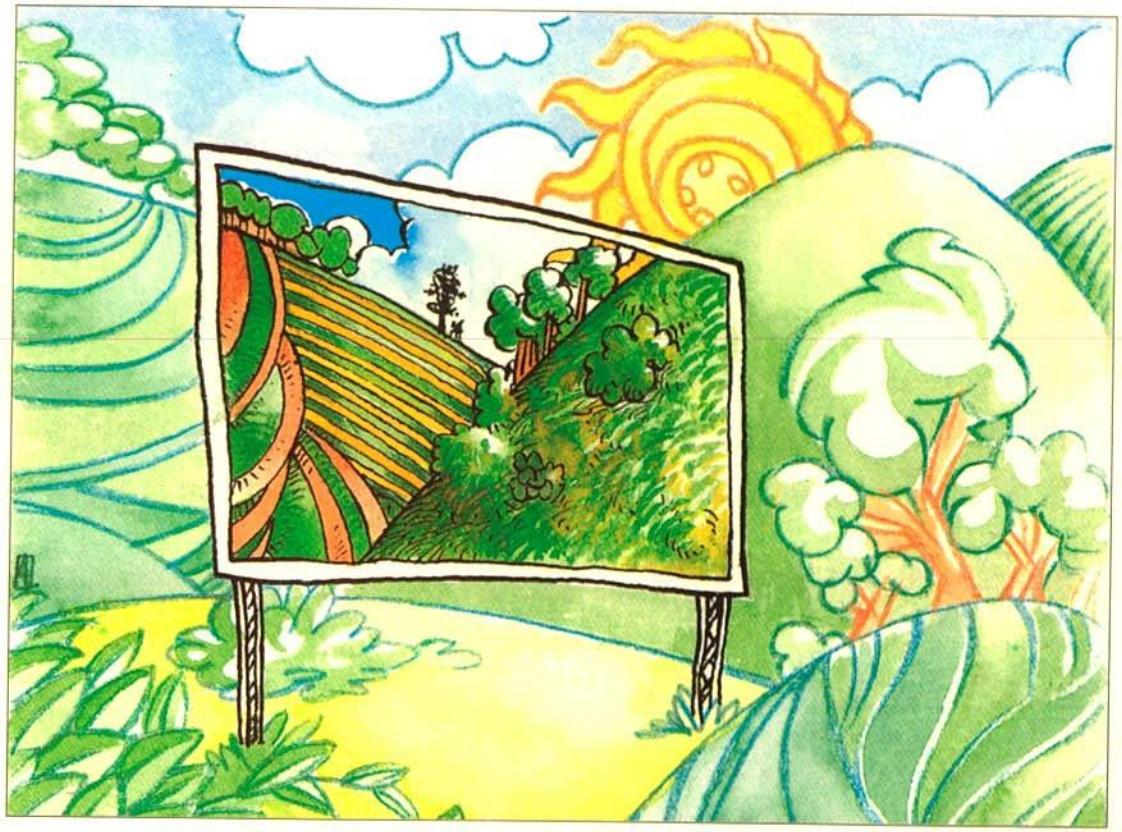
19552

Descontaminación visual y del paisaje

Ley 140 de 1994



19552

Corporación Autónoma
Regional de Cundinamarca

CAR
Autoridad Ambiental

19552

25873

BIBLIOTECA
DE COLOMBIA

08 FEB. 2001

Descontaminación visual y del paisaje

CAR

LEY 40 DE 1994

Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca - CAR

Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca - CAR

Diego Bravo Borda
Director General

William Morales
Secretario General

Equipo de trabajo CAR

Ricardo López Dulcey
Director Regional Fusagasugá

Luís Orlando Pacheco Vega
Coordinador Educación Ambiental
Regional Fusagasugá

Luís Anibal Correa Guzmán
Edgar Van Der Berg
Ofelia Álvarez

Unidades de Gestión Regional Fusagasugá

Equipo de trabajo Municipio de Granada

Jairo Santamaría Dimas
Alcalde Municipio de Granada

Yury Bladimir Guzmán
Jefe de Planeación Municipio de Granada

Coordinación
Unidad Estratégica de Comunicaciones e Información CAR

Esta cartilla ha sido realizada por iniciativa y con el trabajo de la -CAR-
Dirección Regional Fusagasugá

I. C. A. - BAC
No. Acceso
Compra
Canje
Donación
Procedencia Corporación Autónoma Regional de Cauca CAR
Fecha. Feb 8 de 2001 Costo $8.000

Asesoría Editorial y
Diseño Gráfico
Zeta Periodismo

Ilustraciones
Jorge Alberto Ávila

Impresión
Empresa Editorial de Cundinamarca
-Edicundi-

Contenido

Presentación 4

Introducción 5

Objetivo 6

I. PRIMERA PARTE
LEY 140 DE 1994 7

1. Qué es la Ley 140 8
2. Qué es la publicidad exterior visual 9
3. Registro de publicidad exterior visual 9
4. Condiciones para realizar la publicidad exterior visual 10
5. Condiciones para zonas urbanas y rurales 11
6. Remoción o modificación de la publicidad exterior visual 15
7. Sanciones 17
8. Impuesto 18

