

DECRETO 189 DE 2011

(Mayo 2)

"Por el cual se establecen los lineamientos ambientales para el manejo, conservación y aprovechamiento del paisaje en el Distrito Capital, respecto de la Publicidad Exterior Visual –PEV."

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, D.C.

En uso de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las contenidas en el artículo, artículo 4º de la Ley 140 de 1994, y el artículo 38 numerales 1º y 4º del Decreto Ley 1421 de 1993, y,

CONSIDERANDO:

Que la Constitución Política de Colombia, en su artículo 79 consagra el derecho a gozar de un ambiente sano, estableciendo que es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

Que el artículo 80 de la Constitución Política, prevé que corresponde al Estado planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, indica que el Estado deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados.

Que el primer inciso del artículo 82 Constitucional, consagra que es deber del Estado velar por la protección de la integridad del espacio público y por su destinación al uso común, el cual prevalece sobre el interés particular.

Que el Decreto-Ley [2811](#) de 1974, Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, prevé en el artículo 1º que la preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social.

Que el paisaje es un recurso natural que requiere ser regulado para su protección.

Que con la expedición de la Ley 99 de 1993 se reconoce en el numeral 8 del artículo 1º, dentro de los principios generales ambientales, que el paisaje debe ser protegido por ser parte del patrimonio común.

Que respecto de la competencia para la regulación del paisaje y su aprovechamiento con Publicidad Exterior Visual (en adelante PEV), resulta importante señalar que la Corte Constitucional en la sentencia C-064 de 1998, ha reconocido que no obstante ésta es un ejemplo de asuntos propios que afectan el patrimonio ecológico local, y como tal debe ser regulada por los concejos municipales o distritales, se debe tener presente que en temas ambientales existe un sistema abierto de competencias que permite la concurrencia de facultades regulatorias entre la Nación, las Corporaciones Autónomas Regionales, las entidades territoriales, y las autoridades indígenas.

Que en ese sentido, y en el marco del análisis de constitucionalidad de la Ley 140 de 1994, la Corte Constitucional determinó, en la sentencia C-535 de 1996, que el legislador tiene la facultad de establecer una legislación nacional básica a través de la ley referida siempre que ésta permita el desarrollo de esa norma a nivel territorial en los ámbitos distritales, municipales y las autoridades indígenas, en virtud del principio de rigor subsidiario previsto en el artículo 63 de la Ley 99 de 1993.

Que el artículo [2º](#) de la Ley 140 de 1994 "Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional", determinó como su objetivo principal, además de constituirse en la legislación mínima a nivel nacional sobre este tema, el de 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 PEV.

Que el Concejo de Bogotá, a través de los Acuerdos [01](#) de 1998 y [12](#) de 2000, compilados por el Decreto [959](#) de 2000, reguló la PEV en el Distrito Capital. Por su parte, el Alcalde Mayor en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expidió el Decreto 506 de 2003 para regular los Acuerdos referidos, normas que se encuentran desarrolladas por resoluciones expedidas por la Secretaría Distrital de Ambiente, en su calidad de autoridad ambiental del Distrito Capital.

Que el artículo [8](#) del Decreto 456 de 2008, que reformó el Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital –PGA 2008-2038, contempla el desarrollo de los siguientes objetivos de la gestión ambiental Distrital relacionados con la conservación y el aprovechamiento del paisaje: Objetivos de calidad ambiental: calidad del paisaje, calidad ambiental del espacio público; Objetivos de ecoeficiencia: Uso eficiente del espacio; Objetivos de armonía socioambiental: Ocupación armónica y equilibrada del territorio, cultura ambiental, ordenamiento y gestión de la ciudad-región.

Que el Acuerdo 308 de 2008, mediante el cual se adoptó el Plan de Desarrollo Económico, Social y Ambiental del Distrito Capital 2008 – 2012: "Bogotá Positiva: Para Vivir Mejor", en su artículo 2º numeral 19, establece el ambiente sano y sostenible como uno de los principios de política pública y de acción, orientado hacia la preservación, recuperación, conservación, uso sostenible y disfrute, así como la garantía para el acceso público y democrático de los recursos naturales serán prioridad de la administración distrital.

