



No. 20172620033722

CONCEJO DE MEDELLÍN
EL PODER ES LEYRadicador: LLUNA Fecha: 2017-07-13 14:03:27
Remitente: Secretaría General
Destino: Despacho del Secretario General
Asunto: Remisión acuerdo 036-2017
www.concejodemedellin.gov.coAlcaldía de Medellín
Cuenta con vos

Medellín, 12 de julio de 2017

Doctora
LEONOR GAVIRIA BEDOYA
 Secretaria General
 Concejo Municipal
 Medellín

Asunto: Remisión Acuerdo 036 de 2017.

Cordial saludo Doctora Gaviria Bedoya:

De acuerdo con las funciones asignadas a los alcaldes en el artículo 91, literal A, numeral 5 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 29, Ley 1551 de 2012, en cuanto a *“sancionar y promulgar los acuerdos que hubiere aprobado el Concejo (...)”*, respetuosamente le remito un ejemplar del Acuerdo Municipal No. 036 de 2017.

Los datos del acuerdo sancionado son:

No. DE ACUERDO	OBJETO	FECHA DE SANCIÓN
036	“POR EL CUAL SE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN”	29/06/2017

Atentamente,


JULIA INES PALACIO JARAMILLO
 Subsecretaria de Prevención del Daño Antijurídico
 Secretaría General

Proyectó: Eileen Soleno Villegas, Practicante de excelencia
 Revisó: Diana Patricia Duran Zuluaga, Líder Programa Dirección Jurídico
 Aprobó: Julia Inés Palacio Jaramillo, Subsecretaria de Prevención del Daño Antijurídico.



Centro Administrativo Municipal
 Calle 44 N°52 – 165
 Línea Única de Atención Ciudadanía: 44 44144
 Conmutador 385 55 55

www.medellin.gov.co



Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos

ACUERDO NÚMERO 036 DE 2017

“POR EL CUAL SE REGULA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EL MUNICIPIO DE MEDELLÍN Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

Recibido de la Secretaría del Concejo Municipal, el Veintiseiete (27) de Junio de Dos Mil Diecisiete (2017) y a Despacho.


DIANA PATRICIA DURÁN ZULUAGA

Subsecretaria Prevención del Daño Antijurídico (e)
Secretaria General

REPÚBLICA DE COLOMBIA - DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPAL DE MEDELLÍN, Veintinueve (29) de Junio de Dos Mil Diecisiete (2017).

Sancionado,

El Alcalde (e),


LUIS SANTIAGO GÓMEZ BARRERA

El Secretario de Hacienda,


ORLANDO DE JESÚS URIBE VILLA

El Director del Departamento Administrativo de Planeación,


CESAR AUGUSTO HERNÁNDEZ CORREA

La Secretaria General,


VERÓNICA DE VIVERO ACEVEDO



Centro Administrativo Municipal
Calle 44 N°52 – 165
Línea Única de Atención Ciudadanía: 44 44144
Conmutador 385 55 55

www.medellin.gov.co



CONCEJO DE MEDELLIN

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

ACUERDO 36 2017

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

EL CONCEJO DE MEDELLÍN

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, especialmente las conferidas por los numerales 7 y 9 del Artículo 313 de la Constitución Política de la República de Colombia, y los artículos 3 y 4 de la Ley 140 de 1994,

ACUERDA

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

ARTÍCULO 1. OBJETO. Establecer la reglamentación requerida para la instalación, localización, regulación, vigilancia, control y gestión de la publicidad exterior visual en el territorio municipal.

ARTÍCULO 2. DEFINICIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. De conformidad con lo definido en los artículos 1 y 15 de la Ley 140 de 1994, 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, marítimas o aéreas, con dimensión igual o mayor a ocho (8 m²) metros cuadrados e inferior a cuarenta y ocho (48m²) metros cuadrados en suelo urbano y hasta sesenta (60m²) metros cuadrados en suelo rural.