II. SEGUNDA PARTE
CÓMO APOYAR A LOS ALCALDES
PARA PONER EN APLICACIÓN LA LEY 140 19

PLAN DE ACCIÓN 21

1. En la elaboración del inventario 22
2. En la elaboración del proyecto de decreto para el registro 23
3. En la elaboración del proyecto de acuerdo para establecer impuestos 25
4. En la notificación a publicistas y propietarios 26
5. En la elaboración del proyecto de resolución para las sanciones 27
6. En la elaboración del formulario para el registro 28
7. En la remoción o modificación 28

3. Elaborar el acuerdo municipal para establecer impuestos

Estos impuestos se cobran por la instalación de la publicidad exterior visual en el municipio objetivo. (Formato No. 3).

...IMPUESTO DE AVISOS Y TABLEROS

ARTÍCULO ___ Impuesto de avisos y tableros: El municipio de _____, autorizado por la ley 14 de 1983, cobrará a todas las actividades industriales, comerciales y de servicios, como complemento de industria y comercio, el 15% sobre el valor de éste; dicho porcentaje cubrirá únicamente la instalación de un aviso fijado contra la fachada del negocio y su medida no superará tres metros cuadrados.

La instalación de avisos, murales o cualquier otro tipo de comunicación destinado a informar o llamar la atención, será considerado como PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL, y deberá cancelar un impuesto anual, o fracción de año si fuere el caso.

Según la medida de la publicidad utilizada se establecen las siguientes tarifas:

De 1 (uno) a 3 (tres) metros cuadrados	$ 100.000,oo anuales
De 3 (tres) a 6 (seis) metros cuadrados	$ 200.000,oo anuales
De 6 (seis) a 10 (diez) metros cuadrados	$ 300.000,oo anuales
De 10 (diez) metros cuadrados en adelante	$ 400.000,oo anuales

La sanción por mora en el pago de este impuesto y la determinación de la tasa de interés moratorio, se regularán por lo dispuesto en los artículos 634 y 635 del Estatuto Tributario Nacional.

PARÁGRAFO: Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público através de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres o fluviales, marítimas o aéreas....

Formato N°3

LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL
DE CUNDINAMARCA -CAR-
REGIONAL FUSAGASUGÁ

INFORMA:

A los publicistas y propietarios de vallas ubicadas sobre los costados de la vía panamericana en la jurisdicción del Municipio de Granada- Cundinamarca, que está abierto **EL REGISTRO PUBLICO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**, acorde con la ley 140 de 1994.

Que se ha establecido como fecha límite el 20 de agosto de 1997, para que se acerquen a la OFICINA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL, con el propósito de registrar y legalizar dichas vallas publicitarias.

Vencida la fecha límite de registro y legalización, el municipio de Granada, siguiendo lo establecido en el articulo 12 de la ley 140 de 1994, dispondrá la remoción de toda aquella publicidad que no se haya acogido a los términos de la ley; lo anterior sin perjuicio de la aplicación de las sanciones económicas previstas en la norma.

SEGUNDO AVISO

Formato N°4

Granada, agosto 3 de 1.997

Señor
PEDRO LÓPEZ GARCIA
GERENTE ATLAS PUBLICIDAD
Cra 10 # 87- 20 Santa Fe de Bogotá

Apreciado Señor López:

Mediante decreto N°____el municipio de___en cumplimiento de la ley 140 de 1994, la cual reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional adoptó el registro público al que se refiere la mencionada ley.

De otra parte el municipio adelantó el respectivo inventario de vallas publicitarias a lo largo de la vía Panamericana correspondiente a su jurisdicción, estableciendo la existencia de publicidad de su propiedad, la cual no cumple con las especificaciones dadas por la ley 140.

Por lo anterior me permito comunicarle que se ha establecido el día____ de____, del presente año, como fecha límite para que se acerque a las oficinas de Planeación Municipal con el propósito de que legalice y registre su publicidad exterior visual conforme a la ley.

Para efectos de legalización de la publicidad, se tendrá en cuenta el orden de recibo de las solicitudes de registro. Vencida la fecha límite de legalización y registro, el municipio, siguiendo lo establecido en el art. 12 de la ley 140, dispondrá la remoción de toda aquella publicidad que no se haya acogido a los términos de la ley; lo anterior sin perjuicio de la aplicación de las sanciones económicas previstas en la misma norma.

Atentamente,

Alcalde Municipal

Formato N°5

4. Notificar a los publicistas o propietarios de la publicidad

Esta notificación se hace para que en el plazo establecido por el alcalde municipal, se acerquen a la oficina respectiva a registrar la publicidad.