Que el literal [h\)](#) del artículo 103 del Acuerdo 257 de 2006 señala como función básica de la Secretaría Distrital de Ambiente la de definir los lineamientos ambientales que regirán las acciones de la administración pública distrital.

Que en la actualidad, el paisaje de Bogotá, D.C. se ha convertido en una superposición de elementos, donde los naturales y arquitectónicos están siendo utilizados como simples soportes de los elementos de publicidad exterior, desvirtuando el concepto básico del paisaje urbano. Además, la masa de anuncios, avisos y vallas, en algunos casos en regulares condiciones de mantenimiento o sin el cumplimiento de los requisitos exigidos por las normas, deterioran la arquitectura y el entorno natural, creando una imagen caótica, desarticulada y desordenada de la ciudad, condiciones que sumadas a la contaminación auditiva influyen necesariamente en la calidad sensorial percibida por los habitantes del Distrito Capital.

Que en este sentido, la regulación para el manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje con PEV que adopte el Distrito Capital, deberá garantizar que los principios que la rijan procuren el control sobre los elementos de publicidad exterior, teniendo en consideración la capacidad de saturación del medio visual, la conservación del paisaje y la defensa del espacio público.

Que la publicidad exterior visual es una actividad económica que se fundamenta en el aprovechamiento del paisaje con mensajes comerciales, pero su uso indiscriminado o no controlado afecta no solo el entorno sino la salud de los ciudadanos.

Que debido a lo anterior, se hace necesario establecer los principios y lineamientos que el Distrito debe seguir y aplicar para alcanzar un equilibrio entre la protección del paisaje y del espacio público, y el desarrollo de una actividad legítima como la Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital.

Que en mérito de lo expuesto,

DECRETA:

Artículo 1º. Adopción de Lineamientos. Adóptense los lineamientos ambientales para el manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje en el Distrito Capital, respecto de la Publicidad Exterior Visual –PEV, los cuales están orientados a constituir un marco que estructure la acción institucional hacia la protección del paisaje y del espacio público, pretendiendo lograr un equilibrio entre la preservación del paisaje y la regulación y control del ejercicio de la PEV, dentro de los principios que garanticen la protección de los derechos colectivos al medio ambiente sano y al espacio público.

TÍTULO I

OBJETIVOS Y PRINCIPIOS

Artículo 2º. Objetivo general. El objetivo general de los lineamientos ambientales para el manejo, conservación y aprovechamiento del paisaje con Publicidad Exterior Visual –PEV es propender por la calidad del paisaje del Distrito Capital, mediante el establecimiento de directrices para el uso de elementos de publicidad exterior visual bajo premisas de sostenibilidad ambiental para la ciudad y la región.

Artículo 3º. Principios. Se tendrán en cuenta los principios de la Gestión Ambiental del Distrito Capital, contenidos en el artículo [5º](#) del Decreto 456 de 2008, los cuales se desarrollarán así en los aspectos particulares de la publicidad exterior visual:

La gestión ambiental del Distrito Capital deberá propender por un medio ambiente seguro, saludable y propicio para las generaciones presentes y futuras, que tenga la capacidad de satisfacer las necesidades de sus habitantes en términos de habitabilidad, y de sus ecosistemas estratégicos en términos de preservación y conservación, de modo que todas las actividades desarrolladas en el Distrito Capital, sea en los sectores industrial, comercial, de servicios, u otros, deben regirse por los principios de calidad ambiental, donde paulatinamente disminuya el factor de contaminación (emisiones, residuos, visual) y donde a la vez se garantice la efectividad en los procesos específicos de desarrollo.

El desarrollo sostenible se acomete como un proyecto de vida colectivo que involucra tanto a la sociedad civil como al Estado. Como principio se basa en la concertación de las voluntades y el mejoramiento de los comportamientos individuales, y apunta a la construcción de una cultura y un territorio viables y competitivos en el corto, mediano y largo plazo. En este sentido, la ciudadanía, como actor relevante dentro de la gestión ambiental y como parte de las problemáticas, debe hacer parte de las soluciones, ya sea directa o indirectamente, de manera articulada.

