

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



SENTENCIA GENERAL NRO.	006 - 002
ASUNTO	ACCIÓN POPULAR
ACCIONANTE	BERNARDO ABEL HOYOS MARTÍNEZ
ACCIONADO	KOBA S.A.S.
RADICADO	050013103009- 2018-00014 00
DECISIÓN	LA ACCIÓN POPULAR SE DISEÑÓ PARA CONJURAR LA ACCIÓN U OMISIÓN DE AUTORIDADES PÚBLICAS O PARTICULARES QUE VIOLEN O AMENACEN DERECHOS O INTERESES COLECTIVOS. LA LEY 472 DE 1998 ESTABLECIÓ EL TRÁMITE DE LA ACCIÓN POPULAR, DONDE ADEMÁS DE REUNIRSE LAS EXIGENCIAS DE LEY PARA SU PROCEDENCIA, SE DEBE ACREDITAR LA VULNERACIÓN O AMENAZA DE UN DERECHO COLECTIVO PARA EL ÉXITO DE LA PETICIÓN. HABIENDO CESADO LA VULNERACIÓN DEL DERECHO COLECTIVO, SE PRESENTA EL FENÓMENO DE UN HECHO SUPERADO QUE CONLLEVA A LA DENEGACIÓN DE LAS PRETENSIONES QUE FORMULA EL ACTOR POPULAR.

JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD

Medellín, diecisiete (17) de enero de dos mil veintidós (2022)

Se profiere fallo en la acción popular promovida por el señor **BERNARDO ABEL HOYOS MARTÍNEZ** contra **KOBA COLOMBIA S.A.S.**, para deprecar el amparo de los derechos colectivos al goce del espacio público, la utilización y defensa de los bienes de uso público; y la defensa del patrimonio público quebrantados en el establecimiento de comercio ubicado en la **calle 44 No.69-67¹** de la ciudad de Medellín.

ANTECEDENTES

1-. HECHOS

El señor **BERNARDO ABEL HOYOS MARTÍNEZ**, presentó acción popular contra **KOBA S.A.S.**, en busca de la protección de los derechos colectivos *"al goce del espacio público y la utilización y defensa de los bienes de uso público; y la defensa del patrimonio público"*, en atención a lo preceptuado por los literales d) y e) de la Ley 472 de 1998.

¹ Dirección precisada en informe técnico rendido por la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia.



Para ello expresó que la sociedad accionada instaló un elemento de Publicidad Exterior Visual -PEV- consistente en letreros y/o avisos publicitarios, en la fachada del establecimiento de comercio ubicado en Medellín, concretamente en el sitio conocido como **San Juan con carrera 74**, violando con ellos la normatividad, es decir, los requisitos y limitaciones dispuestas por la Ley 140 de 1994, Decreto 1683 de 2003, que protegen los derechos colectivos estipulados en los literales d) y e) del artículo 4 de la Ley 472 de 1998 ya mencionados.

En virtud de lo expuesto, solicita que se realicen las siguientes:

2-. DECLARACIONES

2.1. Se declare que Koba S.A. vulnera los derechos colectivos a un ambiente visual sano y al espacio público, por incurrir en violación de las limitaciones y condiciones de la Ley 140 de 1994 y el Decreto local reglamentario 1683 de 2003 y las demás que determine el Código General del Proceso.

2.2. Se conceda el incentivo de la ley 472 de 1998, artículo 39.

3-. ACTUACIÓN PROCESAL

(i) Admitida la acción popular mediante auto del 16 de enero de 2018, se dispuso la notificación personal del mismo a la parte accionada y la comunicación de dicha providencia al Ministerio Público, a fin de que interviniera en defensa de los derechos e intereses colectivos presuntamente vulnerados; así mismo a las autoridades que en su momento se consideraban como las encargadas² de proteger los derechos e intereses colectivos alegados como afectados.

² Departamento Administrativo de Planeación Municipal hoy Subsecretaría de Defensa y Protección de lo Público de la Secretaría General del Municipio de Medellín.

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



En dicha providencia se prescribió publicar la información de la presente acción en un diario de alta circulación a costa del actor popular.

(ii) Las comunicaciones al Ministerio Público, Defensoría del Pueblo, y al Departamento Administrativo de Planeación Municipal hoy Subsecretaría de Defensa y Protección de lo Público de la Secretaría General del Municipio de Medellín, quedaron debidamente surtidas (folios digitales Archivo 01), y la parte accionada fue notificada de forma personal como consta en los archivos digitales No.03 y 03.1).

(iii) En el archivo digital 05.1 obra la publicidad del Edicto a la comunidad sobre la existencia de la presente acción constitucional, conformándose la integración del contradictorio.

(iv) La parte demandada en réplica a la acción popular manifestó que, no han vulnerado disposición alguna contenida en la Ley 472 de 1998 ni ninguna otra norma concordante, amén de que el actor no demuestra la forma como están vulnerando dichas disposiciones o la amenaza de los derechos colectivos. Así mismo, indican que no han violado disposiciones de la ley 140 de 1994, como tampoco el Decreto Municipal 1683 de 2003, máxime cuando esta última norma carece de vigencia al momento de presentar la acción popular dado que se rige por el Acuerdo 36 del 10 de junio de 2017. Destaca que, a partir del 16 de mayo de 2018, el Decreto Municipal 288 de 2018 derogó en su integridad el Decreto Municipal 1683 de 2003 en materia de avisos publicitarios, razón de más para no controvertir aquella normatividad.

Después de ilustrar sobre el concepto que por vía jurisprudencial ha decantado el Consejo de Estado respecto del espacio público y patrimonio público, advierte que en este asunto el derecho colectivo del espacio público no tiene relación con la Publicidad Exterior Visual, salvo que vulnere el buen uso, el acceso o la preservación del espacio público, y en cuanto al derecho colectivo del patrimonio público está claramente destinado a preservar los recursos públicos, y en el presente proceso no se tiene ninguna relación con la administración de aquellos, máxime, cuando no

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



desempeñan funciones públicas ni administran recursos públicos en materia de Publicidad Exterior Visual.

Finalmente, se opone a cada una de las pretensiones y condenas solicitadas por carecer de fundamento jurídico y asidero fáctico, solicitando sentencia absolutoria y que se condene en costas y gastos al actor previa valoración de la conducta temeraria del mismo. Bajo tales argumentaciones, se formuló como medios exceptivos la **"Inexistencia de la vulneración, daño, amenaza actual contra los derechos colectivos alegados"** e **"Insuficiencia Probatoria"**.

(v) Surtido el traslado de las excepciones, el 14 de octubre de 2021 se lleva a cabo audiencia de pacto de cumplimiento declarada fallida; por lo que se procede mediante auto del 14 de octubre de la misma vigencia, al decreto de pruebas.

