

MEDIO AMBIENTE SANO - Vulneración por instalación de vallas publicitarias irregulares. Contaminación visual. Derecho a la iniciativa privada

Advierte la Sala que METROVÍA S.A. y la Alcaldía de Santiago de Cali violan el derecho colectivo al medio ambiente sano, pues la primera contraviene lo dispuesto en el artículo 3 literal c) de la Ley 140 de 1994, ya que instaló publicidad en la Calle 5ª con Carrera 5ª de Santiago de Cali; y la segunda incumple con las obligaciones fijadas a su cargo en los artículos 11 y 12 de la misma Ley, pues no ha adelantado actuaciones administrativas oficiosas para impedir la proliferación de vallas publicitarias irregulares que contaminan visualmente la ciudad. Conforme a lo establecido en los artículos 79 y 80 de la Constitución Política, es deber del Estado, a través de las distintas entidades que desarrollan sus funciones, proteger la diversidad e integridad del ambiente y prevenir y controlar los factores que lo deterioran. Empero, el concepto de medio ambiente sano, no alude únicamente al deterioro de la flora, fauna, atmósfera, y de los recursos hidrológicos, entre otros, sino también hace referencia a la contaminación visual, que puede perjudicar el espacio público, la integridad del medio ambiente, y la calidad de vida de los habitantes del país. Como todo derecho, el medio ambiente sano no es un derecho absoluto, pues se encuentra limitado por los derechos de las personas que pueden entrar en conflicto con él. En efecto, la vida en comunidad exige el respeto por los derechos ajenos, la prohibición de su abuso, y la limitación razonable de los mismos, de tal manera que deben ponderarse para evitar que se anulen. En tal contexto, en el caso que nos ocupa, deben armonizarse, de un lado, el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano y, de otro, los derechos individuales de la libre iniciativa privada, a usar la propiedad privada, y a aprovechar los medios masivos de comunicación.

FUENTE FORMAL: DECRETO 2811 DE 1974

NOTA DE RELATORIA: Sobre los factores de contaminación, Consejo de Estado, Sección Primera, sentencia de 11 de octubre de 2006, Rad.: 2001-01470(AP), MP. Rafael E. Ostau de Lafont Pianeta. Sobre el goce de un ambiente sano y la libre iniciativa privada, Consejo de Estado, Sección Quinta, sentencia de 17 de mayo de 2002, Rad.: 2001-0243-01 (AP-413) MP. Darío Quiñones Pinilla.

PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL - Registro. El cumplimiento de la normativa es competencia de los municipios

Según lo disponen los artículos 11 y 12 de la Ley 140 de 1994, constituye una obligación del municipio tener un registro de colocación de Publicidad Exterior Visual y adelantar actuaciones administrativas oficiosas, en caso de advertir que este tipo de publicidad no se encuentra ajustada a la ley. Del material probatorio allegado al proceso, se advierte que el municipio de Santiago de Cali no ha realizado actuaciones eficaces que permitan eliminar la contaminación visual del municipio, pues, por el contrario, ha dilatado innecesariamente el amparo del derecho colectivo al goce de un ambiente sano, aplazando injustificadamente la fecha fijada para el desmonte total de las vallas publicitarias irregularmente instaladas en la ciudad.

FUENTE FORMAL: LEY 140 DE 1994 - ARTICULO 11 / LEY 140 DE 1994 - ARTICULO 12

CONSEJO DE ESTADO

SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO

SECCION PRIMERA

Consejera ponente: MARIA CLAUDIA ROJAS LASSO

Bogotá, D.C., dieciséis (16) de junio de dos mil once (2011)

Radicación número: 76001-23-31-000-2003-00555-02(AP)

Actor: JULIO CESAR CABRERA CANO

Demandado: MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI Y OTROS

Se decide la impugnación interpuesta por el actor y VALLAVISIÓN S.A., contra la sentencia proferida el 12 de mayo de 2006, mediante la cual el Tribunal Administrativo del Valle del Cauca, estimó parcialmente las pretensiones de la demanda.

I. ANTECEDENTES

1. LA DEMANDA

El 24 de febrero de 2003, el señor Julio Cesar Cabrera Cano, entabló acción popular contra el municipio de Santiago de Cali, la Secretaría de Planeación del mismo municipio, el Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente - DAGMA, las Empresas Municipales de Cali E.I.C.E. E.S.P. - EMCALI, METROVÍA S.A., VALLAVISIÓN LTDA, VALLAS GRAFFITI LTDA, PUBLIC LOZANO & CIA LTDA y ULTRADIFUSIÓN LTDA, para reclamar protección de los derechos colectivos a la moralidad administrativa, al goce de un ambiente sano, al goce del espacio público y la utilización y defensa de los bienes de uso público y a la defensa del patrimonio público, que estimó violados por la instalación irregular de vallas publicitarias en Santiago de Cali.

1.1. HECHOS

El demandante afirma que METROVÍA S.A. viola lo dispuesto en el artículo 3 literal b) de la Ley 140 de 1994¹, pues ha instalado publicidad a menos de 200

¹ Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. “Artículo 3. Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

(...)

b) Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales (...)

metros de monumentos nacionales, en las carreras 1ª y 5ª con calle 5ª de Santiago de Cali.

Considera que METROVÍA S.A., GRAFFITI LTDA, VALLAVISIÓN LTDA, PUBLIC LOZANO & CIA LTDA y ULTRADIFUSIÓN LTDA, violan los artículos 4º literal d) de la Ley 472 de 1998 y 5 de la Ley 142 de 1994², pues invaden espacio público, al instalar vallas publicitarias sin el debido permiso del municipio, y utilizan energía eléctrica sin los debidos medidores de luz.

Sostiene que EMCALI y el municipio de Santiago de Cali omiten cumplir sus deberes constitucionales y legales, pues la primera permite el uso abusivo de redes de energía para la iluminación de vallas publicitarias, y la segunda omite hacer uso de las acciones legales para que quienes instalan vallas ilegales en la ciudad paguen los impuestos y las multas respectivas por infringir la ley.

Asegura que el municipio ha establecido prorrogas innecesarias para el desmonte de las vallas instaladas irregularmente, contribuyendo a que la contaminación visual y la invasión al espacio público se prorroguen de manera indefinida.

2. PRETENSIONES

El actor solicita que se hagan las siguientes declaraciones y condenas:

“A. Decretar que:

1. El municipio de Santiago de Cali, representado legalmente por el señor alcalde, John Mario Rodríguez Flórez, o quien haga de sus veces.

² Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. *“Artículo 5. Competencia de los municipios en cuanto a la prestación de los servicios públicos. Es competencia de los municipios en relación con los servicios públicos, que ejercerán en los términos de la ley, y de los reglamentos que con sujeción a ella expidan los concejos:*

5.1. Asegurar que se presten a sus habitantes, de manera eficiente, los servicios domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, y telefonía pública básica conmutada, por empresas de servicios públicos de carácter oficial, privado o mixto, o directamente por la administración central del respectivo municipio en los casos previstos en el artículo siguiente.*

5.2. Asegurar en los términos de esta ley, la participación de los usuarios en la gestión y fiscalización de las entidades que prestan los servicios públicos en el municipio.

5.3. Disponer el otorgamiento de subsidios a los usuarios de menores ingresos, con cargo al presupuesto del municipio, de acuerdo con lo dispuesto en la ley 60/93 y la presente ley.

5.4. Estratificar los inmuebles residenciales de acuerdo con las metodologías trazadas por el Gobierno Nacional.

5.5. Establecer en el municipio una nomenclatura alfa numérica precisa, que permita individualizar cada predio al que hayan de darse los servicios públicos.

5.6. Apoyar con inversiones y demás instrumentos descritos en esta ley a las empresas de servicios públicos promovidas por los departamentos y la Nación para realizar las actividades de su competencia.

5.7. Las demás que les asigne la ley. “

2. La Secretaría de Planeación Municipal de Santiago de Cali, representada legalmente por JUAN CARLOS PONCE DE LEÓN, o quien haga sus veces.

3. El Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA), representado legalmente por el doctor Sergio Castañeda Villamizar, o quien haga de sus veces.

4. Las Empresas Municipales de Cali (EMCALI) E.I.C.E. E.S.P., representadas legalmente por la Superintendencia de Servicios Públicos, quien a su vez es representada por la doctora Eva María Uribe, o quien haga de sus veces.

5. METROVÍA S.A., representada legalmente por el doctor Hember Moreno Trujillo, o quien haga de sus veces.

6. VALLAVISIÓN LTDA, representada legalmente por el señor Juan Guillermo Ochoa Alarcón, o quien haga de sus veces.

7. VALLAS GRAFFITI LTDA, representada legalmente por el señor Carlos Sacasas Lluch, o quien haga de sus veces.

8. PUBLIC LOZANO & CIA LTDA, representada legalmente por la señora María del Rosario Lozano Alcalá, o quien haga de sus veces, y

9. ULTRADIFUSIÓN LTDA, representada legalmente por la señora María Esperanza Hurtado Pino, o quien haga de sus veces.

Han violado con sus acciones y omisiones los derechos e intereses colectivos a:

- La moralidad administrativa
- El medio ambiente sano
- El derecho al goce del espacio público
- El patrimonio público

B. Consecuencialmente, ordenar al municipio de Santiago de Cali, que utilice la jurisdicción coactiva para el inmediato cobro a las empresas publicistas de los impuestos y multas que ellas deben pagar.

