

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**DETERMINAR LA VIOLACIÓN A LA LEY DE ANUNCIOS  
EN VÍAS URBANAS, VÍAS EXTRAURBANAS Y SIMILARES  
POR PARTE DE PROPIETARIOS DE VALLAS  
DE PUBLICIDAD**

**MAYLIN DAYAN ORREGO MORATAYA**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2020**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**DETERMINAR LA VIOLACIÓN A LA LEY DE ANUNCIOS  
EN VÍAS URBANAS, VÍAS EXTRAURBANAS Y SIMILARES  
POR PARTE DE PROPIETARIOS DE VALLAS  
DE PUBLICIDAD**

**TESIS**

Presentada a la Honorable Junta Directiva  
de la  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
de la  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**MAYLIN DAYAN ORREGO MORATAYA**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

Y los títulos profesionales de

**ABOGADA Y NOTARIA**

Guatemala, noviembre de 2020

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA  
DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES  
DE LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO: Licda. Astrid Jeannette Lemus Rodríguez  
VOCAL I, en sustitución del Decano

VOCAL II: Lic. Henry Manuel Arriaga Contreras

VOCAL III: Lic. Juan José Bolaños Mejía

VOCAL IV: Br. Denis Ernesto Velásquez González

VOCAL V: Br. Abidán Carías Palencia

SECRETARIO: M.S.c Luis Renato Pineda

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

Presidente: Licda. Gloria Isabel Lima

Vocal: Lic. Saúl Sigfredo Castañeda Guerra

Secretario: Lic. Álvaro Abilio Morales Burrión

**Segunda Fase:**

Presidente: Lic. Arnoldo Torres Duarte

Vocal: Licda. Lilian Hernández

Secretario: Lic. Rubén Alfonso Trejo Martínez

**RAZÓN:** “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenidas en la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura de Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).



**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala, 29 de noviembre de 2017.**

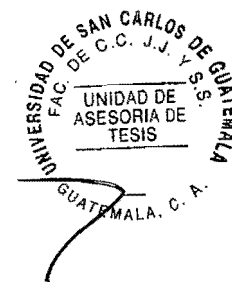
Atentamente pase al (a) Profesional, LUIS ARTURO GONZALEZ URIZAR  
 \_\_\_\_\_, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante  
MAYLIN DAYAN ORREGO MORATAYA, con carné 201319015,  
 intitulado DETERMINAR LA VIOLACIÓN A LA LEY DE ANUNCIOS EN VÍAS URBANAS, VÍAS EXTRAURBANAS Y  
SIMILARES POR PARTE DE PROPIETARIOS DE VALLAS DE PUBLICIDAD.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

  
**LIC. ROBERTO FREDY ORELLANA MARTÍNEZ**  
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 30 / 04 / 2018.

Asesor(a)  
 (Firma y Sello)

*Lic. Luis Arturo González Urizar*  
 Abogado y Notario



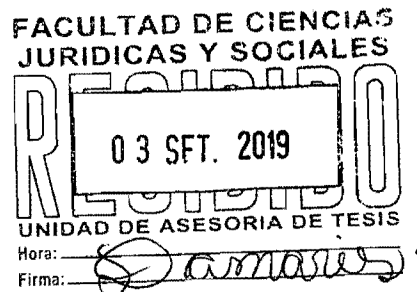


Licenciado Luis Arturo González Urizar  
Abogado y Notario  
Colegiado No. 5547  
0 calle 9-42 Barrio San Lorenzo Amatitlán, Guatemala  
Tel: 5632-6758

---

Guatemala 19 de agosto de 2019

Licenciado  
Roberto Fredy Orellana Martínez  
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente



Licenciado Orellana:

En atención a la resolución de fecha veintinueve de noviembre de dos mil diecisiete, emitida por la Unidad de Asesoría de Tesis de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, en la cual fui nombrado asesor de tesis de la perito **MAYLIN DAYAN ORREGO MORATAYA**, la cual se intitula **DETERMINAR LA VIOLACIÓN A LA LEY DE ANUNCIOS EN VÍAS URBANAS, VÍAS EXTRAURBANAS Y SIMILARES, POR PARTE DE PROPIETARIOS DE VALLAS DE PUBLICIDAD**; declaro expresamente no ser pariente de la perito dentro de los grados de ley; en virtud de lo cual rindo a usted el dictamen siguiente:

- a) Respecto al contenido científico y técnico de la tesis, en esta se analizan aspectos importantes y de actualidad, cumpliendo con los requerimientos solicitados por el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y sociales y del Examen General Público.
- b) Los métodos utilizados en la presente tesis fueron el analítico, deductivo, sintético e inductivo, los cuales fueron utilizados adecuadamente durante su elaboración. Asimismo, las técnicas utilizada en la redacción fue la bibliográfica y documental al haberse consultado diversos temas expuestos por autores nacionales y extranjeros.
- c) En la elaboración de la presente tesis la redacción del informe final fue la adecuada y acorde al contenido de la investigación. La redacción es clara, concisa y explicativa.