Prelación a los elementos, procesos y alternativas que permiten crear, vivir y apropiarse la ciudad física, social, cultural y económica como un hecho colectivo, procurando la satisfacción colectiva de necesidades comunes, favoreciendo el encuentro e intercambio constructivo entre sus integrantes y extendiendo a todos ellos la inclusión de las decisiones, responsabilidades y beneficios.

En toda actividad se buscará el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales y las potencialidades ambientales y socioculturales, así como la minimización en la generación de residuos, el deterioro físico y funcional y la marginalidad ambiental, económica y social.

La protección del patrimonio arquitectónico y cultural del país y de la ciudad conlleva la protección de aquellos elementos que culturalmente simbolizan la identidad y el arraigo con la ciudad. Por tal motivo, se deben buscar las máximas restricciones a la publicidad exterior visual ubicada en los centros históricos de Bogotá, y su prohibición en los bienes declarados monumentos nacionales y en sus inmediaciones para evitar su afectación visual o el entorno en que se encuentran ubicados.

Conservación, recuperación e incremento de la calidad del ambiente en el espacio público, incorporando criterios ambientales en sus procesos de generación, recuperación y conservación.

TÍTULO II

FUNDAMENTOS Y CONCEPTOS GENERALES

Artículo 4º. Manejo, conservación y aprovechamiento del paisaje con Publicidad Exterior Visual. Los lineamientos constituyen la estructura de la acción institucional para construir condiciones sociales y políticas para abordar los problemas generados por la contaminación visual. Es una herramienta de gestión que permitirá al Distrito Capital desarrollar los instrumentos necesarios para el desarrollo de las formas de hacer publicidad y garantizar el derecho de la ciudadanía a un medio ambiente sano y al goce del espacio público.

Busca impulsar una gestión pública explícita, coherente y técnicamente soportada en procura de un desarrollo sostenible pero con protección del paisaje urbano y arquitectónico de la ciudad. Se enmarca dentro de la protección del paisaje como recurso natural, pero comprende a su vez la protección del espacio público, por cuanto éste se ve afectado con la instalación de los elementos publicitarios.

El establecimiento de lineamientos relacionados con el manejo y aprovechamiento del paisaje con PEV en el Distrito Capital debe garantizar su articulación con el Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital adoptado mediante el Decreto 456 de 2008, y los

consecuentes instrumentos de planeación ambiental que lo desarrollan. De igual forma, debe articularse con las normas contenidas en el Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002, modificada por las Leyes 1005 de 2006, 1310 de 2009, 1383 de 2010 y 1397 de 2010, y con las políticas de movilidad incluidas en el respectivo Plan Maestro, teniendo en consideración que la PEV afecta los corredores viales más importantes de la ciudad, bien porque sea visible desde éstas o porque se transite por ellas.

También debe tener presente las políticas de seguridad, de calidad y accesibilidad del espacio público, con el disfrute común de los espacios colectivos, entre otros; debe articularse con las políticas del Plan Maestro del Espacio Público, a saber: (i) Política de Gestión, (ii) Política de Cubrimiento y Accesibilidad, y (iii) Política de Calidad. Lo anterior, permitirá establecer coordinadamente los sectores determinados para la instalación de elementos de publicidad, así como las áreas específicas de la ciudad que pueden ser destinadas a la constitución de zonas de aprovechamiento regulado.

Artículo 5º. Conceptos generales. Para efectos de los lineamientos ambientales para el manejo, conservación y aprovechamiento del paisaje con publicidad exterior visual, se desarrollan las siguientes definiciones:

1. Publicidad Exterior Visual –PEV: Es el medio masivo de comunicación, permanente o temporal, fijo o móvil, llama la atención del público a través de leyendas o elementos visuales en general, tales como dibujos, fotografías, letreros, o cualquier otra forma de imagen que se haga visible desde las vías de uso público, bien sean peatonales, vehiculares, aéreas, terrestres o acuáticas, y cuyo fin sea comercial, cívico, cultural, político, institucional o informativo.

2. Elementos que no son publicidad exterior visual: Aún conservando las características anteriormente mencionadas, no son considerados como elementos de publicidad exterior visual los siguientes:

- * las señales viales

- * la nomenclatura urbana

- * la información sobre sitios de interés histórico, turístico o cultural, o institucional de la ciudad.