(vi) Dentro de la etapa probatoria la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia de la Alcaldía de Medellín, allegó concepto técnico sobre la publicidad exterior visual al establecimiento de comercio ubicado en la **calle 44 No.69-67**, que corresponde a la nomenclatura del citado por el actor como D1 de **San Juan con la carrera 74**. Allí encontró la autoridad pública instalado y adosado en la fachada un (1) elemento tipo aviso de identificación, propiedad de la empresa KOBIA COLOMBIA S.A.S. y alusivo a TIENDAS D1. Que de acuerdo con las verificaciones pertinentes realizadas en el sitio, el elemento publicitario correspondiente a aviso de identificación que hace parte integral de la fachada, **cumpliendo con la normativa** establecida en cuanto al área ocupada y las condiciones del aviso estipulado en el artículo 10, numeral 10.15.1.2 del Decreto Municipal 0288 del 2018³. Que por lo expuesto, se emite concepto positivo por

³ **10.15 EN GRANDES SUPERFICIES O CONGLOMERADOS COMERCIALES.** En edificaciones comerciales y de servicios tales como hipermercados, supermercados, centros comerciales, mall y complex, podrán instalarse avisos de acuerdo a las siguientes reglas: 10.15.1 Aviso de identificación del hipermercado, supermercado, centros comerciales, mall y complex. La edificación podrá instalar un aviso de identificación o máximo dos según sea el caso y un aviso publicitario promocional en sus fachadas, siempre y cuando no superen los bordes de la fachada y cumplan con una proporción de área en relación con la altura, de la siguiente forma: (Ver gráfico N. 11) **10.15.1.1** Para fachadas de 1 piso, tener un aviso de seis (6) metros cuadrados (m2) de área, o

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



cuanto la publicidad exterior visual cumple lo establecido por el Decreto 0288 de 2018, en lo atinente al porcentaje de ocupación normativo del 20% máximo total de la fachada, además de las dimensiones del aviso que se hallan por debajo de los 12 m2 permitidos. Concluye el informe con la correspondencia del elemento publicitario con la reglamentación para la publicidad exterior visual en el Territorio Nacional y en el municipio de Medellín (*Archivo digital No.18*).

En la complementación de informe técnico visible en el archivo digital No.20 se indicó:

*"AVISO DE IDENTIFICACIÓN, que hace parte integral de la fachada, propiedad de la empresa KOBIA COLOMBIA S.A.S., alusivo a TIENDAS D1, el cual cumple la normativa dispuesta en el Decreto 0288 de 2018, en cuanto al área ocupada, las condiciones del aviso para grandes superficies o conglomerados comerciales tales como hipermercados o supermercados, entre otros parámetros. (...) Una vez corroborado que, aunque dicho elemento cumple con lo dispuesto en Decreto Municipal 0288 de 2018, sustantiva, normativa aplicable al caso, y que cuenta con concepto técnico positivo sobre dicho elemento, **pero que pese a ello no se ha presentado solicitud por escrito para dicho registro, el 4 de noviembre de 2021, se elevó por escrito, acta de información por ocupación indebida con dicho elemento, conocida como sensibilización, por medio de la cual se invitó a radicar solicitud para el debido registro...**". (negritas para resaltar).*

Informe que volvió a complementar seguidamente como consta en el archivo digital No.20.1. sosteniendo que:

*"...dicho elemento publicitario se encuentra a nueve (9) metros del eje de vía, por lo cual **si cumple** con la longitud, altura y distancia con la vía, además está alineado con el paramento de los demás establecimientos, entonces, las medidas de ocupación y cuadráticas (m2) consignadas en el concepto son correctas. (...) Ahora bien, atendiendo a*

máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área. **10.15.1.2** Para fachadas de 2 pisos, tener un aviso de doce (12) metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área. **10.15.1.3** Para fachadas de tres (3) o más pisos, tener un aviso de veinticuatro (24) metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



lo requerido por Despacho Judicial, es pertinente aclarar que la Ley 140 de 1994 regula lo relacionado con publicidad exterior visual, entendiendo esta como los elementos superiores a 8m², sin embargo, la misma no fija regulación específica sobre los **Avisos**, los cuales son elementos inferiores a 8m². A su vez, el Decreto 1683 de 2003 **fue derogado por el Acuerdo 36 de 2017 de 10 de junio**, en lo relativo a la publicidad exterior visual (elementos iguales o superiores a 8m²), dicho Acuerdo fija parámetros y define regulación como se indicó antes de elementos iguales o superiores a 8m², sin embargo, para el caso en concreto, tratándose de un aviso cuyo elemento **es inferior a 8m²** se deberá aplicar lo dispuesto en el **Decreto 0288 de 2018**, siendo dicha normativa la única regulación a nivel municipal sobre avisos publicitarios, por ende, se concluye que el elemento ubicado en la fachada, propiedad de la empresa KOBIA COLOMBIA S.A.S., alusivo a TIENDAS D1, ubicado en la calle 44 69 – 67 sí cumple con los aspectos sustantivos de dicha normativa, pero está pendiente de ajustarse al tema procedimental de **solicitar el registro de esos elementos publicitarios**.

En relación con el registro fotográfico aportado con el escrito de la acción en el año 2018, se indica lo siguiente. **Frente al requerimiento a)** – Al momento de la visita realizada el pasado 22 de octubre de 2021 no se observan cambios o modificaciones al elemento publicitario, en comparación con el mencionado registro fotográfico del año 2018. **Frente al requerimiento b)** – El elemento que se identifica en registro fotográfico aportado con el escrito de la acción del mes de enero de 2018 tenía carácter de AVISO, por ende, debía ajustarse a lo dispuesto en el Decreto Municipal 1683 de 2003 (No vigente en la actualidad). **Por lo cual se informa que dicho elemento para el año 2018 sí se ajustaba a lo dispuesto en la normativa que lo regulaba**, a continuación se detalla lo indicado: De acuerdo con las verificaciones pertinentes se encuentra que el elemento publicitario correspondiente a un aviso de identificación, que hace parte integral de la fachada, cumplía con la normativa establecida en cuanto al área ocupada y las condiciones del aviso previsto en el artículo 34, numeral 2 del Decreto Municipal 1683 del 2003⁴, el cual pasan a transcribir

⁴ **ARTÍCULO 34. AVISOS PUBLICITARIOS EN CONGLOMERADOS COMERCIALES.** Los centros o conglomerados comerciales, que tengan como máximo una cuadra de longitud y tres (3) pisos de altura, podrán tener aviso de identificación y aviso publicitario promocional en sus fachadas siempre y cuando no superen los bordes de la fachada y cumplan con una proporción de área en relación con la altura, de la siguiente forma: **1.** Para fachadas de 1 piso, tener una publicidad de 6 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área. **2. Para fachadas de 2 pisos, tener una publicidad de 12 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.** **3.** Para fachadas

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



como el artículo 42 respecto de las normas generales para la instalación de avisos de identificación, para concluir que:

"Por lo expuesto, el elemento visualizado en registro fotográfico y hoy en día aún instalado bajo las mismas condiciones, cumplía lo establecido por el Decreto 1683 de 2003, en cuanto al porcentaje de ocupación normativo del 20% máximo total de la fachada; además, las dimensiones del aviso están por debajo de los 12 m2 permitidos. Frente al requerimiento c) – Al momento de realizar visita el 22 de octubre de 2021 se avizoró únicamente elementos publicitarios tipo aviso, el cual como se describe antes cumple con lo dispuesto a la normativa actual que lo regula. No había existencia de otro elemento adicional".