Avisos de prensa

Se sugiere publicar, en dos (2) diarios de amplia circulación nacional, avisos donde se convoca a los dueños o firmas publicitarias responsables de las vallas para que se registren en la alcaldía municipal o en la oficina autorizada. (Formato No. 4)

Comunicación personal

Para brindar igualdad de condiciones a los publicistas o propietarios de publicidad, una vez efectuado el inventario e identificados los responsables de la publicidad exterior visual, se les enviará una comunicación a través de correo certificado. Esta comunicación será firmada por el alcalde e indicará la fecha límite para efectuar el registro. (Formato No. 5)

Introducción

Cómo solucionar de forma legal la contaminación visual del paisaje causado por la publicidad exterior visual, de tal manera que ésta no se convierta en un inconveniente que afecte a las firmas publicitarias y a sus anunciantes, es uno de los grandes problemas que vive el país y especialmente el departamento de Cundinamarca.

Con la publicación de la Ley 140 del 23 de junio de 1994, se dio la herramienta para que los municipios puedan empezar a aplicarla en su jurisdicción, mejorando la calidad de vida de los habitantes a través de la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y la integridad del medio ambiente.

La Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR, en ejercicio de máxima autoridad ambiental, se propone dar a los alcaldes del área de su jurisdicción todo el apoyo técnico y logístico para poner en vigencia esta norma y, por consiguiente, defender el medio ambiente.

La cartilla *Descontaminación visual y del paisaje* será el instrumento de consulta para que los alcaldes, jefes de oficinas de Planeación y funcionarios de la CAR, conozcan sus competencias y los procedimientos para hacer de la Ley 140 una herramienta de fácil uso.

Objetivo

Esta cartilla se propone invitar a los alcaldes, jefes de planeación y funcionarios de las CAR's, publicistas y demás interesados a trabajar y poner en marcha el PLAN DE ACCIÓN, que permita a corto plazo la aplicación de la Ley 140 de 1994.

Como autoridades civiles y ambientales, respectivamente, nos corresponde cumplir con el objetivo de la ley, que es mejorar la calidad de vida de la poblaciòn mediante la descontaminación visual y del paisaje.

Primera Parte

Ley 140 de 1994

Descontaminación visual y del paisaje

1. Qué es la ley 140

Es la norma que establece las condiciones en que se puede realizar la publicidad exterior visual en el territorio nacional y adopta el registro de la misma en los municipios o entidades territoriales que se afectan con esta actividad.

2. Qué es la publicidad exterior visual

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

No se considera publicidad exterior visual, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales y la información temporal de carácter deportivo, educativo o cultural que coloquen las autoridades, siempre y cuando no ocupe más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso.

3. Registro de publicidad exterior visual

Permite identificar a la firma responsable de la publicidad exterior visual, así como al dueño del inmueble donde se ubica, el texto del mensaje y su tamaño.

¿Quiénes se deben registrar?

Todas las firmas y agencias de publicidad o personas responsables del manejo de la publicidad exterior visual.

¿Dónde se deben registrar?

Ante el alcalde del municipio, distrito o territorio indígena respectivo, o ante la autoridad a quien éste delegue, a más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la publicidad exterior visual.

REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL N° 001-97

FOTOGRAFIA- ILUSTRACION Y TRANSCRIPCION DE TEXTOS

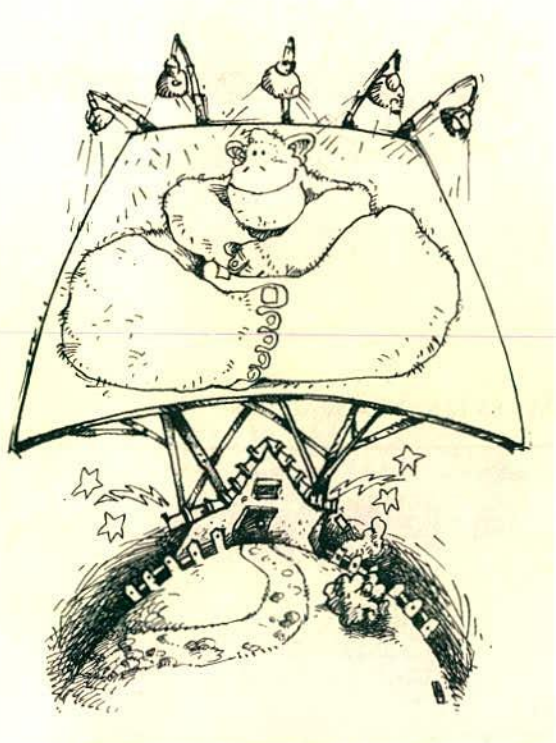
UBICACIÓN_____

TEXTO_____

TAMAÑO_____

CUADRO DE REGISTRO

AGENCIA DE PUBLICIDAD				INMUEBLE			
NOMBRE	IDENTIFIC	DIRECCION	TEL	NOMBRE	IDENTIFIC.	DIRECCION	TEL



4. Condiciones para realizar la publicidad exterior visual

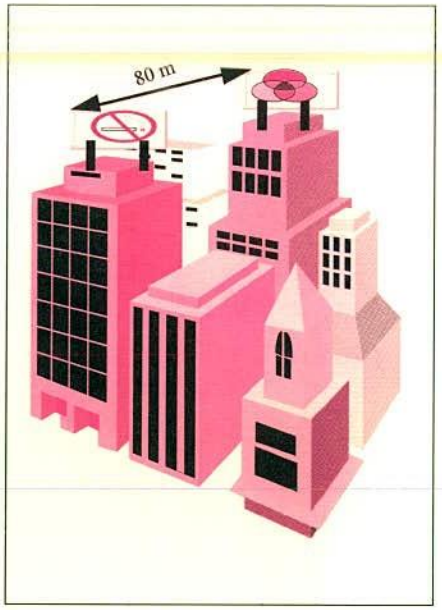
Lugar de ubicación

La publicidad exterior visual se puede instalar en todos los lugares del territotio nacional, salvo en las siguientes áreas:

- Espacio público.
- A menos de doscientos (200) metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales.
- Donde lo prohíban los concejos municipales y distritales.
- En propiedad privada, sin consentimiento del propietario o poseedor.
- En postes, puentes, torres eléctricas y cualquiera otra estructura de propiedad del estado.

5. Condiciones para zonas urbanas y rurales

Distancia



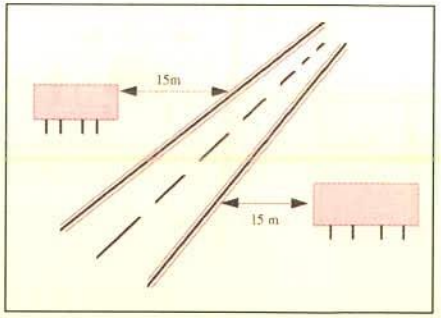
En zonas urbanas podrón colocarse hasta dos (2) vallas contiguas con la publicidad exterior visual; la distancia mínima con las próximas no debe ser menor a ochenta (80) metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguientes al límite urbano y territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada doscientos (200) metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada doscientos cincuenta (250) metros.

Dimensiones

Se podrá colocar publicidad exterior visual en terrazas, cubiertas y culatas de inmuebles construidos siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.

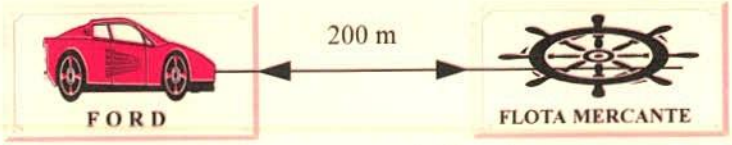
La dimensión de la publicidad exterior visual en lotes sin construir no podrá ser superior a cuarenta y ocho (48) m^2.

Distancia de la vía

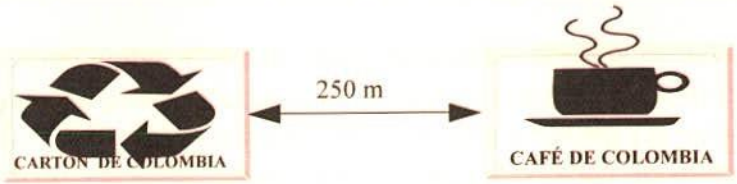


En las zonas rurales la publicidad exterior deberá estar a distancia mínima de quince (15) metros lineales a partir del borde de la calzada.

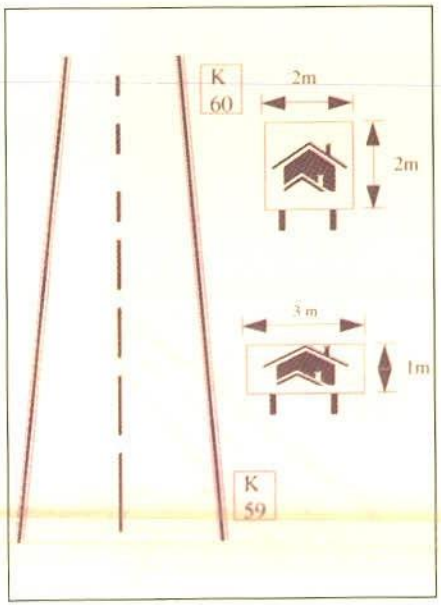
La úbicación de la publicidad exterior visual en las zonas urbanas la regularán los concejos municipales.



Dentro de los 2 km del límite urbano o territorio indígena



Después de los 2 km siguientes al perímetro urbano ó territorio indígena



Aviso de proximidad

Podrá colocarse publicidad exterior visual anunciando la proximidad de un establecimiento, en las áreas que no constituyan espacio público y después de los doscientos (200) metros de distancia de bienes declarados monumentos nacionales.

Dicha públicidad podrá colocarse al lado derecho de la vía, según el sentido de circulación, en dos (2) lugares diferentes dentro del kilómetro anterior al establecimiento anunciado.