C. Consecuencialmente, ordenar a la Secretaría de Planeación que ejerza el ordenamiento urbanístico de la ciudad, controlando y multando a las empresas publicistas que operan fuera de las normas jurídicas.

D. Ordenar al DAGMA que proteja el medio ambiente de Santiago de Cali de la contaminación visual, ejerciendo sus facultades constitucionales y legales.

E. Ordenar a la Superintendencia de Servicios Públicos que regularice el servicio que prestan las empresas publicistas y las sancione por las conexiones anormales de energía que tienen, para que sólo vendan energía para las vallas que cuenten con el debido permiso del municipio.

F. Ordenar a las empresas publicistas demandadas que dentro de las 24 horas siguientes a que quede en firme la sentencia condenatoria en su contra, desmonten todas las vallas publicitarias que no tengan el respectivo permiso del municipio y se abstengan de seguir instalando publicidad sin el permiso del ente territorial.

G. Ordenar al municipio de Santiago de Cali, a Planeación Municipal, y al DAGMA, que denuncien penalmente por fraude a resolución judicial (art. 454 del C.P.) y contaminación ambiental (art. 332 del C.P.) a las empresas publicistas que incumplan con lo determinado en la sentencia que se profiera dentro de este proceso.

H. Se sirva determinar el valor del incentivo, de acuerdo con el artículo 39, inciso 1° de la Ley 472 de 1998, teniendo en cuenta que el beneficiario de esta acción es el pueblo, a quien se le está vulnerando su derecho colectivo, y en el futuro gozará de una mejor calidad de vida en virtud de esta decisión.

I. Se sirva determinar que el señor Julio Cesar Cabrera Cano tiene el derecho al 15% de lo que recupere el municipio de Santiago de Cali, en virtud de esta acción, conforme a lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley 472 de 1998.

J. Se sirva determinar que el señor Julio Cesar Cabrera Cano, tiene el derecho al 15% de lo que recupere EMCALI E.I.C.E. E.S.P., en virtud de esta acción, conforme a lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley 472 de 1998.”³

3. LAS CONTESTACIONES

3.1. EMCALI, mediante apoderado, se opuso a las pretensiones de la demanda, por considerar que no violó derechos colectivos.

Sostuvo que las empresas publicitarias demandadas no utilizan irregularmente la energía eléctrica de la ciudad.

Adujo que adelanta procedimientos administrativos contra aquellas empresas que han utilizado irregularmente el suministro de energía, con el fin de cobrarles el consumo del servicio no pagado, e imponerles las sanciones debidas.

³ Folios 30 y 31

Manifestó, de conformidad con lo señalado en el artículo 5° de la Ley 140 de 1994⁴, que las vallas publicitarias no requieren la instalación de un medidor de energía que controle su consumo.

3.2. El municipio de Santiago de Cali, mediante apoderada, manifestó su inconformidad con lo solicitado en la demanda y arguyó que no ha violado derechos colectivos.

Indicó que no ha podido desmontar las vallas publicitarias ilegales debido a la falta de presupuesto del municipio.

Adujo que ha iniciado los respectivos procesos para cobrar aproximadamente 380 millones de pesos, por concepto de multas e impuestos, a aquellas entidades que mantienen ilegalmente publicidad en la ciudad.

3.3. El DAGMA afirmó que no ha violado derechos colectivos y solicitó que se condenara a las empresas publicitarias a desmontar las vallas instaladas ilegalmente en Santiago de Cali.

Adujo, conforme a lo dispuesto en los artículos 16 del Acuerdo 33 de 1998 y 50 de 1999, que el Concejo otorgó un plazo de 3 años para remover y desmontar aquellas vallas que no cumplieran con los requisitos de ley.

Manifestó que la Subdirección de Ordenamiento Urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación Municipal es la dependencia competente para satisfacer las pretensiones de la demanda.

Indicó que en la calle 5ª con carreras 1ª, 5ª, 10ª, 20 y 27, en la avenida Roosevelt con carrera 39, y en la calle 5ª con avenida Roosevelt y frente al Club Noel, existen vallas publicitarias que incumplen con la reglamentación legal para estar instaladas en tales sitios.

⁴ Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. “Artículo 5. Condiciones de la publicidad que use servicios públicos. La Publicidad Exterior Visual que utilice servicios públicos deberá cumplir con los requisitos establecidos para su instalación, uso y pago. En ningún caso la Publicidad Exterior Visual puede obstaculizar la instalación, mantenimiento y operación de los servicios públicos domiciliarios. “

3.4. ULTRADIFUSIÓN LTDA se opuso a las pretensiones de la demanda y señaló que ha cumplido a cabalidad con la normatividad sobre publicidad exterior y espacio público.

3.5. PUBLIC LOZANO & CIA LTDA manifestó su desacuerdo con lo pretendido en la demanda.

Afirmó que ha instalado vallas en la ciudad cumpliendo con los requisitos legales.

Sostuvo que las vallas que ha instalado no invaden espacio público, pues se encuentran ubicadas en propiedad privada.

Señaló que ha cancelado los correspondientes impuestos y multas por concepto de las vallas publicitarias que tiene instaladas en la ciudad.

3.6. La Personería de Santiago de Cali coadyuvó la demanda y solicitó que fueran amparados los derechos colectivos invocados.

Manifestó que en reiteradas oportunidades ha requerido a la alcaldía exponiendo su preocupación por la proliferación de vallas ilegales en la ciudad.

Adujo que no se han tomado las medidas pertinentes para impedir que la instalación de vallas ilegales continúe desmedidamente.

3.7. El Procurador Ambiental y Agrario del Valle del Cauca coadyuvó la demanda y solicitó que se protegieran los derechos colectivos vulnerados.

Indicó que existen varias vallas instaladas en Santiago de Cali que incumplen con la normatividad de paisajes y espacio público.

3.8. VALLAVISIÓN LTDA se opuso a las pretensiones de la demanda y manifestó que no ha violado derechos colectivos.

Sostuvo que las vallas publicitarias que ha instalado cumplen cabalmente con la normatividad que regula la materia.

Manifestó que no registrar vallas o avisos publicitarios acarrea sanciones administrativas pero no necesariamente constituye la violación de derechos colectivos.

3.9. VALLAS GRAFFITI LTDA, mediante curador *ad litem*, manifestó que no le constan los hechos que se arguyen en la demanda.

3.10. METROVÍA S.A. discrepo de las pretensiones de la demanda y afirmó que el actor no especificó la ubicación exacta de las vallas que presuntamente violan derechos colectivos.

Manifestó que ha instalado vallas publicitarias en la ciudad cumpliendo los requisitos que para tales efectos exige la ley.

4. LA AUDIENCIA DE PACTO DE CUMPLIMIENTO

Tuvo lugar el 7 de septiembre de 2004 con la asistencia del actor, del Procurador Judicial 18 ante el Tribunal, de la Procuradora Judicial 2ª Agraria del Medio Ambiente, y de los apoderados de EMCALI, del municipio de Santiago de Cali, de PUBLIC LOZANO & CIA LTDA, METROVÍA S.A., VALLAVISIÓN LTDA, VALLAS GRAFFITI LTDA, de la Defensoría del Pueblo y del DAGMA. Se declaró fallida debido a que no se formuló proyecto de pacto de cumplimiento.

5. ALEGATOS DE CONCLUSION

5.1. PUBLIC LOZANO & CIA LTDA reiteró los argumentos expuestos en la contestación de la demanda.

Agregó que la violación de derechos colectivos es imputable al municipio, debido a que éste no ha reglamentado adecuadamente el uso de la publicidad en la ciudad.

5.2. El demandante insistió en que se protegieran los derechos colectivos invocados.

Manifestó que la ubicación de vallas en propiedad privada y la omisión del Concejo en reglamentar la instalación de las mismas, no es óbice para violar lo

derechos colectivos a la moralidad administrativa, al goce de un ambiente sano, al goce del espacio público y la utilización y defensa de los bienes de uso público y a la defensa del patrimonio público.

Sostuvo que los artículos 16 del Acuerdo 33 de 1998 y 147 y 148 del Acuerdo 69 de 2000 violan de manera manifiesta la Ley 140 de 1994.

5.3. EMCALI S.A. adujo que ha obrado conforme a derecho y que no ha violado derechos colectivos.

5.4. El municipio de Santiago de Cali, mediante apoderada, manifestó que la Secretaría de Gobierno, Convivencia y Seguridad, y el Departamento Administrativo de Planeación del municipio, han desmontado varias vallas que habían sido instaladas irregularmente en la ciudad.

5.5. EI DAGMA, METROVÍA S.A., VALLAVISIÓN LTDA, VALLAS GRAFFITI LTDA y ULTRADIFUSIÓN LTDA no realizaron manifestación alguna.

II. LA SENTENCIA APELADA

El Tribunal Administrativo del Valle del Cauca estimó parcialmente las pretensiones de la demanda, pues consideró que las empresas publicitarias demandadas habían vulnerado el derecho colectivo al medio ambiente sano.