(vii) De los anteriores informes técnicos, se corrió traslado a las partes por auto adiados 09 de noviembre de 2021⁵ y 17 de noviembre de 2021⁶. La parte accionada se pronunció⁷ reiterando que, de acuerdo al informe técnico remitido por la Subsecretaría de Espacio Público el 5 de noviembre de 2021 claramente establece que el elemento le es aplicable el Decreto Municipal 288 de 2018 y que, además, cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente para el momento, razón por la que, emitió concepto favorable; y en virtud de ello, solicitan sentencia anticipada dada la carencia actual de objeto y de legitimación en la causa, por encontrarse probado en el proceso que el actor popular presenta alegaciones sobre hechos que no tienen relación con la realidad o sobre normas que no son aplicables al caso concreto.

Así mismo, en memorial visible en el archivo digital No.25, afirman que el elemento gráfico corresponde a un aviso publicitario regulado por el Decreto 288 de 2018 y no por las normas sobre Publicidad Exterior Visual citadas por el actor popular, reconociendo que sobre el mismo solo falta el registro de identificación, como lo anuncia la autoridad en el informe técnico, la que se ha solicitado aportando prueba

de 3 pisos, tener una publicidad de 24 metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área

⁵ Archivo digital No.19

⁶ Archivo digital No. 22

⁷ Archivo digital No.23



de ello, según formato “**FO-GOBI Solicitud de Avisos**”, radicado ante la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia el 26 de noviembre de 2021.

(viii) Vencida la etapa probatoria, se concedió traslado para alegar mediante auto del 02 de diciembre de 2021⁸, oportunidad procesal que fue aprovechada por el actor quien citó y transcribió los artículos 10 y 10.9 del Decreto 0288 del 16 de mayo de 2018, norma posterior a la denuncia del 12 de enero de 2018, y petitionó se tuviera en cuenta de manera objetiva toda sus participaciones durante la acción constitucional y se profiera sentencia de mérito que sea congruente y cuya decisión sea debidamente motivada en la forma prevista por el artículo 19 de la Ley 734 de 2002.

CONSIDERACIONES

1. LOS PROBLEMAS JURÍDICOS A RESOLVER EN ESTA CONTROVERSIA. En el presente caso los puntos relevantes que se deben reflexionar atañen al objeto jurídico de las acciones populares, como los presupuestos que se deben probar para sacar adelante la pretensión para finalmente, analizar la prueba y determinar si en efecto se trasgrede el derecho colectivo.

Trasversal a ello, se debe tocar lo referente a la superación del hecho trasgresor del derecho colectivo.

2. DE LAS ACCIONES POPULARES. LOS DERECHOS COLECTIVOS E INTERES COLECTIVOS. La Constitución Política en su artículo 88, consagra el mecanismo de las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, y preceptúa, que corresponde a la ley su regulación. Es la Ley 472 de 1998, quien desarrolla el anotado precepto superior, señalando en su artículo 2º las

⁸ Archivo digital No.24

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



acciones populares como el medio para la protección de los derechos e intereses colectivos, y que se ejerce para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio de aquellos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible, además, según el artículo 9º ibídem, tales acciones proceden contra toda acción u omisión de las autoridades públicas o de los particulares, que hayan violado o amenacen violar los referidos derechos e intereses colectivos, los que, de manera enunciativa, contempla la indicada ley en su artículo 4º.

Vemos como estas disposiciones legales centran el objeto o la finalidad de la acción popular, que no es otra cosa que la protección de los derechos e intereses colectivos, contra toda acción u omisión de autoridades públicas o de los particulares que violen o amenacen violar los referidos derechos.

Es así como los **derechos colectivos** han sido entendidos como aquellos intereses protegidos por una norma, que afectan directamente a los individuos de una colectividad y tienen carácter no conflictivo, excluyente y no distributivo. Ahora, el interés público es conocido como el interés general que puede ser hecho valer judicialmente, en razón de que produce efectos inmediatos en un individuo o grupo.

De conformidad con el inciso 2, del artículo 2º de la Ley 472 de 1998, **las acciones populares tienen por objeto o finalidad la protección de los derechos e intereses colectivos, buscándose con su ejercicio evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio de aquellos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible.** De allí, que no se pueda utilizar para perseguir el amparo de intereses subjetivos.

Entre los derechos colectivos enunciados por la ley en comento como susceptibles de protección, se encuentra el derecho al **gocce del espacio público y la utilización y defensa de los bienes de uso público**, según el literal d) del art. 2º de la ley 472 del 98 **y a la defensa del patrimonio público**, literal e) de la misma ley, invocados por la accionante.



3. SUPUESTOS DE PROCEDENCIA DE LA ACCIÓN POPULAR. PRESUPUESTOS DE VALIDEZ Y EFICACIA DE LA DECISIÓN DE FONDO. Los supuestos sustanciales para que proceda la acción popular deben ser demostrados dentro del proceso por el actor de manera idónea para que salga adelante la pretensión. En ese orden de ideas, la acción popular solo puede concederse si: (i) están en juego intereses públicos, (ii) **que el derecho colectivo se encuentre amenazado, en peligro o vulnerado por una acción u omisión de las autoridades públicas o de los particulares**, (iii) **que la acción se promueva durante el tiempo en que subsista la amenaza o peligro al derecho y/o interés colectivo** y, (iv) que la acción se dirija contra el particular, persona natural o jurídica, o la autoridad pública cuya actuación se considera que amenaza o viola el interés colectivo.

En igual sentido se incluye **la legitimación en la causa por activa y pasiva** en tanto, independiente del derecho colectivo invocado para ser protegido, toda persona natural o jurídica puede interponer las Acciones Populares, pues con su ejercicio se busca proteger los derechos e intereses colectivos de todas aquellas actividades que ocasionen perjuicios a amplios sectores de la comunidad. En lo que corresponde a la autoridad pública o privada, o particular contra la cual se dirige la acción, en el sub judice es posible, pues, se afirma en la demanda una conducta proveniente de la demandada que **afecta posiblemente derechos colectivos**, luego, son los llamados a resistir esa pretensión. Lo anterior independiente de la relación jurídica, sustancial o procesal.