PARÁGRAFO 1: No se considera publicidad exterior visual para efectos del presente Acuerdo


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

1. Los avisos publicitarios.
2. La señalización vial.
3. La información de sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo de las entidades Estatales u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza, siempre y cuando, éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso.
4. La nomenclatura urbana o rural.
5. Las expresiones artísticas como pinturas o murales y grafitis, siempre que no contengan mensajes comerciales, elementos o referencias a la marca o el nombre del patrocinador. La Secretaría de Cultura Ciudadana o quien haga sus veces, determinará si el mural es o no artístico.
6. Elementos de divulgación política y propaganda electoral de conformidad con la Ley 130 de 1994 o la norma que la modifique, complemente o sustituya.
7. Elementos institucionales que contengan información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas. Deberán ser autorizados por la Secretaría de Comunicaciones o quien haga sus veces, para su respectivo control. Los elementos institucionales deberán respetar una distancia mínima de 80 metros, con respecto a la publicidad exterior que se encuentre instalada. Los mensajes no podrán ser comerciales.
8. Los elementos publicitarios incorporados al interior de las estaciones de los sistemas de transporte masivo (metro, metroplús, tranvía y metrocable), así como al interior de los trenes, cabinas y vagones, definidos en Plan de Ordenamiento Territorial y Plan Maestro respectivo, los cuales serán definidos y regulados por la Administración Municipal y la entidad encargada de la operación y mantenimiento de los sistemas.

PARÁGRAFO 2: En uso de sus facultades reglamentarias, la Administración Municipal reglamentará los avisos publicitarios, en concordancia con lo establecido en las leyes 9 de 1989, 388 de 1997, el Decreto Nacional 1077 de 2015, el Acuerdo 48 de 2014, el Acuerdo 050


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

de 2015 y demás instrumentos complementarios del ordenamiento territorial, especialmente aquellos que regulan la utilización, administración, intervención y aprovechamiento económico del Espacio Público municipal, así como lo relacionado con la publicidad en el amoblamiento urbano.

ARTÍCULO 3. AMBITO DE APLICACIÓN. La publicidad exterior visual podrá ubicarse en los sitios permitidos de los inmuebles privados de la zona urbana y rural de Medellín, en el marco de las normas nacionales, el Plan de Ordenamiento Territorial y sus normas complementarias, y las que se establecen en este Acuerdo. En áreas de reglamentación especial, podrá estar asociada a la implementación de proyectos que propendan por la cualificación y sostenibilidad del espacio público, el paisaje y el patrimonio inmueble.

CAPÍTULO II

NORMAS GENERALES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL

ARTÍCULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. Los elementos constitutivos de publicidad exterior visual, deberán cumplir con las siguientes características:

4.1. Material resistente a la intemperie.

4.2. Ensamble sobre estructura metálica u otro material estable, instalada con sistemas fijos resistentes a los fenómenos de la naturaleza.

4.3. Todo elemento de publicidad exterior visual de tipo tubular debe tener una parrilla como medida de seguridad con el fin de dar soporte corporal y contar con una línea de vida horizontal en acero con alma de acero de diámetro nominal igual o mayor a 5/16" (7,9mm) a nivel de la parrilla y a nivel superior de la valla que permita el anclaje para las adecuadas exigencias según lo dispuesto en la Resolución 1409 del 2012 "por la cual se establece el Reglamento de Seguridad para protección contra caídas en trabajo en alturas", artículo 15. "Sistemas de Ingeniería para Prevención de Caídas" y artículo 22° "Clasificación de las


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

medidas de protección contra caídas” numeral (2) literal (a) y literal (c) de la o la norma que lo adicione, modifique o sustituya. En todo caso, el comercializador o instalador del elemento publicitario asumirá los riesgos eventuales derivados de la instalación del elemento y sus medidas de seguridad, mediante la constitución de la póliza respectiva.

4.4. La estructura portante deberá acoger las normas técnicas de sismo resistencia NSR 10, o la norma que la adicione, modifique y sustituya.

4.5. Toda publicidad exterior visual de índole comercial que requiera un mensaje específico referente a salud, medio ambiente, cultural y/o cívico, deberá dedicar como mínimo, el diez por ciento (10%) de su área total o del tiempo de exposición cuando sean electrónicas o digitales, a la inclusión de mensajes institucionales. Estos mensajes serán definidos por la Administración Municipal y avalados por la Secretaría de Comunicaciones o quien haga sus veces, la cual establecerá un protocolo que permita determinar la duración, periodicidad, materiales y demás aspectos para el cumplimiento la obligación legal.