Manifestó, de conformidad con las pruebas allegadas al proceso por la Secretaría de Planeación Municipal, que las vallas ubicadas en la calle 5 con carreras 1ª, 5ª, 10ª y a lo largo de la Avenida 6, de Santiago de Cali, eran ilegales, por cuanto no contaban con los permisos necesarios para ser instaladas.

Precisó que la acción popular no es la institución jurídica idónea para iniciar el cobro coactivo de impuestos a aquellas empresas que instalaron ilegalmente vallas en la ciudad.

Dispuso en la parte resolutive de la sentencia:

“1°. Ordénase a las empresas publicitarias Metrovía S.A., Valla Visión Ltda, Vallas Graffiti Ltda, Public Lozano & Cia Ltda y Ultradifusión Ltda, que en el

término de treinta (30) días, contados a partir de la ejecutoria de la presente providencia, procedan a desmontar las vallas que se encuentran localizadas en la calle 5ª con carrera 1ª, calle 5ª con carrera 5ª, calle 5ª con carrera 10ª y en todo el tramo de la avenida 6ª, y que sean de su propiedad.

2°. Ordénase al municipio de Santiago de Cali, al Departamento Administrativo de gestión del Medio Ambiente “DAGMA” y a las Empresas Municipales de Cali - EMCALI E.I.C.E. ESP, que vigilen el cumplimiento de la medida ordenada en esta sentencia, dentro de sus competencias.

3°. Fíjase como incentivo para el actor popular la cantidad de diez (10) salarios mínimos legales mensuales.

4°. Negar las demás pretensiones de la demanda.”⁵

III. LA IMPUGNACION

3.1. VALLAVISIÓN S.A. replicó la decisión manifestando que el *a quo* desconoció hechos y pruebas del proceso que la hubieran llevado a tomar una decisión en sentido contrario.

Reiteró los argumentos expuestos en la contestación de la demanda y adujo que las vallas instaladas en la ciudad, de las cuales es titular, cumplen íntegramente con la normatividad de contaminación visual y respetan el medio ambiente sano.

Manifestó que ha colaborado con el desmonte de las vallas publicitarias que no tenían los permisos necesarios para su instalación.

Adujo que no ha violado derechos colectivos, pues la *“colocación de publicidad exterior visual, en lugares donde no está prohibida, es libre y, por consiguiente, no requiere sino del cumplimiento de las condiciones establecidas”* en la Ley 140 de 1994.

3.2. El actor impugnó la decisión manifestando que el *a quo* desconoció hechos y pruebas del proceso que lo hubieran llevado a acceder a la totalidad de las pretensiones de la demanda.

Adujo que las vallas instaladas por las entidades publicitarias demandadas

⁵ Folios 830 y 831

están ubicadas en espacio público y violan el artículo 3° de la Ley 140 de 1994⁶.

Indicó que el Acuerdo 33 de 1998, expedido por el Concejo de Santiago de Cali, viola la Ley 140 de 1994, pues otorgó un plazo de gracia de 2 años para que las vallas instaladas en la ciudad adecuaran su infraestructura e instalación a lo dispuesto en los artículos 3 a 12 de dicha Ley.

Consideró que el *a quo* no debió limitar el amparo del derecho colectivo al desmonte de las vallas ubicadas en la calle 5 con carreras 1ª, 5ª, 10ª y a lo largo de la Avenida 6, de Santiago de Cali, sino que debió extender dicha orden a la totalidad de las vallas irregularmente instaladas en el perímetro de la ciudad.

Solicitó que se aumentara la suma fijada como incentivo, debido al impacto positivo que la acción había tenido en la comunidad.

IV. ALEGATOS DE CONCLUSION

4.1. El Procurador Delegado ante la Sección Primera de ésta Corporación, solicitó que se confirmara la sentencia apelada.

Manifestó, de conformidad con lo establecido en la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 33 de 1998, expedido por el Concejo de Santiago de Cali, que debía extenderse la condena al desmonte de la totalidad de las vallas instaladas irregularmente en la ciudad.

4.2. El actor, el municipio de Santiago de Cali, el DAGMA, EMCALI, METROVÍA S.A., VALLA VISIÓN LTDA, VALLAS GRAFFITI LTDA, PUBLIC

⁶ “Artículo 3. Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

a) En las áreas que constituyen espacio público de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9ª de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades;

b) Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales;

c) Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7o. y 9o. del artículo 313 de la Constitución Nacional;

d) En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;

e) Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado.”

LOZANO & CIA LTDA y ULTRADIFUSIÓN LTDA, guardaron silencio.

IV. CONSIDERACIONES

El artículo 88 de la Constitución Política dispone:

“Artículo 88. La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y la salubridad públicas, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definan en ella”

En desarrollo de este precepto constitucional se expidió la Ley 472 de 1998 (25 de agosto) cuyo artículo 2° define las acciones populares así:

“Artículo 2°. Las acciones populares son los medios procesales para la protección de los derechos e intereses colectivos.

Las acciones populares se ejercen para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible.”

Ahora, en el caso que nos ocupa, los derechos cuyo amparo se pretende son, ciertamente, derechos colectivos, contemplados en los literales a), b), d) y e) del artículo 4° de la Ley 472 de 1998 y, en consecuencia, susceptibles de protección mediante la interposición de la acción popular.

5.1. Caso Concreto

En el presente caso, el actor pretende que se amparen los derechos colectivos a la moralidad administrativa, al goce de un ambiente sano, al goce del espacio público y la utilización y defensa de los bienes de uso público y a la defensa del patrimonio público, que estimó violados por la instalación ilegal de vallas publicitarias en Santiago de Cali.

Del material probatorio se destaca:

- Copia del derecho de petición suscrito por Julio Cesar Cabrera Cano y dirigido al Alcalde de Santiago de Cali, de fecha 23 de mayo de 2002, en el que solicita que se le informe si METROVÍA S.A., VALLAS GRAFFITI LTDA y VALLAVISIÓN LTDA han solicitado los permisos necesarios para ubicar las vallas publicitarias de su pertenencia en la ciudad. Se destaca:

“Se sirva informarme usted o la persona del municipio encargada de ello, lo siguiente:

¿Cuánto han pagado las empresas Metrovía S.A., Vallas Graffiti Ltda y Vallavisión Ltda, mensualmente, por el impuesto complementario de avisos y tableros, al municipio, durante los últimos cinco (5) años?

Sírvase informarme ¿A las mencionadas empresas se les ha dado concesión, comodato, o permiso para utilizar el espacio aéreo de la ciudad de Santiago de Cali?

Sírvase informarme ¿Las mencionadas empresas han solicitado un permiso o licencia de construcción general para construir en los predios donde tienen avisos y tableros publicitarios, las torres que soportan las vallas por encima de las alturas permitidas, para cada sector urbano?

Sírvase informarme ¿Cuál es el máximo de la altura permitida para las construcciones de los siguientes sectores: Carrera 8 con Calle 70, Carrera 1 con Calle 34, Carrera 1 con Calle 44, Calle 10, entre Carreras 33 y 44, y Calle 13 con autopista (la luna)”⁷

- Oficio suscrito por la Subdirectora de Ordenamiento Urbanístico y dirigido a Julio Cesar Cabrera Cano, de fecha 19 de junio de 2002, en el que manifiesta que el artículo 43 del Acuerdo 50 de 1999, expedido por el Concejo de Cali, prolongó hasta el 31 de diciembre de 2000, el plazo dentro del cual las empresas publicitarias deben adecuar su publicidad a las normas sobre contaminación visual. Se destaca:

“En atención a su comunicación (...) me permito informarle lo siguiente, con respecto a sus preguntas:

Será contestada por la Subdirección Administrativa de Impuestos, Rentas y Catastro Municipal del Departamento Administrativo de Hacienda Municipal.

⁷ Folios 16 y 17

Para el otorgamiento de los permisos de las vallas ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali, las empresas tuvieron dos (2) años de gracia, otorgados por el Concejo Municipal, para que fueran removidas o modificadas, cuando no cumplieran la reglamentación otorgada mediante el Acuerdo 33 de 1998, en su artículo 16, y posteriormente mediante el Acuerdo 50 de 20 de diciembre de 1999, en su artículo 43, donde se extiende el plazo por un año, hasta el 31 de diciembre de 2000, para el desmonte de las vallas.

Posteriormente, por medio del Acuerdo 69 de octubre 26 de 2000 (...) en sus artículos 147 y 148, se estableció que el municipio debía elaborar un estudio técnico especial para todo lo atinente a este tema, estudio que actualmente se encuentra en la etapa de revisión final, y que deberá ser presentado al Honorable Concejo Municipal, quien tiene la potestad de aprobarlo.

Los permisos que ha otorgado la Administración municipal, para la ubicación del vallas, involucran no solo la ubicación de la publicidad en la valla sino el elemento estructural sobre el cual se fija la misma, por tal razón, al otorgarse el permiso, se involucran estos dos aspectos.(...)

Con relación a éste punto, el Acuerdo 33 de 1998 establece en su artículo 11 que “la altura máxima de la valla o elemento estructural que contiene publicidad exterior visual se regirá de conformidad con lo establecido por el Estatuto de Usos del Suelo y Normas Urbanísticas del municipio de Cali, situación que se valida con el Plan de Ordenamiento Territorial, Acuerdo 69 del 26 de octubre de 2002.