Ahora, en el presente caso se ha incoado de manera precisa y sin margen para dudas, una acción popular, con el objeto de conseguir la protección del medio ambiente, afectada por contaminación visual publicitaria. Pues así se ha manifestado en los hechos y en el petitum formulado en el escrito genitor.

Pues bien, como surge palmariamente del mismo texto del artículo 2º de la Ley 472 de 1998, en consonancia perfecta con lo dispuesto por el artículo 88 de la



Constitución Política de 1991, 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, respecto de **derechos e intereses colectivos**. Y, por consagración expresa del artículo 88 de la norma constitucional en comentario, **dentro de los derechos e intereses colectivos está: "a) El goce de ambiente sano, de conformidad con lo establecido en la Constitución, la ley y las disposiciones reglamentarias;"** (Art. 2º, literal a de la Ley 472 de 1998). Derecho que debe ser regulado por los alcaldes municipales expidiendo normas reguladoras de la publicidad exterior visual en la ciudad, en consonancia con el art. 315 de la Constitución Política y la Ley 99 de 1993, ley 388 de 1989, y la Ley 140 de 1994. Adicional, el órgano jurisdiccional cuenta con competencia para salvaguardar ese derecho colectivo como ocurre en ejercicio de acciones como la que nos ocupa.

4. DE LOS DERECHOS COLECTIVOS. No hay duda de que todo hecho constitutivo de violación o puesta en peligro del derecho colectivo al ambiente sano, por la colocación de elementos publicitarios visuales, puedan calificarse como contaminantes del ambiente cuando constituyan una violación de la normatividad especial de naturaleza administrativa del ámbito local donde ocurra el hecho. **De tal suerte que, cuando se desconoce alguna de las normas reguladoras de tal forma de publicidad, se puede estar trasgrediendo ese derecho colectivo, aun cuando debe aclararse que, no toda violación de dicha regulación jurídica, con la colocación de tales medios de publicidad visual externa, constituye violación o puesta en peligro del referido derecho colectivo al ambiente sano.**

Tal normatividad local regula con amplitud la materia de la publicidad visual exterior, considerando aspectos relativos al tipo de publicidad, la distancia, lugar, altura, extensión y forma de colocación; también los concernientes a la identificación del propietario de la misma, el constructor de ella y, además, el tipo de materiales, exigencias de registro; como también los relacionados con el **tamaño** y la exigencia



de colocación de mensajes “sociales” o también llamados “culturales”. Por ello, cuando **el elemento no solamente violó aquel ordenamiento jurídico, sino que genera un daño cierto o puede catalogarse de ser potencial inminente ese daño al ambiente sano**; procede la protección por la vía de acción popular constitucional, bien para **evitar, o conjurar, un peligro inminente; o para volver las cosas al statu quo ante, cuando ello es posible.**

En ese orden de ideas, se ha entendido que **son hechos constitutivos de violación a la comentada normatividad legal básica y a la local administrativa, los relativos a la colocación de elementos publicitarios visualmente en lugares prohibidos**, o a distancias no permitidas en consideración a determinadas vías públicas, y las que desbordan los tamaños permitidos por esas normas; pues, la publicidad colocada violando tales condiciones legales, **per se, contiene un elemento excesivo de publicidad**, en cuya esencia está el concepto de **contaminación visual**.

Y, es que, un ambiente sano, lo ha explicado el Consejo de Estado⁹ *“...debe entenderse a partir de un sentido amplio, el cual incluye la protección del medio ambiente, de la estabilidad ecológica y de la salud colectiva que puede afectarse por factores externos. De consiguiente, ésta noción no sólo reprocha la contaminación atmosférica e hidrológica, sino también lo que hoy se denomina contaminación visual o auditiva. Estas últimas referidas a excesos en la utilización de medios visuales o sonoros.”*

No obstante, como todo derecho, el ambiente sano no es un derecho absoluto, puesto que se encuentra limitado y, en ocasiones restringido, por las necesidades y los derechos de las personas que pueden entrar en conflicto con él (artículo 95 de la Constitución). 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.

⁹ Sección Quinta, en sentencia del 17 de mayo de 2002, M. P. Dr. Darío Quiñónez Pinilla, Radicación número: 25000-23-24-000-2001-0243-01(AP-413)

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



*"En tal contexto, deben armonizarse o ponderarse, de un lado, el derecho de todas las personas a gozar de un ambiente sano y, para el caso objeto de estudio, el derecho a disfrutar y aprovechar el paisaje para evitar el deterioro ambiental y, de otro, los derechos individuales de la libre iniciativa privada (artículo 333 superior), a usar la propiedad privada (artículo 58 de la Carta), y a aprovechar medios masivos de comunicación (artículo 20 de la Constitución). Para ello, mediante la Ley 140 de 1994, el legislador **reglamentó la "publicidad exterior visual en el territorio nacional", pues con ella busca "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 2º de esa normativa). Así, esa ley señala, en líneas generales, **los lugares de ubicación prohibidos**, la distancia, el contenido y el control sobre la actividad de publicidad exterior visual, la cual se entiende como un medio masivo de comunicación visual destinado a llamar la atención del público (artículo 1º).*

No obstante, de acuerdo con lo dispuesto por la Corte Constitucional en sentencia C-535 de 1996, la Ley 140 de 1994 debe entenderse como "una legislación nacional básica de protección al medio ambiente que, de acuerdo al principio de rigor subsidiario, puede ser desarrollada de manera más estricta por los concejos distritales y municipales, y por las autoridades de los territorios indígenas, en virtud de sus competencias constitucionales propias para dictar normas para la protección del paisaje, conforme a lo señalado por los artículos 313 y 330 de la Carta". Esa posición fue reiterada en sentencia C-064 de 1998." (Subrayas fuera del texto).

Se concluye de lo expuesto, que la denominada contaminación visual se configura cuando se hace uso desmedido, arbitrario y exagerado de la publicidad mediante la colocación de "avisos publicitarios" o "vallas institucionales", carteles, avisos, pancartas, etc., en lugares donde queden expuestos al público. Es incuestionable que todo aviso colocado en cualquier parte, forzosamente implica un impacto visual, y genera un contacto de la misma naturaleza con un determinado grupo de personas. **De manera que, lo prohibido no es la colocación de publicidad comercial sino, en tanto aquella cuente con restricciones absolutamente necesarias para no generar un caos de publicidad en la ciudad que afecte**



gravemente la calidad de vida de toda la comunidad. Por eso hay espacios y reglas para esa publicidad.