4.6. Leyendas, dibujos e imágenes:

4.6.1. Los textos deben aparecer escritos en un lenguaje comprensible de acuerdo a los destinatarios del mensaje. Se exceptúa lo referente a nombres de personas naturales o jurídicas, los protegidos por el registro de marcas y las razones sociales.

4.6.2. Los textos deben permitir una lectura cómoda por parte de los destinatarios.

4.6.3. En la Autopista Sur, Autopista Norte, Vía Regional y vías arterias, las imágenes, dibujos y mensajes serán simples y no tendrán movimiento propio y constante. Cuando sean electrónicos y/o digitales, no podrán contener video, sino mensajes y/o imágenes con un tiempo de exposición definido (SPOT).

4.6.4. La restricción anterior se extenderá a la publicidad exterior visual que, pese a no estar ubicadas al costado de estas vías, su visual esté orientada a las mismas en un radio de cien (100) metros.

4.6.5. Las leyendas y dibujos no se deben confundir con las señales o marcas de tránsito.


Juanita Guevara Hurtado



Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

CONCEJO DE MEDELLIN

4.7. No deberán emplear lenguaje o imágenes que inciten a la violencia contra personas o grupos, por razón de su género, raza, orientación sexual o identidad cultural, ni que atenten contra sus derechos constitucionales.

4.8. No deberán contener lenguaje o imágenes que atenten contra la moral y el orden público, ni constituir actos de competencia desleal.

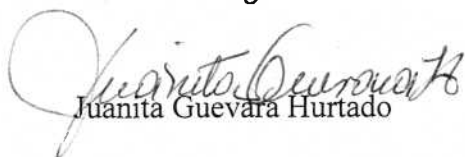
4.9. Deberá contener en el borde inferior izquierdo, el nombre y el número telefónico del comercializador, además el número del registro de autorización otorgado por la Subsecretaría de Espacio Público o quien haga sus veces.

4.10. Respetar las líneas de distribución y transmisión de energía, guardando las distancias establecidas en el Reglamento Técnico de Instalaciones Eléctricas- RETIE. Para los demás elementos de servicio público (alcantarillado, acueducto, gas, etc.), se deberá cumplir con lo estipulado en los requisitos especiales de retiro establecidos para cada tipo de servicio público, por la entidad competente. La publicidad exterior visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago.

4.11. Al momento de la instalación se deberá respetar la arborización existente, es decir, no deberá requerirse la tala o poda de ningún árbol. Sí con posterioridad a la instalación del elemento publicitario, se presenta una interacción con algún elemento arbóreo, para la permanencia del elemento publicitario, deberán obtenerse los permisos de poda, tala o aprovechamiento del árbol, según el caso, ante la autoridad ambiental competente.

4.12. No podrá interrumpir las visuales de los miradores panorámicos, ni de los elementos de valor patrimonial, cultural o histórico declarados en el nivel nacional.

4.13. Según lo dispuesto en la Ley 140 de 1994 y en la reglamentación del Ministerio de Transporte, o las normas que las adicionen, modifiquen o sustituyan, la distancia mínima entre cada valla será de ochenta (80) metros lineales por costado de cuadra en área urbana y en zona rural la distancia será de 250 metros lineales. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano, podrá colocarse una valla cada


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

doscientos (200) metros lineales en el mismo costado de la vía; después de este kilometraje, se podrá instalar una (1) valla cada doscientos cincuenta (250) metros lineales por costado de vía. (Ver gráfico N. 1).

4.14. Podrán instalarse hasta dos (2) vallas contiguas en un mismo lugar del suelo urbano, soportada en una misma estructura fija, que proyecten visuales desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales o aéreas, donde la distancia mínima con las próximas, no sea inferior a ochenta (80) metros en el mismo costado de cuadra.

4.15. La publicidad exterior visual que se encuentre ubicada en la misma manzana, pero por diferente costado de cuadra, deberá respetar los 80 metros lineales, siempre que se proyecte directamente a una misma vía. (Ver gráfico N. 2 proyección a una misma vía).

4.16. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 1228 de 2008 y demás normas que la adicionen, modifiquen o sustituyan, la publicidad exterior que se instale en vías nacionales de primer, segundo y tercer orden del suelo rural, identificadas en el Plan de Ordenamiento Territorial, deberá guardar una distancia de sesenta (60) metros, (45) metros y (30) metros, respectivamente. El metraje determinado en este artículo se tomará la mitad a cada lado del eje de la vía.