- * la información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo mensaje o aviso.

Tampoco se considera publicidad exterior visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza. Dentro de las expresiones artísticas se encuentran incluidos los grafitos siempre que no hagan alusión a marca, servicio o producto alguno.

3. Contaminación visual: Es la saturación del paisaje y del espacio público por la fijación y exposición tanto de los elementos de publicidad exterior visual, regulados o no, como de los elementos no considerados publicidad exterior visual pero que impactan el paisaje.

La contaminación visual afecta la calidad del paisaje por cuanto altera el sentido del lugar y de los aspectos arquitectónicos, estéticos y culturales de la ciudad, generando en los ciudadanos percepciones de confusión, estrés, distracción y otros estímulos y sensaciones agresivas que afectan negativamente el ambiente y por lo tanto la calidad de vida de los habitantes.

4. Elementos de publicidad exterior visual: Los elementos de publicidad exterior visual referenciados en el numeral 1 de este artículo son los definidos en los Acuerdos 01 de 1998 y 12 de 2000, compilados en el Decreto Distrital 959 de 2000, y regulados por el Decreto 506 de 2003, o las normas que los modifiquen o adicionen.

5. Calidad del paisaje. En el marco de los objetivos de la gestión ambiental distrital, contenido en el artículo 8º del Decreto 456 de 2008, la calidad del paisaje hace referencia en materia de PEV a la protección e incremento del valor escénico del medio urbano y rural, preservando y fomentando el predominio paisajístico de formas y elementos naturales y contruidos que contribuyan al disfrute estético, la generación de identidad y el arraigo.

Lo anterior, propende por la conservación, recuperación e incremento de la calidad del ambiente en el espacio público, incorporando criterios ambientales en sus procesos de generación, recuperación y conservación. A su vez, permite orientar el uso, la ocupación y la densificación del espacio y del territorio hacia una composición que armonice las relaciones entre éstos, optimice el aprovechamiento de la oferta territorial en términos de la diversidad de modos de vida, paisajes y ecosistemas y el manejo prudente de las limitantes de cada área, generando asentamientos seguros y con alta calidad ambiental.

Dentro de este concepto, se desarrollan valores y prácticas relacionados con el patrimonio natural y el funcionamiento y gestión del ambiente, como base del disfrute del mismo, su apropiación colectiva y la conservación de su valor y función en la cultura.

TÍTULO III

INSTRUMENTOS DE GESTIÓN

Artículo 6º. Instrumentos de gestión. Los instrumentos de gestión para el manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje con Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital son los siguientes: 1) De información; 2) Jurídicos; 3) Económicos y financieros.

1. Instrumentos de información. La Secretaría Distrital de Ambiente implementará herramientas tecnológicas adecuadas para el almacenamiento, organización y acceso sistematizado a la información sobre publicidad exterior visual del Distrito, que permita tomar medidas necesarias para el seguimiento y vigilancia de la actividad, y facilite la toma de decisiones en materia de control y sanciones.

Con esta herramienta se pretende garantizar la actualización de la información en materia de publicidad exterior, especialmente en los registros ambientales.

2. Instrumentos jurídicos. Teniendo como fundamento el marco normativo, las normas vigentes sobre la materia, los principales instrumentos jurídicos son (i) Registro Ambiental; (ii) Medida de remoción o desmonte de la Publicidad Exterior Visual y (iii) Sanciones.

* Registro Ambiental: La Ley 140 de 1994, el Decreto 959 de 2000 y las Resoluciones 930 y 931 de 2008 expedidas por la Secretaría Distrital de Ambiente establecen la obligación para los responsables de los elementos de Publicidad Exterior Visual, de solicitar y obtener el registro del elemento antes de su instalación ante la autoridad que ostente tal función. En este orden de ideas, el registro de Publicidad Exterior Visual es la autorización o permiso que la Autoridad Ambiental otorga a los elementos de publicidad exterior visual que cumplan con los requisitos técnicos y jurídicos exigidos por las normas vigentes. El registro deberá ser público para permitir su consulta a todos los ciudadanos. Se constituye en un instrumento jurídico en la medida en que permite a la autoridad competente tener conocimiento de la publicidad instalada en su jurisdicción y verificar el cumplimiento de las normas sobre ubicación, dimensiones, contenido, de dicha publicidad.