En las direcciones que usted cita la altura máxima permitida es:

Carrera 8ª con calle 70: cuatro (4) pisos dependiendo del área del lote se incrementará la altura de acuerdo al porcentaje (5) de espacio público liberado, por encontrarse en una vía arteria principal.

Carrera 1ª con calle 34: Si es vivienda de dos (2) pisos más altillo, edificaciones industriales altura libre, edificaciones comerciales y de servicios tres (3) pisos. (Se aplica lo mismo del punto 1 por encontrarse en una vía arteria principal)

Carrera 1ª con calle 44: Si es vivienda de dos (2) pisos mas altillo, edificaciones industriales altura libre, edificaciones comerciales y de servicio tres (3) pisos (Se aplica lo mismo del punto 1 por encontrarse en una vía arteria principal)

Calle 10 entre Carrera 33 y 34: No hay restricción de altura, de acuerdo con el Estatuto es zona oficial.

Calle 13 con autopista: 12 pisos y se aplica lo mismo del primero por ser vía arteria principal.”⁸

- Trece (13) fotografías de las vallas ubicadas en la Calle 5ª con Avenida Roosevelt, Calle 5ª con Carrera 27, Calle 5ª con Carrera 20, Calle 5ª con Carrera 10, Calle 5ª (“a la altura del Club Noel”), Carrera 8ª con Calle 70, Avenida Roosevelt con Carrera 39, Carrera 1ª con Calle 34, Carrera 1ª con Calle 5ª y Calle 5ª con Carrera 5ª.

- Oficio suscrito por el ingeniero Oscar Fernando Mesa, funcionario de EMCALI y dirigido a la Secretaría General del Departamento de Recuperación Pérdidas Zona Sur, de fecha 11 de marzo de 2003, en el que da constancia del consumo de energía de algunas vallas de METROVÍA S.A., y ULTRADIFUSIÓN LTDA. Se destaca:

“Conforme al oficio del asunto, se efectuó la revisión respectiva a los sitios a los cuales se hace alusión de vallas publicitarias que tienen iluminación propia y que tienen instaladas mediante permiso que la Subsecretaría de Amoblamiento, Omato y Patrimonio Urbanístico, les ha autorizado a los diferentes publicistas.

Los publicistas siempre han tomado el servicio de energía en forma directa, sin autorización de EMCALI, para tanto hubo la necesidad de crearles un cargo fijo mensual por cada una de las vallas que se encontraban iluminadas.

En el momento, las vallas que no presentan una cuenta de cliente creado, se esta procediendo a hacerles un proceso administrativo por servicio directo no autorizado, con el departamento de recuperación pérdidas, y se les creará una cuenta con cargo fijo mensual.

“Calle 5ª /Carrera 5ª

<i>ITEM</i>	<i>PUBLICISTA</i>	<i>PUBLICIDAD</i>	<i>DIRECCIÓN</i>	<i>KWH- MES</i>	<i>CLIENTE</i>
<i>1</i>	<i>METROVÍA S.A.</i>	<i>DENTILASE R</i>	<i>CALLE 5 No. 5 - 37</i>	<i>225</i>	<i>860439</i>

Calle 5ª /Carrera 10ª

<i>ITEM</i>	<i>PUBLICISTA</i>	<i>PUBLICIDAD</i>	<i>DIRECCIÓN</i>	<i>KWH-MES</i>	<i>CLIENTE</i>
-------------	-------------------	-------------------	------------------	----------------	----------------

⁸ Folios 18 a 20

1	METROVÍA S.A.	PREMIUM	CALLE 5/ CRA 10 ESQ.	225	860443
2	METROVÍA S.A.	METROVÍA S.A.	CALLE 5/ CRA 10 ESQ.	225	860447
2	DESCONOCIDO	WWW.QUEST.COM.CO	CALLE 5 No. 10 - 82	PERDIDAS	POR CREAR

Calle 5ª / Carrera 20

ITEM	PUBLICICISTA	PUBLICIDAD	DIRECCIÓN	KWH- MES	CLIENTE
1	ULTRADIFUSIÓN	ULTRADIFUSIÓN	CALLE 5 No. 22 - 103	APAGAD A	POR CREAR

Carrera 8ª /Calle 70

ITEM	PUBLICICISTA	PUBLICIDA D	DIRECCIÓN	KWH- MES	CLIENTE
1	METROVÍA S.A.	METROVÍA	CARRERA 8 No. 71 - 13	225	860394
1	METROVÍA S.A.	METROVÍA	CARRERA 8 No. 71 - 13	225	860391
1	METROVÍA S.A.	POLICÍA / METROVÍA	CARRERA 8 No. 70-04	450	860332
1	METROVÍA S.A.	METROVÍA	CALLE 70 No. 7T BIS 75	225	860437

(...)⁹

- Copia del Acuerdo 32 de 1998 (30 de diciembre), por el cual el Concejo de Santiago de Cali racionaliza el sistema tributario municipal, se establece el equilibrio presupuestal y se dictan otras disposiciones. Se destaca:

⁹ Folios 53 a 55

“Artículo 27. Adecúese en el municipio de Santiago de Cali el impuesto complementario de avisos y tableros para los no responsables de dicho impuesto; que coloquen publicidad exterior visual en los términos del artículo 14 de la Ley 140 de 1994.

Artículo 28. Hecho generador. El hecho generador del impuesto a la publicidad exterior visual lo constituye la instalación de publicidad exterior visual, a través de vallas o de cualquier elemento estructural.

Parágrafo. La instalación de publicidad exterior visual en el municipio de Santiago de Cali requerirá de autorización expedida por la Secretaría de Ordenamiento Urbanístico, de acuerdo con la reglamentación que para el efecto expida el Alcalde municipal.

Artículo 29. Sujeto Pasivo. Es sujeto pasivo del impuesto a la publicidad exterior visual, el solicitante por cuya cuenta se coloca la valla o elemento estructural que contiene la publicidad.

Artículo 30. Base gravable. Para los responsables del impuesto a la publicidad exterior visual la base gravable estará dada por el área en metros cuadrados de cada valla o elemento estructural.

Artículo 31. Tarifas. Las tarifas del impuesto a la publicidad exterior visual fijadas en proporción directa al área en metros cuadrados, son las siguientes:

De ocho (8) a treinta (30) metros cuadrados, tres (3) salarios mínimos legales mensuales por año.

b. De treinta punto cero uno (30.01) metros cuadrados en adelante, cinco (5) salarios mínimos mensuales por año.”¹⁰

- Copia del Acuerdo 33 de 1998 (30 de diciembre), por el cual el Concejo de Santiago de Cali regula aspectos sobre publicidad exterior visual. Se destaca:

“El Concejo municipal de Santiago de Cali

(...)

CONSIDERANDO

Que la Constitución Nacional en su artículo 313, numeral 3°, faculta al Concejo para “autorizar al Alcalde para celebrar contratos y ejercer protempore precisas funciones de las que corresponden al Concejo”.

Que la Constitución Nacional en su artículo 313, numeral 7, faculta al Concejo para “reglamentar los usos del suelo, y dentro de los límites que fije la Ley, vigilar

¹⁰ Folios 69 y 70

y contolar las actividades relacionadas con la construcción y enajenación de inmuebles destinados a vivienda”.

Que la Constitución Nacional en su artículo 313, numeral 9°, faculta al Concejo para “dictar las normas necesarias para el control, la preservación y defensa del patrimonio ecológico y cultural del municipio”

Que son funciones del municipio, de conformidad con el artículo 3° de la Ley 136 de 1994, planificar el desarrollo ambiental de su territorio y solucionar las necesidades de saneamiento ambiental.

Que la Ley 140 de 1994 reglamentó la publicidad exterior visual en el territorio nacional con “el objeto de mejorar la calidad de vida de los habitantes del país, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público de la integridad del medio ambiente, la seguridad visual y simplificación de la actuación administrativa, en relación con la publicidad exterior visual”, disponiendo facultades para que los concejo municipales regularan la materia en su ámbito territorial;

(...)

ACUERDA

Artículo 1. El presente Acuerdo tiene por objeto el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del municipio de Santiago de Cali, mediante la descontaminación visual y del paisaje, la protección del espacio público y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la regulación de la actuación administrativa, en relación con la publicidad exterior visual.(...)

Artículo 2. Se permitirá la ubicación de la publicidad exterior visual, de que trata la Ley 140 de 23 de junio de 1994, ya sea sobre vallas o a través de cualquier otro elemento estructural en los inmuebles con frente sobre vías arterias y colectoras, que tengan como mínimo dos (2) calzadas o cuatro (4) carriles, con excepción de los sitios prohibidos determinados en la misma Ley y en los demás que se establezca en el presente Acuerdo.

Podrán colocarse hasta dos (2) vallas y otro tipo de elementos estructurales contiguos con publicidad exterior visual; la distancia mínima con las más próximas, no podrá ser inferior a ochenta (80) metros, conforme a la Ley.

Artículo 3. La instalación de la publicidad exterior visual en el municipio de Santiago de Cali, requerirá autorización previa. Para la expedición del permiso se tendrá en cuenta la ubicación de la valla y/o del elemento estructural, el cual se deberá atemperar a lo dispuesto en la Ley 140 de 1994 y al presente Acuerdo.