4.17. En vías de doble calzada en suelo rural de cualquier categoría, la zona de exclusión se extenderá mínimo veinte (20) metros a lado y lado de la vía, que se medirán a partir del eje de cada calzada hasta el extremo más cercano de valla.

4.18. En predios privados construidos y no construidos todos los elementos de la publicidad exterior visual se deberán instalar a partir de la línea de paramento hacia el interior, acorde al alineamiento. (Ver gráfico N. 3. Áreas permitidas y prohibidas para la instalación).

4.19. Para la fijación de Publicidad Exterior Visual en las áreas libres de los equipamientos de recreación y deporte, es necesario cumplir con toda la normativa presente en este Acuerdo y adicionalmente con los siguientes requisitos:


Juanita Guevara Hurtado



Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

CONCEJO DE MEDELLIN

4.19.1. Respetar el alineamiento de las vías, dejando una distancia mínima de dos (2) metros de retiro desde la línea de paramento. (Ver gráfico N. 4. Distancia de instalación en unidades deportivas).

4.19.2. Estar por fuera de las áreas ornamentales y de circulación.

4.19.3. En las áreas libres públicas de los equipamientos de recreación y deporte, se permitirá la instalación de Publicidad Exterior Visual comercial institucional y señalización vial, peatonal e informativa.

4.19.4. La señalización deberá demarcar: accesos, salidas, baños públicos y diferentes graderías.

4.19.5. El panel de información y orientación peatonal deberá contener el nombre y la localización de las edificaciones al interior de los equipamientos de recreación y deporte.

4.19.6. El aviso de identificación de cada equipamiento de recreación y deporte, debe contener: la localización y el nombre de la edificación, nombre del municipio, entidad administradora, nombre de las ligas que tienen sede en el equipamiento, los eventos a realizarse, capacidad de aforo, horarios y tarifas.

4.19.7. En caso de que la instalación de la Publicidad Exterior Visual de identificación y su respectiva señalización, se hagan bajo alguna modalidad de contraprestación, el 20% del área total de los elementos se podrá destinar a mensajes comerciales.

4.19.8. En caso de que existan 5 o más vallas al interior de una unidad deportiva, una (1) de cada cinco (5) deberá tener el 100% de su área destinada a mensajes institucionales, cívicos, educativos y ambientales.

4.19.9. La colocación de Publicidad Exterior Visual publicitaria permanente y transitoria en los pasillos o en interiores de edificaciones, estará sometida a la autorización del ente municipal administrador del escenario.

4.19.10. El ente municipal deporte, se reservará el derecho de autorizar, previa solicitud, otro tipo administrador de los equipamientos de recreación y de publicidad (pancartas, pasacalles, etc.), que se tengan que ubicar dentro del equipamiento, durante un evento deportivo y con una duración no superior a un (1) mes.

4.19.11. En los elementos publicitarios ubicados al interior de los escenarios deportivos, cuando en un mismo lugar sea posible colocar


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

dos o más elementos, todos deberán estar nivelados por lo alto, conservar una distancia mínima de dos (2) metros lineales. El área total de cada uno, no podrá superar los 36 metros cuadrados, pudiendo contener publicidad por ambas caras. En todo caso, deberán ser fabricadas en materiales adecuados para espacios abiertos y conservar simetría y angulación sobre el escenario deportivo.

4.19.12. Deberá tener un adecuado mantenimiento, de tal forma que no presente condiciones de suciedad, inseguridad o deterioro. Su incumplimiento será causal de retiro de la publicidad por parte del agente responsable, de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo.

4.19.13. La publicidad exterior visual podrá instalarse en medios convencionales o en electrónicos y/o digitales, acorde con la reglamentación contenida en el presente Acuerdo.

4.20. La instalación de la publicidad exterior visual en el Subsistema de Equipamientos Colectivos de la Ciudad, deberá cumplir con la presente reglamentación, el Plan de Ordenamiento Territorial vigente y sus disposiciones complementarias.

4.21. La publicidad exterior visual que incorpore medios electrónicos y/o digitales, deberá incorporar plataformas tecnológicas en cada instalación que aporten mejoramiento a la calidad de vida, la sostenibilidad, el medio ambiente y la seguridad ciudadana, de tal forma que dichos elementos tecnológicos como las pantallas electrónicas o digitales, demuestren el aprovechamiento de las nuevas tecnologías que se incorporan en el mercado para la contribución de una Medellín más amable con el medio ambiente, más segura y más informada.