* Medida de remoción o desmonte de Publicidad Exterior Visual: Es la medida que se impone con el fin que se remueva el elemento de publicidad exterior visual y de la estructura que lo soporta, o que se elimine la publicidad pintada directamente sobre elementos arquitectónicos del distrito o estatales, cuando incumplan con las normas que regulan la materia, de conformidad con el artículo 10 del Acuerdo 12 de 2000.

* Sanciones: Son las medidas de carácter pecuniario que la autoridad impone a los infractores de las normas que regula la Publicidad Exterior Visual. De conformidad con la Ley 1333 de 2009 pueden oscilar, según la gravedad de la contravención, las condiciones de los infractores y del índice de afectación paisajística, entre 1 y 5000 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) por cada día que persista en la infracción.

3. Instrumentos económicos y financieros.

* Cobro del servicio de evaluación de la solicitud de registro de Publicidad Exterior Visual: El artículo 28 de la Ley 344 de 1996, modificado por el artículo 96 de la Ley 633 de 2000, faculta a las autoridades ambientales para cobrar los servicios de evaluación y de seguimiento de la licencia ambiental, permisos, concesiones, autorizaciones y demás instrumentos de control y manejo ambiental establecidos en la ley y los reglamentos.

Con fundamento en esta preceptiva, la Secretaría Distrital de Ambiente fijó mediante la Resolución 930 de 2008, que modificó la Resolución DAMA 2173 de 2003, las tarifas para el cobro de los servicios de evaluación y seguimiento de licencias ambientales, permisos, concesiones, autorizaciones y demás instrumentos de control y manejo ambiental.

* Impuesto a la publicidad exterior visual tipo valla en el Distrito Capital: El impuesto a la publicidad exterior visual está autorizado por el artículo 14 de la Ley 140 de 1994, y regulado por el Concejo de Bogotá, mediante el Acuerdo 111 de 2003, en el que se determinaron los sujetos pasivos del impuesto y las tarifas del impuesto a la publicidad exterior visual.

TÍTULO IV

ESTRATEGIAS

Artículo 7º. Estrategias. Dentro de las estrategias de la Gestión Ambiental contenidas en el artículo 9º del Decreto 456 de 2008, se tendrá en cuenta lo siguiente para el manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje con Publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital:

1. La estrategia de fortalecimiento normativo busca aplicar a la protección del paisaje, en el ámbito de la publicidad exterior visual, lo siguiente: (i) Delimitar las competencias de las distintas entidades; (ii) Fortalecer los mecanismos de gestión por cuanto permite establecer los procedimientos de control y seguimiento de la publicidad exterior visual; y (iii) Permitir con mecanismos normativos ágiles garantizar la concreción de los derechos de los ciudadanos, por un lado cuando ellos demandan de la Administración el derecho a un medio ambiente sano mediante la protección del paisaje urbano, y por otro, cuando siendo sujetos pasivos de la norma son objeto de la imposición de las medidas y sanciones por infracción a las normas ambientales que regulan el tema.
2. La estrategia de educación ambiental aporta en la construcción de conceptos y valores comunes que faciliten la interlocución y cooperación entre los distintos actores públicos y privados de la gestión ambiental del Distrito Capital en relación con la publicidad exterior visual, y promueve cambios voluntarios de actitud y conducta de los distintos actores, en especial de los propietarios de los elementos de publicidad y de los anunciantes hacia la mejora de su interacción con el ambiente y la promoción del desarrollo humano integral en sus aspectos social, cognitivo, estético y espiritual, así como el enriquecimiento de la cultura de Bogotá y la región con conceptos, valores y vivencias basados en la riqueza ambiental del territorio.
3. La estrategia de participación y descentralización se enfocará en: (i) optimizar el flujo de información y la coordinación entre los distintos actores involucrados en la gestión ambiental del paisaje urbano, (ii) fortalecer los mecanismos de autocontrol y, (iii) enriquecer el desarrollo y mejorar el desempeño de cada uno de los participantes en la gestión ambiental distrital en materia de publicidad exterior visual.
4. La estrategia de fortalecimiento interinstitucional está centrada en la búsqueda de la construcción gradual e institucionalización de los mecanismos y roles de coordinación interinstitucional a partir de necesidades y actividades concretas de gestión ambiental conjunta en materia de publicidad exterior visual; sostenimiento y promoción de una oferta de servicios de apoyo, a las tareas específicas de gestión ambiental de las distintas entidades competentes, dentro de las cuales se encuentran el Concejo de Bogotá, la Secretaría Distrital de Ambiente, la Secretaría Distrital de Planeación, la Secretaría Distrital de Movilidad, el Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público, entre otras; la elaboración de agendas institucionales recogiendo los compromisos y tareas de cada entidad competente; apoyo técnico a la gestión ambiental en términos de publicidad exterior visual por entidad, concertación, seguimiento y evaluación periódica de esa gestión. Se eliminó la palabra coordinación porque en el artículo 9º de esta iniciativa tiene un artículo específico.