Para el momento en que se presentó la acción popular que nos atañe, el elemento que se identifica en registro fotográfico aportado con el escrito de la acción del mes de enero de 2018 tenía carácter de AVISO, por ende, debía ajustarse a lo dispuesto en el Decreto Municipal 1683 de 2003, vigente para cuando se ejerció la acción. Normativa que en sus artículos 5º, 9º, 10º y 15º disponía:

"ARTÍCULO 5º. PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. *La publicidad exterior visual, según lo definido en la Ley 140 de 1994, es el medio masivo de comunicación con un área no inferior a los ocho (8) metros cuadrados, 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 sea peatonales o vehiculares, terrestres o aéreas que hace parte de los componentes del amoblamiento urbano y por lo tanto es un elemento que incide y complementa el espacio público.*"(subrayas fuera de texto).

"ARTÍCULO 9º. NORMAS GENERALES SOBRE MATERIALES E INSTALACION. *La Publicidad Exterior Visual que se instale en el municipio de Medellín, deberá cumplir con las siguientes características: "... 3. Estar debidamente integrada física, visual y arquitectónicamente al paisaje, respetando la arborización existente y sus demás elementos constitutivos, además no podrá interrumpir las visuales de los miradores urbanos, ni de los elementos de valor patrimonial, cultural o histórico.*

"... "

7. La Publicidad Exterior Visual mayor de ocho (8) m2 de área, deberá dedicar el diez por ciento (10%) de su área total o del tiempo, cuando sean electrónicas, a la inclusión de mensajes cívicos, ecológicos, culturales o institucionales (Gráfico 9).

"[...]" (Subrayas fuera del texto).

Normativa que anuncia para el elemento exterior visual publicitario ser un elemento de integración arquitectónica del paisaje; por lo que, debe mantener un requerido nivel de armonía con el entorno donde sea colocada, en cuanto a criterios de tamaño, forma, contenido, proporciones, alturas y número o cantidad de elementos visuales en un mismo sitio.

El artículo 10 del mismo decreto municipal, con total claridad, y con un contenido imperativo, disponía:

"ARTÍCULO 10º. DIMENSIONES PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL. *Las dimensiones para la publicidad exterior visual serán:*

"1. El área máxima de la Publicidad Exterior Visual dentro del Municipio de Medellín, *será de setenta y dos (72) metros cuadrados en el suelo rural y de cuarenta y ocho (48) metros cuadrados en el suelo urbano. 2. La altura mínima del borde inferior de la valla con respecto al nivel del suelo será de dos con diez (2,10) metros. (Gráfico 10).*

"3. La altura máxima en relación con el borde superior de la valla con respecto al nivel del suelo será de catorce (14) metros y la longitud máxima será de doce (12) metros. (Gráfico 10), siempre y cuando se garanticen las condiciones de seguridad y sin que vaya en detrimento del espacio público.



"4. A la Publicidad Exterior Visual de forma irregular se le calculará el área, multiplicando la altura de éstas desde su nivel inferior hasta el superior por el ancho que tengan los avisos en su mayor extensión. (Gráfico 15)." (Subrayas fuera del texto).

Finalmente, el artículo 15 del mismo Decreto 1683 en estudio ordena:

"ARTÍCULO 15º. INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR VISUAL EN EDIFICACIONES. Se podrá instalar Publicidad Exterior Visual en culatas de muros medianeros y en cubiertas en losa o terrazas de zonas comerciales e industriales siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles, teniendo en cuenta los siguientes requisitos: (Gráfico 12).

"1. Tener un área máxima proporcional a la altura de la edificación un ancho y una altura menor al de la fachada que la respalda, así: (Gráfico 13).

"Altura en pisos	Área en Metros"
2	12
3	24
4	32
5	40
6	48" (Negrillas extra texto)

De acuerdo con esta norma, si se armonía con el artículo 10 también trasuntado, surge al rompe una primera conclusión: Un edificio, en la zona urbana de la ciudad, no puede tener un elemento publicitario, adherido a sus "culatas de muros medianeros y en cubiertas en losa o terrazas", con un área superior a los 68 metros. Eso es indiscutible y bastante claro.

Por otro lado, cuando la misma no es colocada con anclajes en el piso, sino en losas de edificios – como aquí es el caso –, no es la norma del artículo 10 la que debe regir el caso, sino el artículo 15 citado. Y este artículo, mantiene la limitación máxima de 48 metros de cabida o de área de la valla; pero permite colocarlas en alturas superiores, bajo dos consideraciones también absolutamente razonables: (i) "Tener un área máxima proporcional a la altura de la edificación"; y, (ii) Tener "un ancho y una altura menor al de la fachada que la respalda..." Obsérvese que las dos normas apuntan a proteger la estética del edificio, la visibilidad no interrumpida más que por la natural altura del edificio, y la estética del entorno inmediato del edificio.

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



Ahora bien, en cuanto a la norma vigente, este es el Decreto 0288 de 2018 y que a voces de la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, es el que se debe aplicar a este asunto, tratándose de un aviso cuyo elemento es inferior a 8m², amén de clasificarlo como AVISO DE IDENTIFICACIÓN que hace parte integral de la fachada, propiedad de la empresa KOBACOL S.A.S., alusivo a TIENDAS D1, se indicó por tal autoridad que el mismo cumple la normativa dispuesta en el Decreto 0288 de 2018, en cuanto al área ocupada, las condiciones del aviso para grandes superficies o conglomerados comerciales tales como hipermercados o supermercados, requisitos reglados en el artículo 10º de la normativa en cita que dice:

" 10.15. EN GRANDES SUPERFICIES O CONGLOMERADOS COMERCIALES. En edificaciones comerciales y de servicios tales como hipermercados, supermercados, centros comerciales, mall y complex, podrán instalarse avisos de acuerdo a las siguientes reglas:

10.15.1 Aviso de identificación del hipermercado, supermercado, centros comerciales, mall y complex. La edificación podrá instalar un aviso de identificación o máximo dos según sea el caso y un aviso publicitario promocional en sus fachadas, siempre y cuando no superen los bordes de la fachada y cumplan con una proporción de área en relación con la altura, de la siguiente forma: (Ver gráfico N. 11)

10.15.1.1 Para fachadas de 1 piso, tener un aviso de seis (6) metros cuadrados (m²) de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.

10.15.1.2 Para fachadas de 2 pisos, tener un aviso de doce (12) metros cuadrados de área, ó máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.

10.15.1.3 Para fachadas de tres (3) o más pisos, tener un aviso de veinticuatro (24) metros cuadrados de área, o máximo dos (2) por cada fachada, cuya sumatoria no supere esta área.