Los avisos deberán tener un tamaño máximo de cuatro (4) m^2.La publicidad indicativa de proximidad de lugares o establecimientos no podrá colocarse obstaculizando la visibilidad de señalización vial y de nomenclatura.

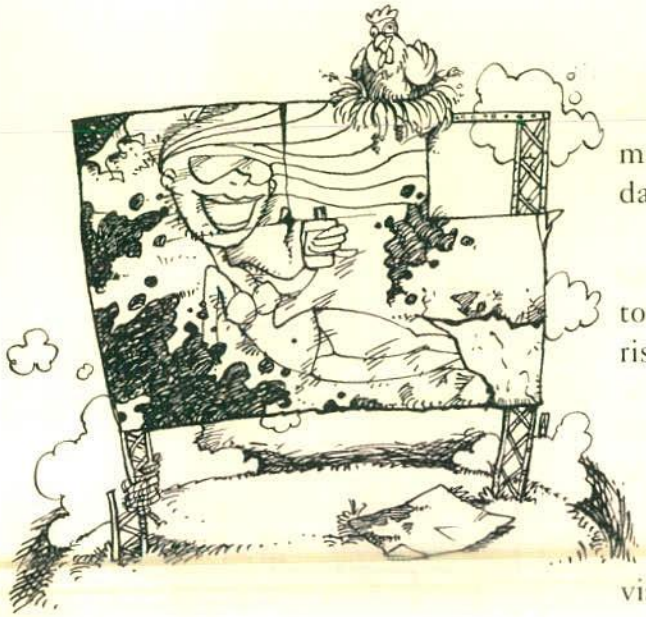
Contenido

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

No podrán utilizarse palabras, imágenes o símbolos que irrespeten a figuras o símbolos consagrados en la historia nacional.

Igualmente se prohíben los mensajes que atenten contra las creencias o principios religiosos, culturales o afectivos de las comunidades y las personas que defienden los derechos humanos y la dignidad de los pueblos.

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



Mantenimiento

A toda publicidad exterior visual deberá dársele adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro.

Los alcaldes tendràn que efectuar revisiones periódicas para que toda publicidad que se encuentre colocada en el territorio de su jurisdicción, de estricto cumplimiento a esta obligación.

Duración

La publicidad exterior visual que cumpla con las condiciones previstas en la ley podrá permanecer instalada durante el periodo de tiempo que determine la alcaldía municipal.

6. Remoción o modificación de la publicidad exterior visual

- Cuando se coloque en sitios prohibidos por la ley o con condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la alcaldía municipal, verbalmente o por escrito. Los alcaldes podrán iniciar una acción administrativa de oficio.

- Si la publicidad no se encuentra registrada y no ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción.

La decisión debe adoptarse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud o la iniciación de la actuación y se fijarán tres (3) días hábiles para su ejecución.

BIBLIOTECA ASOMUNICIPIOS
DE COLOMBIA

Cuando la publicidad exterior visual se encuentre registrada y no se refiera a la perturbación del orden público en los aspectos de :

- Defensa nacional
- Seguridad
- Tranquilidad
- Salubridad
- Circulación de personas y cosas
- Graves daños al espacio público

El alcalde, en los siguientes veinte (20) días hábiles a la recepción o iniciación de la actuación, promoverá una acción popular ante los jueces competentes para solicitar la remoción o modificación de la publicidad.

En estos casos acompañará a su escrito copia del registro de publicidad.

7. 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.

La multa puede aplicarse al anunciante o a los dueños, arrendatarios o usuarios del inmueble que permitan la colocación de dicha publicidad.

La sanción la aplicará el alcalde a través de resoluciones que prestarán mérito ejecutivo una vez cumplidos los términos de ley.

Quien instale publicidad exterior visual en propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor, deberá retirarla en el término de 24 horas después de recibida la notificación que hará el alcalde.

8. Impuestos

La ley 140 autoriza a los concejos municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas para que adecúen el impuesto correspondiente por fijación de publicidad exterior visual. En ningún caso, la suma total de impuestos que ocasione cada valla podrá superar el monto equivalente a cinco (5) salarios mínimos mensuales por año.

Las autoridades municipales tomarán las medidas necesarias para que los funcionarios encargados del cobro y recaudo del impuesto, reciban los nombres y número de NIT de las personas que aparecen en el registro.

En las vallas que requieran por mandato de ley un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultura y civismo, no podrá ser superior al 10% del área total.

No pagan impuestos las vallas de propiedad de la Nación, departamento, el Distrito Capital, municipios, los organismos oficiales, las entidades de beneficencia o de socorro y los partidos y movimientos políticos en época de elecciones.

Segunda Parte

Cómo apoyar a los alcaldes

Cómo Apoyar a los alcaldes

La Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR a través de sus Direcciones Regionales promoverá talleres y reuniones con cada uno de los alcaldes municipales o sus delegados, con los siguientes objetivos:

- Estudiar y familiarizarse con el contenido y los procedimientos establecidos en la Ley 140 de 1994.
- Conocer las acciones que hasta el momento ha desarrollado cada municipio para dar cumplimiento a la Ley 140 de 1994.
- Concertar un plan de acción que permita aplicar correctamente la Ley 140 de 1994.
- Distribución de tareas y establecimiento del cronograma de actividades.