5. La estrategia de control y vigilancia. Se encuentra dirigida a asegurar el cumplimiento de las normas ambientales en materia de publicidad exterior visual. Por ende, la estrategia de control y vigilancia tiene también un fin pedagógico, tendiente a fortalecer una serie de mecanismos reguladores de la conducta ambiental individual y colectiva para la protección del paisaje urbano.

TITULO V

PROGRAMAS PRIORITARIOS, COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y FINANCIACIÓN

Artículo 8º. Programas prioritarios. Son las acciones prioritarias de la gestión, cuyo desarrollo debe permitir la articulación, la coordinación, la orientación y el impulso de los programas a cargo de una o varias entidades de la Administración. Estos Programas son:

1. Control de la contaminación visual originada por los elementos de Publicidad Exterior Visual. Fortalecer las herramientas de control y seguimiento de la autoridad ambiental, y de cada entidad del Distrito que dentro de sus competencias tenga la obligación de la preservación del paisaje y de la defensa y conservación del espacio público. Se deberán tomar las medidas necesarias para combatir la proliferación de elementos de publicidad exterior visual, su instalación sin registro o en condiciones diferentes a la registrada.

Deberá realizarse la identificación de las zonas críticas de la ciudad afectadas por la contaminación visual, para dar prioridad a la acción de la Administración Distrital en esos lugares.

2. Evaluación y seguimiento: Fortalecer las herramientas para la evaluación y seguimiento de las solicitudes de registro de los elementos de PEV, hacia la eficacia y eficiencia en el proceso de registro por parte de la autoridad ambiental.

3. Fortalecimiento del proceso de registro de elementos de PEV. Fortalecer el proceso de registro de elementos de publicidad exterior visual mediante la implementación de herramientas tecnológicas adecuadas para el almacenamiento, la organización y el acceso sistematizado a la información sobre publicidad exterior visual del Distrito, que permita tomar medidas necesarias seguimiento y vigilancia de la actividad, facilite la toma de decisiones en materia de control y sanciones

4. Aprovechamiento económico de la publicidad exterior visual. La Publicidad Exterior Visual por el aprovechamiento del paisaje deberá permitir que la Ciudad obtenga beneficios económicos cuando esta actividad sea desarrollada en el espacio público. Se evaluará la posibilidad de la implementación de zonas de aprovechamiento regulado de que trata el Decreto Distrital 215 de 2005.

Artículo 9º. Coordinación interinstitucional. El manejo, aprovechamiento y conservación del paisaje con publicidad exterior visual será liderado en primer término por la Secretaría Distrital de Ambiente, en colaboración y coordinación con las Secretarías Distritales de Gobierno, Planeación, Movilidad, y el Departamento Administrativo de la

Defensoría del Espacio Público, y demás entidades del Distrito que en sus competencias tengan la obligación de proteger el paisaje y el espacio público.

Artículo 10º. Se deberán establecer por cada una de las entidades competentes, los mecanismos de carácter financiero que se requieran para la implementación de los lineamientos consignados en el presente decreto.

Artículo 11º. Vigencia y Derogatoria. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dado en Bogotá, D.C., a los 2 días del mes de mayo del año 2011

SAMUEL MORENO ROJAS

Alcalde Mayor

JUAN ANTONIO NIETO ESCALANTE

Secretario Distrital de Ambiente