La Secretaría de Ordenamiento Urbanístico, a través de la Subsecretaría de Amoblamiento Ornato y Patrimonio Urbanístico, será la Dependencia municipal encargada de autorizar la instalación de la publicidad exterior visual.

Artículo 4. Para obtener autorización para la instalación de la valla o del elemento estructural y de la publicidad exterior visual en el municipio de Santiago de Cali, su propietario, deberá presentar solicitud escrita ante la Secretaría de Ordenamiento Urbanístico, diligenciando y suministrando la información contenida en el formulario que para tal fin se elabore(...)

Artículo 7. Además de los lugares indicados en la Ley 140 de 1994 y conforme a lo previsto en su artículo 3°, literal c, se prohíbe ubicar vallas o elementos estructurales con publicidad exterior visual en los siguientes sitios.

Los inmuebles ubicados dentro de los siguientes límites: Partiendo de la calle 5ª con carrera 15 hacia el norte, hasta encontrar la calle 5ª, norte; por ésta hacia el norte hasta encontrar la avenida 4ª norte, por esta hacia el oriente hasta encontrar la calle 6ª norte; por ésta hacia el norte hasta encontrar la avenida 9ª norte; por ésta hacia el oriente hasta encontrar la calle 10ª norte, por ésta hacia el sur hasta encontrar la avenida 8ª norte; por ésta hacia el oriente hasta encontrar la calle 26 norte; por ésta hacia el sur-oriente hasta encontrar la avenida 3ª norte; por ésta hacia el sur hasta encontrar la carrera 30 norte, por esta hacia el sur hasta encontrar la calle 26; por esta hacia el sur hasta encontrar la carrera 15; por ésta hacia el occidente hasta encontrar la calle 5ª, punto de partida.

Los cerros tutelares de la ciudad (cerro de las Tres Cruces, cerro de los Cristales y cerro de la Bandera, Bataclán y la loma de La Perla).

Las áreas, inmuebles y elementos aislados, de interés patrimonial, declarados en el artículo 140 numeral 1 del Estatuto de Usos del Suelo (Acuerdo 30 de diciembre de 1993 y Acuerdo 10 de 1994) y los que se declaren como tales con posterioridad a estos.(...)

Artículo 8. Además de la prohibición de instalar vallas o elementos estructurales y publicidad exterior visual en los inmuebles y elementos aislados de interés patrimonial, también se establece un área prohibida, excepto para los declarados como monumentos nacionales, cuya área de influencia es de doscientos (200) metros de distancia, según lo dispuesto en el literal b), del artículo 3° de la Ley 140 de 1994.(...)

Artículo 16. La valla o elemento estructural y la publicidad exterior visual que se encuentren instalados y que no cumplan con la reglamentación establecida en el presente Acuerdo, deberán ser removidos o modificados, según sea el caso, para lo cual, se concede un término de doce (12) meses al propietario, contados a

partir de la publicación del presente Acuerdo. En el evento que ello no se realice, se deberá adelantar el procedimiento establecido para el efecto en la Ley 140 de 1994”¹¹

- Copia del Acuerdo 69 de 2000 (26 de octubre), por medio del cual el Concejo de Santiago de Cali adopta el Plan de Ordenamiento Territorial, del que se desata la siguiente normatividad sobre publicidad exterior:

“Artículo 143. Se consideran formas de publicidad exterior visual, permitidas en el municipio de Santiago de Cali, las siguientes: vallas convencionales, vallas unitubulares o petroleras, vallas móviles, vallas electrónicas y globos inflables.

(...)

Artículo 146. Además de los requerimientos contenidos en la Ley, los elementos de publicidad exterior visual ubicados en las zonas urbanas del municipio de Santiago de Cali, deberán instalarse en los predios a partir de la línea de construcción o paramento, y no podrán sobresalir sobre los costados de los mismos, ni ocupar las zonas o áreas de aislamiento, incluyendo las áreas de antejardín.

Artículo 147. Utilización del espacio público aéreo. La utilización del espacio público aéreo y otros componentes del espacio público, para efectos de la publicidad visual, deberá ajustarse a lo dispuesto en la Ley, al Acuerdo municipal 33 de 30 de diciembre de 1998 y a las normas que lo modifiquen o adicionen, de conformidad con el estudio técnico especial para su localización que para el efecto realice la administración”¹²

- Catorce (14) fotografías de vallas publicitarias ubicadas en la Calle 5^a con Carrera 1^a, Calle 1^a con Carrera 5^a, Calle 5^a con Carrera 10^a Calle 5 (sentido norte sur), Calle 5^a con Avenida Roosevelt, Calle 5^a con Carrera 27, Calle 5^a (sentido sur norte), Carrera 39 con Avenida Roosevelt, Carrera 39 con Calle 10^a y Calle 10^a (Avenida suroriental).¹³

- Copia de las solicitudes de registro para publicidad exterior visual en la Calle 5 No. 26 - 80, en la “Avenida Pasoancho - Carrera 56 - Esquina”, en la “Vía Jamundí - Cali” (margen derechas e izquierdas de la vía), en la Carrera 1^a No. 39 - 80, en la

¹¹ Folios 71 a 75

¹² Folios 88 a 90

¹³ Folios 168 a 172

Calle 5ª No. 94 - 102 y en la Carrera 2N No. 43 - 43; de fechas marzo de 2002, suscritas PUBLIC LOZANO & CIA LTDA.14

- Escrito de PUBLIC LOZANO & CIA LTDA, sin fecha, en el que hace una relación de las vallas publicitarias que ha desmontado en la ciudad. Se destaca:

“RELACIÓN VALLAS DESMONTADAS

EMPRESA: PUBLICIDAD LOZANO & CIA LTDA

AÑOS: 2000 y 2001

CENSO A: Agosto 1 de 2001

CIUDAD: CALI

*1º Abril 17/2000: Av. 8N # 13N - 52 *ALM. SI.*

*2º Junio/2000: Calle 23 AN # 2AN - 107 *ALM.SI*

*3º Julio/2000: Calle 25 # 8 - 30/32 *GASES DE O.*

*4º Octubre/2000: Carrera 40 # 9D - 56 *PUBLIO.*

*5º Febrero/2001: Calle 70 con Av. 3N, Sector Sameco *PRESTP*

*6º Abril 9/2001: Calle 5ª con 53ª - frente a Plaza de Torres * PRESTO*

*7º Abril 28/2001: Vía Cali-Jamundí - Hda El Marañon. *ALM. SI.*

*8º Abril 28/2001: Vía Cali-Jamundí - Hda El Marañon *ALM.SI.*

*9º Mayo 16/2001: Calle 23 DN # 5N - 65 *ALM.SI.*

*10 Mayo 19/2001: Av 3N # 13N - 71, Tubo Doble * PUBLIC.*

*11 Mayo 19/2001: Av. 3N # 13N - 71, Tubo Doble *PUBLIC.*

*12 Junio 16/2001: Calle 15N con Av. 4N, Club Colombia * VACIO T. Sup (Gases)*

*13 Junio 16/2001: Calle 15N con Av. 4N, Club Colombia *PUBLIO. T Mitad (ELS)*

*14 Junio 30/2001: Av. Pasoancho con Cra 80, Tubo Doble *ELS*

*15 Junio 30/2001 Av. Pasoancho con Cra 80, Tubo Doble *PUBLIO*

*16 Julio 6/2001: Cra 2N # 43 - 43 *GASES DE O.”15*

- Oficio suscrito por la Secretaria de Ordenamiento Urbanístico (E) y dirigido a la Gerente General de PUBLIC LOZANO & CIA LTDA, en que manifiesta las diferentes actuaciones que ha adelantado para solucionar la problemática de contaminación visual en Cali. Se destaca:

¹⁴ Folios 335 a 342

“Atendiendo su comunicación CPL-8504-00, donde nos pone de presente su inconformidad por el manejo del problema de la publicidad en la ciudad, por parte de la administración municipal y de otra firma publicitaria, aunque en su generalidad la consideramos comprensible y razonable, es menester hacer las siguientes precisiones:

(...)

2. Las vallas nuevas de todas las empresas que han sido instaladas irregularmente en 1999 y el 2000, han sido inventariadas y reportadas para el proceso sancionatorio.

(...)

3. De las vallas relacionadas por usted de la empresa METROVÍA, en la Calle 5ª y 6ª con Carrera 14ª y Calle 5 con Carrera 39 y de la empresa Graffiti en la Avenida 6ª con Calle 23DN, también se han relacionado para su sanción.

(...)

4. Del pasacalle alusivo a la “DISCOTECA LAS VALLAS” ubicado en la Calle 6 con Carrera 39, le podemos informar que ésta Secretaría tuvo inconvenientes logísticos en los operativos que impidieron cubrir toda la ciudad, con miras a hacer cumplir las disposiciones específicas para la temporada decembrina, por tanto no fue desmontado de ésta temporada.