Plan de acción

1. Elaborar el inventario de publicidad exterior visual en el municipio.

2. Redactar el Decreto municipal para el registro de la pu blicidad exterior visual.

3. Crear el acuerdo municipal para establecer los impuestos.

4. Notificar a los propietarios y publicistas.

5. Adelantar el registro de la publicidad exterior visual.

6. Elaborar el acto administrativo donde se establecen las sanciones.

7. Desarrollar actividades de remoción de la publicidad exterior visual que no cumpla con lo establecido por la ley.

1. Elaborar el inventario de publicidad exterior visual

El inventario debe incluir toda la publicidad exterior visual localizada en el área establecida de cada municipio. (Formato No. 1)

Municipio:
km de medición:
Fecha:

INVENTARIO DE VALLAS VIA:

Costado:
Pagina:

PUBLICIDAD	PUBLICISTA	ÁREA DE LA VALLA	DISTANCIA DE LA VÍA	KMS DE MEDICION	DISTANCIA VALLA CONTIGUA	PROHIBICION	AVISO DE PROXIMIDAD

Formato Nº1

2. Elaborar el decreto municipal

Por medio de este decreto se declara abierto el registro único de publicidad exterior visual en el municipio objetivo, acorde con la Ley 140 de 1994 (Formato No. 2).

Formato N°2

PROYECTO DE DECRETO

(Por el cual se adopta el registro público de publicidad exterior visual y se toman otras determinaciones)

Que la Ley 140 del 23 de junio de 1994, reglamentó lo relacionado con la publicidad exterior visual en el territorio nacional, y estableció las condiciones en que se puede realizar dicha actividad.

Que según lo preceptuado en el artículo 2° de la citada disposición, ésta tiene por objeto mejorar la calidad de vida de los habitantes del país mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público, la integridad del Medio Ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en la ateniente con la publicidad exterior visual.

Que dentro de los principios rectores que orienta la política ambiental del país previstos en el artículo 1° de la Ley 99 de 1993, se preconizó en el numeral 8° ibidem, que el paisaje por ser patrimono común debe ser protegido.

Que a su turno el artículo 302 del decreto 2811 de 1974, consagra que, "la comunidad tiene derecho a disfrutar de paisajes rural y urbano que contribuyan a su bienestar físico y espiritual."

Que el artículo 11 de la Ley 140 de 1994, creó el sistema de registro de publicidad visual y atribuyó a los alcaldes el manejo de dicha función, otorgándoles la posibilidad de delegarla ante otra autoridad.

Que así mismo el referido decreto consagró el correspondiente trámite respectivo para la remoción y modificación de la publicidad que no cumpla con lo allí normado, y para los casos en que los propietarios de la publicidad o publicistas no se allanen a las exigencias y especificaciones consignadas en la misma.

Que teniendo en cuenta que la franja paralela de la vía ----------
correspondiente al área de juridicción del municipio----------

(Por el cual se adopta el registro público de publicidad exterior y se toman otras determinaciones).

Se registra una gran proliferación de publicidad con características, ubicación y especificaciones que no se ajustan a lo reglamentado y que constituyen por ende factores de deterioro al Medio Ambiente, afectando estética y paisajísticamente el entorno, situación que impone la necesidad de adoptar las medidas pertinentes con el propósito de corregir dichas anomalías.

Que para lo s efectos de las medidas que se toman con ocasión de la reglamentación dispuesta en la Ley 140 de 1994, no se tendrá en cuenta lo previsto en los artículos 8° y 10° de la misma por haber sido declarados inexequibles por la Honorable Corte Constitucional.

Que La Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR, en ejercicio de su función de máxima autoridad ambiental en el área de su juridicción, ha venido velando y estando atenta al cabal cumplimiento de los requerimientos establecidos en la Ley 140 de 1994.

Que así mismo la CAR, para el cumplimiento e implementación de la citada norma ha brindado a los entes territoriales, el apoyo técnico-logístico para llevar a cabo los procedimientos necesarios para la consecución de los objetivos propuestos en el artículo 1° de la referida Ley.

Que conforme a lo expuesto anteriormente se hace necesario dar aplicación a la Ley 140 de 1994.

DECRETA

Artículo 1°:Adóptase el registro público de publicidad exterior visual.

(Por el cual se adopta el registro público de publicidad exterior y se toman otras determinaciones).

Artículo 2°: Delégase a la oficina de Planeación Municipal, para que cumpla las funciones relacionadas con el registro de publicidad exterior visual y adelante un inventario en coordinación con funcionarios de la CAR, Regional Fusagasugá, de todas las vallas ubicadas en el corredor vial o franja paralela de la Vía Panamericana, en el área comprendida entre el límite del Municipio de Granada con Soacha y Sibaté, pasando por el municipio de Silvania, hasta el límite del Municipio de Fusagasugá con Icononzo.