10.15.2 Avisos comerciales ubicados en las fachadas de las edificaciones para ofrecer bienes y servicios que se prestan en su interior: Podrán instalarse, adicional al aviso de identificación, avisos comerciales de los establecimientos, bienes y servicios ubicadas al interior de la edificación, cumpliendo las siguientes reglas:

10.15.2.1 La ubicación de estos avisos, implica un aprovechamiento económico del Espacio Público, por lo cual solo se permitirá su instalación con la debida gestión y viabilidad de la Agencia para la Gestión del Paisaje, el Patrimonio y las Alianzas Público Privadas.

10.15.2.2 Los avisos deberán instalarse en las fachadas de la edificación en forma de mosaico o separados y deberán tener un área inferior a ocho (8) metros cuadrados.

10.15.2.3 La sumatoria del área de los avisos no podrá superar el 20% del área de la respectiva fachada.



Por su parte, el artículo 11º del Decreto en cita, establece para los avisos según su finalidad, los requisitos que debe cumplir, los que, para el aviso de identificación, se expresó:

(...) 11.5 AVISO DE IDENTIFICACIÓN. *Es el medio de comunicación adosado a la fachada del establecimiento, que se utiliza como anuncio de la razón social de su actividad. Sin perjuicio de lo dispuesto según la clasificación por localización, su instalación y dimensiones, tendrán las siguientes características:*

11.5.1 *Pueden ser pintados, grabados, proyectados, iluminados, luminosos y estar fabricados en metal, madera, plástico u otro material resistente a la intemperie.*

11.5.2 *El borde inferior de los avisos de identificación, debe estar a una altura mayor de dos metros con diez centímetros (2.10 m) sobre el nivel de acceso al local comercial.*

11.5.3 *No podrán sobresalir de la parte superior de la fachada.*

11.5.4 *El aviso de identificación de la razón social, se podrá colocar en área libre privada del inmueble, cuando el establecimiento no se encuentre localizado contiguo a la vía.*

11.5.5 *El aviso de identificación de establecimientos cercados con mallas podrá localizarse en el dintel y/o enrase del acceso. (...)*

Las anteriores normas, con evidente claridad, consagran los criterios adoptados en el Municipio de Medellín, necesarios para el proyecto de construcción y desarrollo urbanístico de la ciudad, a través de los cuales se logra uniformidad y armonía con la publicidad, utilizando el espacio público, pero evitando el desorden para no contaminar el ambiente; pues, esa parte del exceso daña la armonía arquitectónica del paisaje y constituye saturación de publicidad que tiene un efecto negativo en todo el entorno paisajístico, el cual comporta un daño potencial para la ciudadanía en general. Esos límites puestos por las autoridades competentes, han sido los establecidos como topes máximos de tolerancia soportable de publicidad, con la cual se debe convivir, según se dejó explicado en precedencia.

5. EL HECHO SUPERADO EN LAS ACCIONES POPULARES. CARENCIA DE OBJETO. En la ley 472 de 1998 no fue prevista la terminación del proceso en una acción popular por carencia de objeto cuando se encuentre acreditado que los derechos colectivos que se pretende proteger con la demanda **ya no se hallan en**



riesgo ni están sufriendo un daño actual por cuanto fueron ejecutadas o suspendidas, según el caso, las actuaciones que amenazaban o vulneraban tales derechos, caso en el cual, no tendría sentido concluir con una orden, en los términos del artículo 34 de la misma ley, pues aquella sería totalmente ineficaz por sustracción de materia¹⁰.

Sin embargo, por jurisprudencia y doctrina se ha aceptado la posibilidad de finalizar un proceso como el que nos ocupa, cuando se presente la figura del **hecho superado**, puesto que, de nada valdría expedir una orden que no podrá cumplirse, que caería al vacío, pues el objetivo primordial de este mecanismo constitucional es adoptar las medidas necesarias tendientes a proteger los derechos colectivos frente a cualquier amenaza que se cierna sobre ellos, por lo tanto, es dable afirmar que la desaparición de las circunstancias de vulneración o agravio, para el momento de proferirse la sentencia, trae como consecuencia necesaria la **denegación de las pretensiones de la misma por improcedencia**, ante la inexistencia de una amenaza o vulneración actual de las prerrogativas cuya protección se petitionó, pues en tales circunstancias, cualquier determinación sobre el particular “caería en el vacío por sustracción de materia...”¹¹, como en reiteradas ocasiones lo ha precisado la Corte Constitucional, y “...**siempre que se acredite que el restablecimiento del derecho colectivo amenazado o vulnerado se produjo con ocasión de la intervención del actor popular...**”, en tratándose del *hecho superado* o de la *carencia de objeto* ocurridas en el curso del trámite de la acción popular, que fue lo que aconteció en este asunto, ya no será necesario ordenar la adopción de medidas para amparar los derechos e intereses colectivos, en tanto, la condena en costas será admisible en favor del actor popular¹².

¹⁰ Ver Exps. 00186 del 19 de febrero de 2004, 00353 del 21 de noviembre de 2003 y AP-00222 del 27 de noviembre de 2003; T-262/99 de la Corte Constitucional

¹¹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, Sentencia de 18 de junio de 2008, C. P. Ruth Stella Correa Palacio. Exp. AP-700012331000200300618 01

¹² Sentencia de 22 de junio de 2006, proferida en la acción popular núm. 15001 2331 000 **2003 00962** 01; Actor: José Alberto Salom Cely; Consejero Ponente Doctor **Rafael E. Ostau De Lafont Pianeta**.



6. CASO CONCRETO Y LA PRUEBA RECAUDADA.

6.1.- En el asunto sub examine, el actor BERNARDO ABEL HOYOS instaura acción popular pretendiendo por esta vía proteger los **derechos colectivos** al **“AL GOCE DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA UTILIZACIÓN Y DEFENSA DE LOS BIENES DE USO PÚBLICO; Y, LA DEFENSA DEL PATRIMONIO PÚBLICO”**, que según éste, vienen siendo afectados con la publicidad exterior visual existente en el inmueble donde funciona el establecimiento de comercio D1 de propiedad de KOBÁ COLOMBIA S.A.S., ubicado **80 metros antes de la carrera 70 sobre la calle San Juan**, dirección que finalmente fue precisada al interior del expediente por la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia Ciudadana, señalando que es **calle 44 No.69-67**, como en desarrollo de la audiencia de pacto de cumplimiento.

Ahora bien, el objeto de esta acción se trazó en verificar si con aquella publicidad exterior visual se han conculcado o **puesto en peligro** los derechos colectivos aludidos por parte de KOBÁ COLOMBIA S.A.S., conforme a la normatividad vigente para el momento y si, operó en este caso, la figura de carencia de objeto por haberse superado el hecho trasgresor del derecho colectivo reclamado en protección.