5. Referente a las vallas de CODELCO instaladas en la Calle 5ª con Carrera 82 y Calle 13 con Carrera 80, por la empresa METROVÍA, fueron negadas cuando se hizo la solicitud y fueron retiradas el 5 de enero de 2001.”¹⁶

- Oficio de 16 de septiembre de 2002, suscrito por el Personero de Santiago de Cali y dirigido al Alcalde de la misma ciudad, en el que manifiesta su preocupación por la contaminación visual en la ciudad de Cali. Se destaca:

“Preocupa no solo a la personería municipal sino a toda la comunidad de Cali, la contaminación visual que de forma crónica se ha venido

¹⁵ Folio 354

¹⁶ Folios 390 y 391

apoderando de nuestra ciudad, a pesar de lo expresado por su administración específicamente por Planeación Municipal y la Subdirección de Ordenamiento Urbanístico, para hacer un verdadero control al respecto, y sin embargo el problema continua y desafortunadamente hasta ahora no se han visto verdaderos y efectivos esfuerzos al respecto.”¹⁷

- Oficio de 19 de febrero de 2003, suscrito por el Personero de Santiago de Cali y dirigido al Director del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de la misma ciudad, en el que manifiesta su preocupación por la contaminación visual que afecta la ciudad de Cali. Se destaca:

“Desde el pasado 16 de septiembre éste organismo de control le manifestó por escrito su preocupación por la forma en que se ha venido manejando la problemática de la contaminación visual en nuestra ciudad, en donde no existen políticas claras que permiten una verdadera labor de recuperación de nuestro entorno visual.

En respuesta a nuestra comunicación se recibió de esa Dirección el oficio 7350 de octubre 10 del mismo año, en el cual se hace un recuento histórico de las razones que argumenta la administración por las que no ha sido posible actuar frente a este tema y se señala por parte suya que “...se está diseñando una estrategia que involucra no solo al vallero, sino al anunciante y al dueño y/o administrador del edificio, o bien inmueble donde se encuentra ubicada la estructura...”

La Personería municipal consideró acertada esa estrategia, sin embargo, transcurridos más de 4 meses desde su anuncio, tiempo prudencial para desarrollarla, la situación es quizás más grave aun, la ciudad en cuanto a contaminación visual continua en un “statu quo” y no se observa ninguna acción real y efectivas por parte de esa Dirección para controlar el impacto y contaminación visual de la ciudad.”¹⁸

¹⁷ Folio 405

¹⁸ Folios 409 y 410

- Ciento catorce (114) copias de las facturas de energía de METRO VÍA S.A., por consumo en vallas publicitarias de su propiedad en diferentes lugares de Santiago de Cali, de julio de 2002.¹⁹

- Copia de la factura de energía 0000106 de julio de 2002, de METRO VÍA S.A., por consumo en vallas publicitarias de su propiedad, en la calle 5 con carrera 5 - 37 de Santiago de Cali.²⁰

- Oficio de 31 de marzo de 2006, suscrito por la Directora del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de Santiago de Cali, dirigido al Tribunal Administrativo del Valle del Cauca, y en el que establece se encuentra prohibido instalar vallas publicitarias en la Calle 5ª con Carrera 1ª y Calle 5ª con Carrera 5ª. Se destaca:

“...me permito informarle que una vez revisados los archivos de los permisos expedidos para la instalación de publicidad mayor (vallas) en el municipio de Santiago de Cali, se constató que no se ha expedido permiso alguno a las empresas publicitarias METROVÍA S.A., VALLAVISIÓN LTDA, VALLAS GRAFFITI LTDA, PUBLILOZANO CIA LTDA y ULTRADIFUSIÓN LTDA, en las vías enunciadas en su oficio No. BG 2382, del 15 de marzo de 2006.

Es oportuno informarle que conforme al Acuerdo 33 de diciembre de 1998, se establece en su artículo 7° como sitio prohibido para ubicar vallas o elementos estructurales con publicidad exterior visual en las siguientes direcciones: Calle 5ª con Carrera 1ª, Calle 5ª con Carrera 5ª, Calle 5ª con Carrera 10ª; en el numeral 2° del mismo artículo 7° se establece que en todo el tramo de la Avenida 6ª, se prohíbe la instalación de dichos elementos.²¹ (Se resalta)

- Certificado de 8 de agosto de 2005, del Ministerio de Cultura, en el que manifiesta los bienes que han sido declarados monumento nacional en Santiago de Cali. Se destaca:

¹⁹ Folios 494 a 601

²⁰ Folio 548

²¹ Folio 810

“Que los bienes del municipio de Cali, departamento del Valle del Cauca, relacionados a continuación, cuentan con declaratoria como monumento nacional o bien de interés cultural de carácter nacional.

(...)

Edificio Otero. Plaza Cayetano. Calle 12 entre Carrera 4 y Carrera 5. Decreto 1722 del 25 de julio de 1977.

(...)

Hospital Universitario Evaristo García. Calle 5ª No. 36 - 08. Decreto 1802 del 19 de octubre de 1995.

(...)

Palacio Nacional. Plaza Caicedo, Calle 12 entre Carreras 4ª y 5ª Decreto 1722 del 25 de julio de 1977.

(...)

Teatro municipal de Santiago de Cali. Calles 6ª y 7ª, Carreras 5ª y 6ª. Carrera 5ª No. 6 - 64. Resolución 1585 del 5 de agosto de 2002”²²

- Oficio de 6 de septiembre de 2005, suscrito por la apoderada del municipio de Santiago de Cali y dirigido al Tribunal Administrativo del Valle del Cauca, en el que pone de presente las actuaciones que ha adelantado el municipio para que se proteja el derecho colectivo al medio ambiente, y se desmonten las vallas irregularmente instaladas en la ciudad. Se destaca:

“De la manera mas atenta me permito dar respuesta al oficio BG No. 5838 de agosto 4 de 2005, donde solicita se le certifique y se le envíen documentos que deben reposar en nuestros archivos. Al respecto me permito informarle lo siguiente:

1. En lo atinente a los acuerdos conciliatorio realizados en el 2003, me permito comunicarles que por directriz del señor Alcalde, en varias oportunidades la Subdirectora de Ordenamiento Urbanístico (...) y el equipo de funcionarios que laboran en torno a la expedición de permisos y control de las vallas de la ciudad, realizó 12 reuniones con los representantes legales de las empresas publicitarias con el propósito de llegar a un acuerdo para realizar el desmonte gradual de

²² Folio 2 Cuaderno 2

las vallas instaladas en forma irregular en la ciudad. De estas reuniones no se logró ningún tipo de acuerdo, debido a los intereses que manejan cada empresa y la falta de solidaridad en el tema de la ciudad, en torno a la contaminación ambiental que se genera con estos mineros.

2. Con relación a la ocurrencia del silencio administrativo positivo, en la expedición de los permisos para instalar vallas, al respecto le informo que en la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 33 de 1998, normas que se aplican para conceder los permisos para la ubicación de publicidad mayor en la ciudad, no configuran la situación jurídica del silencio administrativo positivo, por lo tanto en la Subdirección de Ordenamiento urbanístico del Departamento Administrativo de Planeación no reposan permisos obtenidos por parte de la empresa de PUBLICIDAD LOZANO & CIA LTDA, ni de ninguna otra mediante esta figura.

Es oportuno aclararle que las solicitudes que se han recepcionado en el Departamento Administrativo de Planeación - Subdirección de Ordenamiento Urbanístico, para obtener el registro de vallas, han sido en lugares no permitidos, conforme lo determina la norma, y no cumplen con las condiciones establecida para su instalación, lo que ha generado que ninguna de estas solicitudes obtenga viabilidad.

3. En cuanto a las reuniones y acercamientos con las empresa de publicidad para el desmonte gradual y equitativo de algunas vallas instaladas, al respecto le comunico que la Secretaría de Gobierno, Convivencia y Seguridad, conjuntamente con el Departamento Administrativo de Planeación, mediante contrato con la empresa ULTRA CARGUES, logró desmontar 6 vallas en total distribuidas así: (3) de METROVÍA S.A., (1) de GRAFFITI LTDA, (1) DE VALLAVISIÓN, y (1) de PUBLILOZANO LTDA, en la ciudad”²³

- Copia del Acta 1 de 2003, suscrita por los representantes de la Alcaldía de Santiago de Cali y de las empresas publicitarias: METRÓVIA S.A., PUBLILOZANO & CIA LTDA, VALLAVISIÓN LTDA Y ULTRADIFUSIÓN LTDA, en la que manifiesta que el plazo máximo

²³ Folios 17 y 18 Cuaderno 2

para que las empresas publicitarias demonten sus vallas de manera voluntaria, es el 6 de mayo de 2003.

“CONCLUSIONES:

Entre las dos partes se concluyó que se realizaría un censo por parte de los representantes legales de las firmas publicitarias, el cual debe contener fotos, como también la dirección donde se encuentra ubicadas y fecha de término del respectivo contrato con los dueños de los predios, para la administración con base en la Ley 140 de 1994, el Acuerdo 33 de 1998 y la Resolución 01019341 de 2002, decida cual se encuentra dentro de lo legal.

(...)