Parágrafo: El inventario al que se hace referencia, deberá contener la información suficiente que permita identificar plenamente al propietario de las vallas y al publicista, incluyendo dirección, teléfono y demás datos para su localización, tamaño aproximado, ubicación (espacio público o privado),distancia en relación con otras vallas y con el borde de la calzada y sector, entre otros.

Artículo 3°: Una vez elaborado el inventario de las vallas ubicadas en el sector antes mencionado, requiérase a los propietarioso publicistas que no se ajusten a los términos contenidos en la Ley 140 de 1994, o que no cumplan a cabalidad con las especificaciones de tamaño y ubicación.

Parágrafo: Agotado el trámite de requerimiento y vencido el plazo otorgado en la respectiva providencia sin que se hubiere dado cumplimiento a lo exigido, se deberá proceder a la iniciación del correspondiente trámite sancionatorio, para quienes persistieren en desacatar lo reglado en la Ley.

Artículo 4°: El presente decreto rige a partir de la fecha de su expedición.

3. Elaborar el acuerdo municipal para establecer impuestos

Estos impuestos se cobran por la instalación de la publicidad exterior visual en el municipio objetivo. (Formato No. 3).

...IMPUESTO DE AVISOS Y TABLEROS

ARTÍCULO ___ Impuesto de avisos y tableros: El municipio de _____, autorizado por la ley 14 de 1983, cobrará a todas las actividades industriales, comerciales y de servicios, como complemento de industria y comercio, el 15% sobre el valor de éste; dicho porcentaje cubrirá únicamente la instalación de un aviso fijado contra la fachada del negocio y su medida no superará tres metros cuadrados.

La instalación de avisos, murales o cualquier otro tipo de comunicación destinado a informar o llamar la atención, será considerado como PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL, y deberá cancelar un impuesto anual, o fracción de año si fuere el caso.

Según la medida de la publicidad utilizada se establecen las siguientes tarifas:

De 1 (uno) a 3 (tres) metros cuadrados	$ 100.000,oo anuales
De 3 (tres) a 6 (seis) metros cuadrados	$ 200.000,oo anuales
De 6 (seis) a 10 (diez) metros cuadrados	$ 300.000,oo anuales
De 10 (diez) metros cuadrados en adelante	$ 400.000,oo anuales

La sanción por mora en el pago de este impuesto y la determinación de la tasa de interés moratorio, se regularán por lo dispuesto en los artículos 634 y 635 del Estatuto Tributario Nacional.

PARÁGRAFO: Se entiende por publicidad exterior visual el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público através de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres o fluviales, marítimas o aéreas....

Formato N°3

LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA -CAR-
REGIONAL FUSAGASUGÁ

INFORMA:

A los publicistas y propietarios de vallas ubicadas sobre los costados de la vía panamericana en la jurisdicción del Municipio de Granada- Cundinamarca, que está abierto **EL REGISTRO PUBLICO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL**, acorde con la ley 140 de 1994.

Que se ha establecido como fecha límite el 20 de agosto de 1997, para que se acerquen a la OFICINA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL, con el propósito de registrar y legalizar dichas vallas publicitarias.

Vencida la fecha límite de registro y legalización, el municipio de Granada, siguiendo lo establecido en el articulo 12 de la ley 140 de 1994, dispondrá la remoción de toda aquella publicidad que no se haya acogido a los términos de la ley; lo anterior sin perjuicio de la aplicación de las sanciones económicas previstas en la norma.

SEGUNDO AVISO

Formato N°4

Granada, agosto 3 de 1.997

Señor
PEDRO LÓPEZ GARCIA
GERENTE ATLAS PUBLICIDAD
Cra 10 # 87- 20 Santa Fe de Bogotá

Apreciado Señor López:

Mediante decreto N°____el municipio de___en cumplimiento de la ley 140 de 1994, la cual reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional adoptó el registro público al que se refiere la mencionada ley.

De otra parte el municipio adelantó el respectivo inventario de vallas publicitarias a lo largo de la vía Panamericana correspondiente a su jurisdicción, estableciendo la existencia de publicidad de su propiedad, la cual no cumple con las especificaciones dadas por la ley 140.

Por lo anterior me permito comunicarle que se ha establecido el día____ de____, del presente año, como fecha límite para que se acerque a las oficinas de Planeación Municipal con el propósito de que legalice y registre su publicidad exterior visual conforme a la ley.

Para efectos de legalización de la publicidad, se tendrá en cuenta el orden de recibo de las solicitudes de registro. Vencida la fecha límite de legalización y registro, el municipio, siguiendo lo establecido en el art. 12 de la ley 140, dispondrá la remoción de toda aquella publicidad que no se haya acogido a los términos de la ley; lo anterior sin perjuicio de la aplicación de las sanciones económicas previstas en la misma norma.