6.2.- Viene de exponer que cuando el particular, como ocurre en este caso, con su acción u omisión, amenaza o vulnera los derechos e intereses colectivos, **procede la protección del derecho colectivo, para lo cual se deben realizar las actuaciones pertinentes para salvaguardar los mismos**, a punto tal, que se entienda eliminada la conducta a la que se atribuye esa infracción.

También se explicó que, en virtud del proyecto de construcción y desarrollo urbanístico de la ciudad, se establecen normas a través de las cuales se logra uniformidad y armonía de la urbe con respecto a la publicidad, utilizando el espacio público, pero evitando el desorden para evitar contaminar el ambiente.



Se expuso en líneas precedentes que el exceso en elementos publicitarios exteriores visuales, que no solo se atribuye a la cantidad, sino también al tamaño, medidas y la ubicación, dañan la armonía arquitectónica del paisaje **y constituye saturación de publicidad que tiene un efecto negativo en todo el entorno paisajístico.** Saturación que finalmente comporta un **daño potencial** para la ciudadanía en general.

Por último, se dijo que **siempre que se acredite el restablecimiento del derecho colectivo amenazado o vulnerado, como producto de la intervención del actor popular,** constituye un **hecho superado,** lo que da lugar a la carencia de objeto, por lo tanto, no será necesario ordenar la adopción de medidas para amparar los derechos e intereses colectivos, sin embargo, será procedente la condena en costas en favor del actor popular¹³.

6.3. En el sub judice, tenemos que, de acuerdo a los informes técnicos presentados por la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia de la Alcaldía de Medellín (ver archivo digital No.18, 20 y 20.1), manifestaron que, en visita realizada el 22 de octubre de 2021, **avizoraron únicamente el elemento publicitario tipo aviso, sin encontrar la existencia de otro elemento adicional,** cumpliendo dicho aviso con las exigencias de Ley, razón por la que, el concepto emitido es positivo, al cumplir la publicidad exterior visual con lo establecido por el Decreto 0288 de 2018, en cuanto al porcentaje de ocupación normativo del 20% máximo total de la fachada, además de las dimensiones del aviso están por debajo de los 12 m2 permitidos; correspondiendo a la reglamentación para la publicidad exterior visual en el Territorio Nacional y en el municipio de Medellín.

¹³ Sentencia de 22 de junio de 2006, proferida en la acción popular núm. 15001 2331 000 2003 00962 01; Actor: José Alberto Salom Cely; Consejero Ponente Doctor Rafael E. Ostau De Lafont Pianeta.

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



Así mismo, afirmaron que el mismo **aviso de identificación** que hace parte integral de la fachada, cumplía con la normativa establecida en cuanto al área ocupada y las condiciones del aviso previsto en el artículo 34, numeral 2 del Decreto Municipal 1683 del 2003, vigente para el momento de la presente acción popular. Prueba que sería suficiente para afirmar esta agencia judicial que no existió vulneración del derecho para el momento en que se presentó la demanda.

Ahora, aunque los derechos colectivos invocados por el accionante no se relacionaban con la publicidad exterior, no por ello es dable considerar la inexistencia de la vulneración al derecho colectivo, pues como se pudo evidenciar, existía la publicidad mediante avisos que superaban los dos permitidos por cada fachada previsto en el numeral 2º artículo 34 del Decreto Municipal 1683 de 2003, reiterando, vigente para la época de la radicación de ésta Acción Constitucional, amén de que sí se encontraban ocupando indebidamente el espacio público con el aviso de identificación por cuanto adolecía de su registro ante aquella entidad Territorial como consta en los archivos digitales No.20.1. y 20.2.

6.4. Y, es que, no puede echarse de menos otros medios de prueba no disputados ni desconocidos por la entidad accionada que dan cuenta de la existencia plural de avisos en aquel lugar. Se muestra en los registros fotográficos aportados con el libelo introductor, que el aviso de identificación no era el único aviso en que se soportaba el actor para pedir la protección de los derechos colectivos¹⁴, existían más avisos publicitarios en la fachada inferior del inmueble instalados en los ventanales, los que, **con posterioridad a la formulación de la presente acción popular**, se hizo un retiro parcial como lo puso en conocimiento el actor en memorial visible en el Archivo digital No.11, concordante con el informe técnico realizado por la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia de la Alcaldía de Medellín, en visita realizada el 22 de octubre de 2021, al no encontrar elemento adicional de avisos que el del identificación (ver archivo digital No.18).

¹⁴ Folio digital No.05 Archivo 01



Por su parte, se probó que el establecimiento de comercio D1 de propiedad de la accionada KOBAS S.A.S. tenía varios avisos publicitarios, los cuales fueron desmontados por ésta de forma gradual, dado que ese hecho no fue desconocido por su Representante Legal en la intervención dentro del proceso cuando en interrogatorio de parte rendido el 05 de noviembre del año inmediatamente anterior, manifestó que desde el año 2018 cuando se interpuso esta acción popular y hasta la fecha en que rindió el interrogatorio, la fachada de la tienda sufrió variaciones, con una evolución en la comunicación externa hacia los clientes, así como en la publicidad de productos con imágenes de tamaño importante, evolucionando con una publicidad más sencilla y atendiendo a las normas, contando con un aviso de identificación sin marca institucional.

Por consiguiente, y siguiendo los postulados arriba referidos, para esta agencia judicial no existe duda que la presente acción resulta impróspera, pues es evidente que la vulneración del derecho colectivo cuya protección se reclama fue superada en el trámite de la presente Acción Constitucional, ya que, basta con observar los informes rendidos por la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia de la Alcaldía de Medellín (ver archivos digitales No.18, 20 y 20.1), para establecer que en el inmueble donde ejerce su actividad comercial el establecimiento D1 de propiedad del accionado KOBAS COLOMBIA S.A.S., sólo existe un aviso de identificación el cual cumple con las normas técnicas que los regula, amén de no existir más elementos de avisos adicionales. Por consiguiente, la vulneración del derecho colectivo que se acusa como puesto en peligro con la instalación de la publicidad exterior visual, **cesó, no se cuenta con la pluralidad de aquellos en el sitio**, y el actual cumple con los parámetros legales del Actual Decreto 0288 de 2018 como del Decreto 1683 de 2003 último vigente para el momento de la presentación de esta acción popular, adicional de no existir más elementos publicitarios y, la sociedad accionada **radicó ante la Subsecretaría de Espacio Público – Secretaría de Seguridad y Convivencia de la Alcaldía de**



Medellín, la solicitud de registro del aviso de identificación¹⁵, pues por falta de este, el día 04 de noviembre del año que avanza, fue levantada acta de información por **ocupación indebida con dicho elemento**, conocida como sensibilización¹⁶; resultando esta acción popular en mecanismo que produjo en la accionada la conducta de ceñirse a la normativa cesando con ello cualquier vulneración del derecho colectivo durante el trámite de este proceso, por lo que, se debe entender que el hecho se ha superado y carece de cualquier objeto dar una orden en tal sentido.

