdo 12 de 2000](#)). El funcionario que actúe contraviniendo lo establecido en el presente acuerdo incurrirá en causal de mala conducta.

TÍTULO V

Disposiciones finales

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

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

ARTICULO 36. —En las áreas deportivas, culturales, educativas y residenciales, sólo podrá publicitarse las marcas de los respectivos productos.

ARTICULO 37. —Licencias vigentes. Las licencias y autorizaciones vigentes antes de ser expedido este acuerdo conservarán 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 doce (12) meses después de la entrada en vigencia de este acuerdo.

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

ARTICULO 38. —Desmante de vallas. En el proceso de desmante de vallas, tendrá prelación para permanecer en el respectivo lugar, la valla con el registro o licencia más antiguo que se encuentre de conformidad con las normas vigentes al momento de su instalación.

ARTICULO 39. —Publicidad política. Lo concerniente a la publicidad política se regirá por las normas legales vigentes y por lo establecido en el presente acuerdo. [Ver la Resolución del Alcalde Mayor 134 de 2002](#)

ARTICULO 40. — Vigencia y derogatorias. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial las contenidas en los decretos distritales 514 de 1986 y 351 de 1991.

ARTICULO 41. — ([Artículo 12 del Acuerdo 12 de 2000](#)). La publicidad exterior visual es un medio masivo de comunicación reconocido por la Constitución Política y regulado de manera específica por la Ley 140 de 1994, que la determina como una actividad libre previo el cumplimiento de ciertos requisitos previamente establecidos.

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

ARTICULO 43. — ([Artículo 14 del Acuerdo 12 de 2000](#)).

Transitorio. Se congela en el Distrito Capital la instalación de nuevas vallas por un término de 2 años contados a partir de la entrada en vigencia del presente acuerdo.

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

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

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

[Ver art. 14 Resolución DAMA 0912 de 2002](#)

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

ARTICULO 46. — ([Artículo 16 del Acuerdo 12 de 2000](#)).

Vigencia. El presente acuerdo rige a partir de su sanción. Las demás normas del acuerdo 01 de 1998 continúan vigentes.

ARTICULO 2º—Este decreto rige a partir de la fecha de su publicación.

Publíquese y cúmplase.

Dado en Bogotá, D.C., a 1º de noviembre de 2000.