Atentamente,

Alcalde Municipal

Formato N°5

4. Notificar a los publicistas o propietarios de la publicidad

Esta notificación se hace para que en el plazo establecido por el alcalde municipal, se acerquen a la oficina respectiva a registrar la publicidad.

Avisos de prensa

Se sugiere publicar, en dos (2) diarios de amplia circulación nacional, avisos donde se convoca a los dueños o firmas publicitarias responsables de las vallas para que se registren en la alcaldía municipal o en la oficina autorizada. (Formato No. 4)

Comunicación personal

Para brindar igualdad de condiciones a los publicistas o propietarios de publicidad, una vez efectuado el inventario e identificados los responsables de la publicidad exterior visual, se les enviará una comunicación a través de correo certificado. Esta comunicación será firmada por el alcalde e indicará la fecha límite para efectuar el registro. (Formato No. 5)

5. Elaborar el acto administartivo (Resolución sancionatoria)

Por medio de él se ordena a la Policía Nacional y a otros funcionarios la remoción de toda la publicidad exterior visual que no se haya acogido a la Ley 140 de 1994 en la fecha límite establecida en el comunicado al cual se hizo mención anteriormente. (Formato No. 6)

RESOLUCIÓN° _____1.99_
(Por el cual se impone una sanción)
El alcalde de_____, en uso de sus facultades legales, y en especial las otorgadas por_____y

CONSIDERANDO

1. Que mediante decreto N° ____ de 1.99_ de la Alcaldía Municipal de_____ adoptó el registro público de publicidad exterior visual y se toman otras determinaciones.

2. Que la ley 140 de 1.994 tiene por objeto la descontaminación visual y del paisaje, la proteción del espacio público, la integridad del medio ambiente y la seguridad vial.

3. Que con el propósito de corregir las anomalías que se registran por la proliferación de publicidad con características como ubicación y especificaciones que no se ajusten a lo reglamentado, y que por ende constituyan factores de deterioro del medio ambiente, se realizó un recorrido sobre la franja paralela a la vía _____ , en el área de jurisdicción de este municipio para establecer aquellas que no cumplieran con lo instituido en la ley 140 de 1.994.

4. Que detectadas las vallas que no reunieron los requisitos, se procedió a comunicar a los infractores la necisidad de legalizar y registrar dicha publicidad y habiéndoles otorgado un plazo para tal fin.

5. Que vencido el plazo otorgado para el cumplimiento a lo expedido en el inciso anterior, se estableció que los propietarios y/o publicistas relacionados a continuación, no se acogieron a lo dispuesto en la ley 140, en cuanto a registro y ubicación, constituyéndose de esta manera en infractores de lo reglamentado en los artículos 3,4,6, y 11 de la misma disposición, tal como se tiene acreditado con las diligencias de verificación adelantadas.

PUBLICIDAD	PUBLICISTA	UBICACIÓN

Que por lo anterior, el alcalde del municipio de _____,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Declarar infractores de los artículos 3,4,6 y 11 de la Ley 140 de 1994, a las firmas o personas naturales o jurídicas relacionadas a continuación, por incurrir en las conductas consistentes en la publicación de publicidad exterior visual sin la observación de las distancias establecidas con respecto a otras vallas, con relación al borde de la vía pública, colocación en sitios restringidos o prohibidos, así como por pretermitir el registro de las mismas.

PUBLICIDAD	PUBLICISTA	UBICACIÓN

ARTÍCULO SEGUNDO : Ordenar al comando de policía del municipio de _____ en asocio con funcionarios de la administración y la CAR la remoción de la publicidad exterior visual relacionada en el artículo anterior.

COMUNÍQUESE, NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Formato N°6

6. Registro

REGISTRO DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL N° 001-97

FOTOGRAFIA- ILUSTRACION Y TRANSCRIPCION DE TEXTOS

UBICACIÓN_____

TEXTO_____

TAMAÑO_____

CUADRO DE REGISTRO

AGENCIA DE PUBLICIDAD				INMUEBLE			
NOMBRE	IDENTIFIC	DIRECCION	TEL	NOMBRE	IDENTIFIC.	DIRECCION	TEL

Formato N°7.

La Oficina de Planeación Municipal adelantará las labores de actualización del registro durante el tiempo que establezca el decreto para tal efecto. (Formato No. 7).

7. Remoción o modificación

Vencidos los términos fijados por el alcalde para efectuar el registro de la publicidad exterior visual, se procederá a la remoción o modificación de las vallas tal como lo establece la Ley 140 de 1994.

Biblioteca Agropecuaria
de Colombia - BAC
010100020616

La contaminación visual se ha convertido en un problema más de Colombia, gracias a los avisos y mensajes que colocados irregularmente a lado y lado de las principales carreteras, generan distracción a los conductores que transitan por ellas, además de impedir la apreciación de nuestros paisajes.

Corporación Autónoma
Regional de Cundinamarca

CAR
Autoridad Ambiental