Como consecuencia de lo anterior, las excepciones planteadas por la sociedad accionada, denominadas: **"Inexistencia de la vulneración, daño, amenaza actual contra los derechos colectivos alegados"** e **"Insuficiencia Probatoria"**, no están llamadas a prospera.

7. COSTAS. Como consecuencia de lo expuesto, se ha de condenar en costas a la sociedad demandada y en favor del actor popular¹⁷. Como agencias en derecho y para ser tenidas en cuenta en esta liquidación, se fija la suma de dos millones de pesos (\$2.000.000).

8. EL INCENTIVO ECONÓMICO. Respecto del **incentivo económico** para el actor popular, a partir de la entrada en vigencia de la ley 1425 de 2010, que dispone en su artículo 2º: *"la presente ley rige a partir de su promulgación y deroga y modifica todas las disposiciones que le sean contrarias"*, **hace imposible su concesión** dado que a la fecha en que se dicta esta providencia están derogadas las disposiciones que lo autorizaban¹⁸, compartiendo de esta manera el análisis

¹⁵ Archivo digital No.25.1

¹⁶ Archivo digital No.20.2.

¹⁷ Siguiendo el precedente del superior funcional Sentencia de 22 de junio de 2006, proferida en la acción popular núm. 15001 2331 000 2003 00962 01; Actor: José Alberto Salom Cely; Consejero Ponente Doctor Rafael E. Ostau De Lafont Pianeta, y lo previsto el artículo 38 de la Ley 472 de 1998.

¹⁸ Pues como así lo concluye la sala tercera del Consejo de Estado y postura que en igual forma se comparte, *"...ello supone, dado que se trata de normas de contenido sustantivo, que su aplicación requiere de su vigencia, y por eso debe regir la nueva normativa, no obstante que el proceso se tramitó en vigencia de la ley 472, pero ocurre que no basta esta circunstancia para aplicar su contenido al caso en estudio... Además, no*

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



juicioso del Consejo de Estado, sala Tercera, como también los argumentos que exponen alguna de las salas de decisión del Honorable Tribunal Superior de Medellín, se hace imperioso el abstenerse de reconocer el incentivo económico a favor de los actores populares¹⁹. Posición que esta agencia judicial ha sostenido pese a que otro sector disienta de ella y realice la concesión de ese beneficio.

Por las razones expuestas, el **JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD DE MEDELLÍN**, administrando Justicia en nombre de la República de Colombia y por autoridad de la ley,

F A L L A:

PRIMERO: Desestimar los medios exceptivos de “Inexistencia de la vulneración, daño, amenaza actual contra los derechos colectivos alegados” e “Insuficiencia Probatoria”, en virtud de lo expuesto en la parte motiva de este fallo.

SEGUNDO: Declarar la configuración del **HECHO SUPERADO QUE DIO ORIGEN A LA ACCIÓN**, y en virtud de ello, **desestimar** las pretensiones con la cual se inició esta acción popular incoada por el señor BERNARDO ABEL HOYOS MARTINEZ en contra KOBACOL S.A.S., por las razones antes expuestas.

se trata de un derecho adquirido por el actor popular con la sola presentación de la respectiva demanda es apenas una expectativa que en el ejercicio de la soberanía del legislador se suprimió. Así lo ha juzgado el Consejo de Estado (sentencia de fecha 24 de enero de 2011, radicación No. 25000-23-24-000-2004-00917-01 (AP) CP Enrique Gil Botero).

¹⁹ *Recapitulando se tiene que, si tal y como quedó contemplado en los hechos de la demanda, la contaminación visual producida por el señor Aicardo Marín con la instalación de los avisos publicitarios se constituyó en el motivo por el cual el actor consideró que se estaba afectado el derecho de la comunidad y se dirigió a la autoridad judicial para su protección; pero como dicha situación irregular y de hecho de la cual se queja el actor ya ha sido superada en términos tales que la aspiración primordial en que consiste el derecho alegado está siendo satisfecha, ha desaparecido la vulneración o amenaza y, en consecuencia, la posible orden que impartiera el Juez caería al vacío, amén de que, se itera, tampoco hay lugar a reconocer incentivo económico alguno.” (Ver Sentencia de Mayo 31 de 2007, Sala Quinta de Decisión Civil Tribunal Superior de Medellín, Magistrado Ponente Dr. Julián Valencia Castaño, radicado 05001 31 03 007 2006 00081 00). Cita tomada de la acción popular de Roque Arango Morales y Bernardo Hoyos Martínez, contra Productos Familia S.A., adelantada ante el Juzgado 15 Civil del Circuito de Medellín, bajo radicado 050013103015200700205-01, de Julio 21 del año 2008, Magistrada Ponente Gloria Patricia Montoya Arbeláez.*

RAMA JUDICIAL
REPÚBLICA DE COLOMBIA
JUZGADO NOVENO CIVIL DEL CIRCUITO DE ORALIDAD



TERCERO: Se condena en costas a la demandada. Como **agencias en derecho** y para ser tenidas en cuenta en esta liquidación, se fija la suma de dos millones de pesos (\$2.000.000), a favor del actor popular BERNARDO ABEL HOYOS MARTÍNEZ.

CUARTO: En firme este fallo, envíese copia del mismo a la Defensoría del Pueblo - Registro Público Centralizado de las Acciones Populares y de Grupo-, según lo establece el artículo 80 de la Ley 472 de 1998.

QUINTO: No se concede incentivo, por los motivos ya explicados.

NOTIFÍQUESE.


YOLANDA ECHEVERRI BOHÓRQUEZ
JUEZ

D.CH.

Firmado Por:

Yolanda Echeverri Bohorquez
Juez Circuito
Juzgado De Circuito
Civil 009
Medellin - Antioquia

Este documento fue generado con firma electrónica y cuenta con plena validez jurídica, conforme a lo dispuesto en la Ley 527/99 y el decreto reglamentario 2364/12

Sentencia nro. **006 - 002**
Radicado nro. 050013103009 **2018-00014** 00
Carrera 52 No. 42-73 Palacio de Justicia Of. 1303 Teléfono 2 62 35 25

Código de verificación: **c1c18cc463ee2ea75cff084321d62a1c9ccb32c72a019d28f836fffb256e5ab2**

Documento generado en 17/01/2022 01:37:38 PM

Valide este documento electrónico en la siguiente URL: <https://procesojudicial.ramajudicial.gov.co/FirmaElectronica>