Después del 6 de mayo de 2003, fijado el tiempo de desmonte, si los valleros no lo hacen, lo hará la administración con cargo a ellos.”²⁴

- Copia del Acta 8 de 2003, suscrita por los representantes de la Alcaldía de Santiago de Cali y de las empresas publicitarias: MULTIMAGEN LTDA, ULTRADIFUSIÓN LTDA, NEON AYALA LTDA, METROVÍA S.A., PUBLILOZANO LTDA, JOGOR PUBLICIDAD EXTERIOR, EST. PUBLICITARIAS GRAFFITI LTDA, PUBLILATINA LTDA, V & C DE COLOMBIA, AVISOS DISE, VALLAVISIÓN LTDA y NEF DIGITAL, en la que se manifiesta que se hará un desmonte gradual de las vallas irregularmente instaladas, a partir del 26 de mayo de 2003.

“COMPROMISO

Se dará un mes más de plazo, es decir, hasta el 23 de junio de 2003, con el fin de seguir trabajando en las propuestas para definir y aprobar el estudio técnico.

(...)

Se iniciará el lunes 26 de mayo, por parte de las empresas publicitarias, el desmonte gradual de las vallas irreglamentarias, que se encuentran ubicadas 3 en la Calle 5ª entre Carreras 1ª y 15, como también las ubicadas frente al Club Colombia.”²⁵

²⁴ Folios 19 a 21 Cuaderno 2

²⁵ Folios 34 a 36 Cuaderno 2

- Copia del Acta 12 de 2003, suscrita por la Subdirectora de Ordenamiento Urbanístico y los representantes de las empresas publicitarias: NEÓN AYALA LTDA, PIBLILOZANO LTDA, PUBLILATINA LTDA, JAGOR PUBLICIDAD EXTERIOR, AVISE LTDA Y NEF DIGITAL, en la que se hace manifiesta la propuesta para la ubicación reglamentaria de vallas de publicidad. Se destaca:

“OBJETIVOS DE LA CONVOCATORIA:

(...)

Se cita a los representantes de las empresas de publicidad para que se conozcan los documentos comparativos de propuestas para la ubicación reglamentaria de las vallas, presentados de parte de los representantes de dichas firmas y la administración municipal.

(...)

CONCLUSIONES

Cuando se comiencen a desmontar las vallas que se encuentran instaladas de manera irreglamentaria, se podrá hacer un estudio que permita saber cuántas vallas podrán quedar y cuántas más podrán ser reubicadas, teniendo en cuenta aspectos tales como cruces, glorietas y alturas máximas, etc.”²⁶

Advierte la Sala que METROVÍA S.A. y la Alcaldía de Santiago de Cali violan el derecho colectivo al medio ambiente sano, pues la primera contraviene lo dispuesto en el artículo 3 literal c) de la Ley 140 de 1994²⁷, ya que instaló publicidad en la Calle 5ª con Carrera 5ª de Santiago de Cali; y la segunda incumple con las obligaciones fijadas a su cargo en los artículos 11 y 12 de la misma Ley, pues no ha adelantado actuaciones administrativas oficiosas para impedir la proliferación de vallas publicitarias irregulares que contaminan visualmente la ciudad.

Conforme a lo establecido en los artículos 79 y 80 de la Constitución Política, es deber del Estado, a través de las distintas entidades que desarrollan sus

²⁶ Folios 47 a 49 Cuaderno 2

²⁷ Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. “Artículo 3. Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

(...)

c) Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7 y 9 del artículo 313 de la Constitución Nacional”

funciones, proteger la diversidad e integridad del ambiente y prevenir y controlar los factores que lo deterioran. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8º del Decreto Ley 2811 de 1974²⁸, y según lo dispuso ésta Sección en sentencia de 11 de octubre de 2006 (M.P. Rafael E. Ostau de Lafont Pianeta), se consideran factores que deterioran el ambiente, entre otros:

“...la contaminación del aire, de las aguas, del suelo y de los demás recursos naturales renovables, la degradación, la erosión y el revenimiento de suelos y tierras, las alteraciones nocivas del flujo natural de las aguas; la sedimentación en los cursos y depósitos de agua, los cambios nocivos el lecho de las aguas, la extinción o disminución cuantitativa o cualitativa de especies animales o vegetales o de recursos genéticos, y la alteración perjudicial o antiestética de paisajes naturales.”²⁹

Empero, el concepto de medio ambiente sano, no alude únicamente al deterioro de la flora, fauna, atmósfera, y de los recursos hidrológicos, entre otros, sino también hace referencia a la contaminación visual, que puede perjudicar el espacio público, la integridad del medio ambiente, y la calidad de vida de los habitantes del país.

Como todo derecho, el medio ambiente sano no es un derecho absoluto, pues se encuentra limitado por los derechos de las personas que pueden entrar en conflicto con él. En efecto, la vida en comunidad exige el respeto por los derechos ajenos, la prohibición de su abuso, y la limitación razonable de los mismos, de tal manera que deben ponderarse para evitar que se anulen. En tal contexto, en el caso que nos ocupa, deben armonizarse, de un lado, el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano y, de otro, los derechos individuales de la libre iniciativa privada, a usar la propiedad privada, y a aprovechar los medios masivos de comunicación.³⁰

El actor alega que METROVÍA S.A. instala irregularmente vallas publicitarias en las carreras 1ª y 5ª con calle 5ª de Santiago de Cali. Sin embargo, del material probatorio allegado al proceso, no se evidencia prueba que demuestre la

²⁸ Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente

²⁹ Sentencia de 11 de octubre de 2006, Rad.: 15001-23-31-000 2001-01470-01(AP), Actor: Gabriel Zambrano Fonseca, M.P. Rafael E. Ostau de Lafont Pianeta

³⁰ Sentencia de 17 de mayo de 2002, Rad.: 25000-23-24-000-2001-0243-01 (AP-413)

propiedad, posesión o tenencia de vallas publicitarias a su cargo, ubicadas en la carrera 1ª con calle 5 de la ciudad.

La Ley 140 de 1994, por la cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional y se busca la descontaminación visual y del paisaje, la protección de los derechos colectivos al espacio público y de la integridad del medio ambiente, y la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa, en relación con la publicidad exterior visual ³¹, precisa en su artículo 3º lo siguiente:

“Lugares de ubicación. Podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en todos los lugares del territorio nacional, salvo en los siguientes:

a) En las áreas que constituyen espacio público, de conformidad con las normas municipales, distritales y de las entidades territoriales indígenas que se expidan con fundamento en la Ley 9ª de 1989 o de las normas que la modifiquen o sustituyan. Sin embargo, podrá colocarse Publicidad Exterior Visual en los recintos destinados a la presentación de espectáculos públicos, en los paraderos de los vehículos de transporte público y demás elementos de amoblamiento urbano, en las condiciones que determinen las autoridades que ejerzan el control y la vigilancia de estas actividades;

b) Dentro de los 200 metros de distancia de los bienes declarados monumentos nacionales;

c) Donde lo prohíban los Concejos Municipales y Distritales conforme a los numerales 7o. y 9o. del artículo 313 de la Constitución Nacional;

d) En la propiedad privada sin el consentimiento del propietario o poseedor;

e) Sobre la infraestructura, tales como postes de apoyo a las redes eléctricas y telefónicas, puentes, torres eléctricas y cualquier otra estructura de propiedad del Estado. (Se resalta)

A su turno, el Concejo de Santiago de Cali, en desarrollo de lo establecido en el artículo 3º literal c) de la Ley 140 de 1994, mediante Acuerdo 33 de 1998 (30 de diciembre), fijó escuetamente:

Actora: Janeth González Urrego, M.P. Darío Quiñones Pinilla

³¹ Ley 140 de 1994. “Artículo 2. Objetivos La presente Ley 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 y de la integridad del medio ambiente, la seguridad vial y la simplificación de la actuación administrativa en relación con la Publicidad Exterior Visual.”

“Artículo 7. Además de los lugares indicados en la Ley 140 de 1994 y conforme a lo previsto en su artículo 3°, literal c, se prohíbe ubicar vallas o elementos estructurales con publicidad exterior visual en los siguientes sitios.

Los inmuebles ubicados dentro de los siguientes límites: Partiendo de la calle 5ª con carrera 15 hacia el norte, hasta encontrar la calle 5ª, norte; por ésta hacia el norte hasta encontrar la avenida 4ª norte, por esta hacia el oriente hasta encontrar la calle 6ª norte: por ésta hacia el norte hasta encontrar la avenida 9ª norte; por ésta hacia el oriente hasta encontrar la calle 10ª norte, por ésta hacia el sur hasta encontrar la avenida 8ª norte; por ésta hacia el oriente hasta encontrar la calle 26 norte; por ésta hacia el sur-oriente hasta encontrar la avenida 3ª norte; por ésta hacia el sur hasta encontrar la carrera 30 norte, por esta hacia el sur hasta encontrar la calle 26; por esta hacia el sur hasta encontrar la carrera 15; por ésta hacia el occidente hasta encontrar la calle 5ª, punto de partida.

Los cerros tutelares de la ciudad (cerro de las Tres Cruces, cerro de los Cristales y cerro de la Bandera, Bataclán y la loma de La Perla).