ARTÍCULO 5. DIMENSIONES DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL: Los elementos tendrán las siguientes dimensiones:

5.1. En suelo Rural: (Ver gráfico No. 5. Dimensiones y distancias en área rural).

5.1.1. El área máxima de la valla dentro del municipio de Medellín, será de sesenta (60m²) metros cuadrados y la longitud máxima será de doce (12m) metros lineales.


Juanita Guevara Hurtado



Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

CONCEJO DE MEDELLIN

5.1.2. La altura mínima del borde inferior de la valla con respecto al nivel de la superficie que le sirve de cimiento al elemento, será de tres (3m) metros lineales. Cuando exista desnivel, el metraje se contabilizará desde el nivel de la vía.

5.1.3. La distancia mínima en relación con el cruce de ferrocarriles, puentes, retenes y curvas pronunciadas será de doscientos cincuenta (250) metros; entiéndase que en el total del perímetro de la curva pronunciada no podrá instalarse ningún elemento publicitario; solo se permitirá la instalación de éstos, siempre que se respete una distancia de 250 metros con respecto al punto inicial o final de la curva. Se entiende por curva pronunciada, aquella con un ángulo de deflexión igual o superior a 110° .

En todo caso cuando la publicidad exterior visual se ubique en curvas cuyo ángulo de deflexión sea igual o superior a 90° deberá estar acompañada de los elementos de seguridad vial que para el efecto defina la Secretaria de Movilidad o quien haga sus veces.

Esta dependencia verificará el cumplimiento de los requerimientos y para el efecto adoptará el mapa que presente las curvas y sus respectivos ángulos de deflexión en carreteras y autopistas, con base en la cartografía oficial del Municipio de Medellín. El costo generado en la implementación, mantenimiento y conservación de los elementos adicionales, será asumido en su totalidad por el solicitante del registro mientras éste se encuentre vigente.

Esta disposición también aplicará para la publicidad exterior vigente instalada a la fecha de expedición del presente Acuerdo y sujeta al periodo de transición aquí establecido. Para ello el titular del registro deberá efectuar la solicitud respectiva ante la Secretaria de Movilidad dentro de los tres (3) meses siguientes a la entrada en vigencia del presente Acuerdo.


Juanita Guevara Hurtado

Por el cual se regula la publicidad exterior visual en el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones

Para publicidad exterior visual que pretenda obtener registro será requisito previo acreditar la instalación de los elementos de seguridad aquí contemplados.

5.2. En suelo Urbano: (Ver gráfico N. 6. Dimensiones en área urbana).

5.2.1. El área máxima de la valla dentro del Municipio de Medellín, será de cuarenta y ocho (48m²) metros cuadrados.

5.2.2. La altura mínima del borde inferior de la valla con respecto al nivel del suelo será de dos con cincuenta (2,50m) metros.

5.2.3. La altura máxima en relación con el borde superior de la valla, con respecto al nivel del suelo, será de veinticuatro (24m) metros, sin perjuicio de las restricciones que impongan las normas de la Aeronáutica Civil.

En todo caso, para efectos de la instalación deberá contarse con los estudios de suelo y cimentación suscritos por profesionales idóneos, a partir de los cuales el propietario pueda garantizar la estabilidad de la estructura.

Estos estudios se anexarán a la solicitud de registro, sin embargo, ello no implica que el Municipio de Medellín asuma responsabilidad alguna por las fallas en la estructura o su instalación, las cuales serán asumidas por el propietario, mediante la suscripción de la póliza de responsabilidad civil extracontractual respectiva.

PARÁGRAFO: Cuando la publicidad exterior visual tenga forma irregular, el área se calculará de acuerdo al espacio efectivamente utilizado para fines publicitarios, la cual no podrá superar los cuarenta y ocho (48m²) metros cuadrados. En estos casos, la altura máxima se tomará desde el borde extremo del elemento publicitario. (Ver gráfico N. 7. Dimensiones en superficies irregulares).

ARTÍCULO 6. TEMPORALIDAD DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. La publicidad exterior visual que cumpla con las condiciones


Juanita Guevara Hurtado