Las áreas, inmuebles y elementos aislados, de interés patrimonial, declarados en el artículo 140 numeral 1 del Estatuto de Usos del Suelo (Acuerdo 30 de diciembre de 1993 y Acuerdo 10 de 1994) y los que se declaren como tales con posterioridad a estos. (...)” (Se resalta)

De las fotografías visibles a folios 25 y 168 del expediente y de la factura de energía 0000106 de METRO VÍA S.A., por consumo en la valla publicitaria ubicada en la calle 5 con carrera 5 - 37, de julio de 200232, se evidencia que en la calle 5ª con carrera 5ª de Santiago de Cali, existe una valla publicitaria de propiedad de METROVÍA S.A.

La Sala advierte que la Directora del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de Santiago de Cali, mediante oficio de 31 de marzo de 2006, afirmó, conforme a lo establecido en el artículo 7° del Acuerdo 33 de 1998, que se encuentra prohibida la instalación de vallas publicitarias en la *“Calle 5ª con Carrera 1ª, Calle 5ª con Carrera 5ª [y] Calle 5ª con Carrera 10ª...”* de la ciudad.

³² Folio 548

Por lo anterior, se condenará a METROVÍA S.A. a retirar la valla publicitaria instalada en la calle 5ª con carrera 5ª de Santiago de Cali, por encontrarse ubicada en un sitio prohibido y que, conforme a lo establecido en la Ley 140 de 1994, viola el derecho colectivo al medio ambiente sano.

Ahora bien, a folios 22, 25, 168 y 169 del expediente, se observan fotografías de vallas publicitarias instaladas en la calle 5ª con carreras 1ª y 10ª de Santiago de Cali, las cuales, a pesar no manifestar la identidad de su(s) propietario(s), poseedor(es) o tenedor(es), conforme a lo expresado por la Directora del Departamento Administrativo de Planeación Municipal de Santiago de Cali en oficio de 31 de marzo de 2006, están ubicadas en sitios donde se encuentra prohibida su instalación.

De la misma manera, a folios 21, 22, 23, 24, 168, 169, 170 y 171, salta a la vista la instalación de vallas publicitarias con menos de 80 metros de distancia entre unas y otras, en la calle 5ª con carrera 1ª, calle 5ª con avenida Roosevelt, calle 5ª con carrera 27, carrera 39 con avenida Roosevelt y carrera 39 con calle 10, calle 5ª con carrera 20, carrera 8ª con calle 70 y carrera 1ª con calle 34; todas de Santiago de Cali, las cuales, a pesar de no fijar el(los) nombre(s) de su(s) propietario(s), poseedor(es) o tenedor(es), contravienen lo señalado en el artículo 4 literal a) de la Ley 140 de 1994³³.

Según lo disponen los artículos 11 y 12 de la Ley 140 de 1994³⁴, constituye una obligación del municipio tener un registro de colocación de Publicidad Exterior

³³ “Artículo 4. Condiciones de la publicidad exterior visual en zonas urbanas y rurales. La Publicidad Exterior Visual que se coloque en las áreas urbanas de los municipios, distritos y también en los territorios indígenas, deberá reunir los siguientes requerimientos:

a) **Distancia:** Podrán colocarse hasta dos vallas contiguas con la Publicidad Exterior Visual. **La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros.** Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguiente al límite urbano y territorios indígenas, podrá colocarse una valla cada 200 metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada 250 metros” (Se resalta)

³⁴ “Artículo 11. Registro A más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la Publicidad Exterior Visual, deberá registrarse dicha colocación ante el alcalde del municipio, distrito o territorio indígena respectivo o ante la autoridad en quien está delegada tal función.

Las autoridades municipales, distritales y de los territorios indígenas abrirán un registro de colocación de Publicidad Exterior Visual, que será público.

(...)

Artículo 12. Remoción o modificación de la publicidad exterior visual. Sin perjuicio de la acción popular consagrada en el artículo 1005 del Código Civil y el artículo 8 de la Ley 9 de 1989 y de otras acciones populares, cuando se hubiese colocado Publicidad Exterior Visual, en sitio prohibido por la ley o en condiciones no autorizadas por ésta, cualquier persona podrá solicitar su remoción o modificación a la alcaldía municipal o distrital respectiva. La solicitud podrá presentarse verbalmente o por escrito, de conformidad con el artículo 5 del Decreto 1 de 1984 (Código Contencioso Administrativo).

Visual y adelantar actuaciones administrativas oficiosas, en caso de advertir que este tipo de publicidad no se encuentra ajustada a la ley.

Del material probatorio allegado al proceso, se advierte que el municipio de Santiago de Cali no ha realizado actuaciones eficaces que permitan eliminar la contaminación visual del municipio, pues, por el contrario, ha dilatado innecesariamente el amparo del derecho colectivo al goce de un ambiente sano, aplazando injustificadamente la fecha fijada para el desmonte total de las vallas publicitarias irregularmente instaladas en la ciudad.

Contrario a lo que consideró el *a quo*, no se allegó prueba al proceso que permitiera establecer la ubicación de vallas publicitarias de propiedad, posesión o tenencia de Valla Visión Ltda, Vallas Graffiti Ltda, Public Lozano & Cia Ltda y Ultradifusión Ltda, irregularmente instaladas en la ciudad y que violaran el derecho colectivo al medio ambiente sano.

Por lo anterior, se revocará el numeral primero de la sentencia apelada, por no haberse probado que vallas publicitarias de las empresas Valla Visión Ltda, Vallas Graffiti Ltda, Public Lozano & Cia Ltda y Ultradifusión Ltda, violaran el derecho colectivo al ambiente sano.

Por último, atendiendo a las particularidades especiales del presente caso, considera la Sala suficientemente justo reconocer al demandante la suma de diez (10) salarios mínimos legales mensuales vigentes como incentivo, según lo dispone el artículo 39 de la Ley 472 de 1998.

Fuerza es entonces condenar al municipio de Santiago de Cali a retirar las vallas publicitarias instaladas en la calle 5ª con carrera 10ª, calle 5ª con carrera 1ª, calle 5ª con avenida Roosevelt, calle 5ª con carrera 27, carrera 39 con avenida

De igual manera y sin perjuicio del ejercicio de la acción popular, los alcaldes podrán 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 de conformidad con el artículo anterior y si no se ha solicitado su registro dentro del plazo señalado por la ley, se ordenará su remoción. De igual manera el funcionario debe ordenar que se remueva o modifique la Publicidad Exterior Visual que no se ajuste a las condiciones legales, tan pronto tenga conocimiento de la infracción, cuando ésta sea manifiesta o para evitar o para remediar una perturbación del orden público en los aspectos de defensa nacional, seguridad, tranquilidad, salubridad y circulación de personas y cosas o graves daños al espacio público. (...)" (Se resalta)

Roosevelt y carrera 39 con calle 10, calle 5ª con carrera 20, carrera 8ª con calle 70 y carrera 1ª con calle 34 y que incumplen con lo dispuesto en el artículo 4 literal a) de la Ley 140 de 1994; y conminarlo a retirar todas las vallas de la ciudad que vulneren el medio ambiente sano y violen las disposiciones fijadas en la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 33 de 1998 (30 de diciembre), expedido por el Concejo del mismo municipio.

En mérito de lo expuesto, el Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera, administrando justicia en nombre de la República y por autoridad de la ley,

FALLA:

1° **REVOCASE** el numeral primero de la sentencia apelada.

2° **CONDENASE** a METROVÍA S.A. a desmontar, dentro de los 8 días siguientes a la ejecutoria de ésta sentencia, la valla publicitaria instalada en la calle 5ª con carrera 5ª de Santiago de Cali.

3° **CONDENASE** al municipio de Santiago de Cali a retirar, dentro de los 3 meses siguientes a la ejecutoria de este fallo, las vallas publicitarias instaladas en la calle 5ª con carrera 10ª, calle 5ª con carrera 1ª, calle 5ª con avenida Roosevelt, calle 5ª con carrera 27, carrera 39 con avenida Roosevelt, carrera 39 con calle 10, calle 5ª con carrera 20, carrera 8ª con calle 70 y carrera 1ª con calle 34, y que incumplan con lo dispuesto en el artículo 4 literal a) de la Ley 140 de 1994.

4. **CONMINASE** al municipio de Santiago de Cali a retirar, dentro de los 6 meses siguientes a la ejecutoria de este fallo, todas las vallas de la ciudad que vulneren el derecho colectivo al medio ambiente sano y violen las disposiciones fijadas en la Ley 140 de 1994 y el Acuerdo 33 de 1998 (30 de diciembre), expedido por el Concejo del mismo municipio.

Para tal efecto, el municipio deberá adoptar las medidas presupuestales y de planeación que aseguren el cabal cumplimiento de lo ordenado en este fallo.

5. **MODIFICASE** el numeral 3° de la sentencia apelada, en el sentido de fijar como incentivo para el actor popular la cantidad de diez (10) salarios mínimos

legales mensuales, el cual deberá ser pagado en una proporción del 20% y 80%, respectivamente, por METROVÍA S.A. y el municipio de Santiago de Cali.

6. **CONFIRMASE** en todo lo demás la sentencia apelada.

La anterior providencia fue discutida y aprobada por la Sala en la sesión de la fecha.

COPIESE, NOTIFIQUESE Y CUMPLASE

MARCO ANTONIO VELILLA MORENO MARIA ELIZABETH GARCIA GONZALEZ
Presidente

RAFAEL E. OSTAU DE LAFONT PIANETA MARIA CLAUDIA ROJAS LASSO