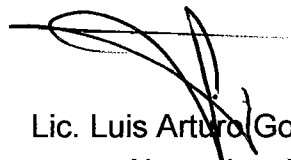
Licenciado Luis Arturo González Urizar  
Abogado y Notario  
Colegiado No. 5547  
0 calle 9-42 Barrio San Lorenzo Amatitlán, Guatemala  
Tel: 5632-6758



- d) El informe final de tesis es una contribución científica y de útil consulta, representa un aporte significativo en virtud de que la investigación referida estableció un análisis relacionado con la problemática derivada del incumplimiento de la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, lo que provoca una fuerte contaminación ambiental y visual derivada de la excesiva carga de vallas publicitarias.
- e) En la Conclusión discursiva la perito Dayan Orrego determina que es relevante y necesario que el Congreso de la República de Guatemala regule o incorpore a la Ley de Anuncios, sanciones más específicas y rigurosas. Asimismo que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento de la Ley, para lograr su correcta aplicación.
- f) La bibliografía utilizada es la adecuada y pertinente, y expone los puntos de vista tanto de autores nacionales como internacionales, esta fue afin al tema investigado.

Por todo lo anterior considero que el trabajo de tesis cumple con todos los requerimientos exigidos por el normativo, razón por la que apruebo el informe final y emito **DICTAMEN FAVORABLE**, para que el mismo continúe el tramite correspondiente.

Atentamente,



Lic. Luis Arturo González Urizar  
Abogado y Notario  
Colegiado No. 5547

Lic. Luis Arturo González Urizar  
Abogado y Notario

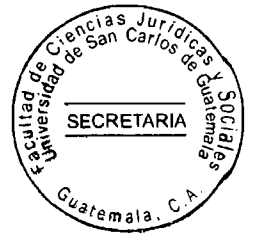




## DEDICATORIA

- A DIOS:** Por su infinito amor, ser mi fuerza y luz para iniciar y terminar este objetivo, estando siempre a mi lado. A Dios sea la honra y gloria.
- A MIS PADRES:** Nelson Ronaldo Orrego Urizar y Emma Leticia Morataya Pérez por su apoyo absoluto al iniciar y concluir esta meta, por su amor incondicional y estar siempre a mi lado.
- A MIS HERMANOS:** Ronald Arnoldo, Shirley Adaliza, Nelson Ivan Orrego Morataya por su apoyo incondicional y motivación para concluir la carrera.
- A MIS FAMILIARES Y AMIGOS:** Por su cariño, consejos y apoyo durante el transcurso de todo el proceso para concluir esta meta.
- A:** A la Universidad de San Carlos de Guatemala por haberme dado la oportunidad de cumplir con este sueño.
- A:** A la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, gracias por los conocimientos adquiridos a través de los años de estudio impartidos por cada catedrático.



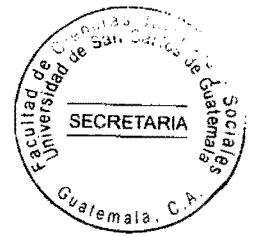


## PRESENTACIÓN

La investigación realizada, es de tipo cualitativa, mediante la cual se analizaron los elementos que conforman el tema: determinar la violación a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares por parte de propietarios de vallas de publicidad, puesto que violentan la ley al no cumplir con los requisitos y disposiciones de la misma, lo que origina una fuerte contaminación ambiental y visual, asimismo representa un riesgo para las personas derivado de la excesiva carga de vallas publicitarias, siendo que la mayoría de ellas son ilegales, por el escaso control que se tiene de las mismas.

El trabajo de tesis se fundamenta en el campo del derecho ambiental, cuyo ciclo de desarrollo corresponde al periodo comprendido en los años 2016 y 2017 en el municipio de Guatemala. El objeto de estudio es la violación a ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares por parte de propietarios de vallas de publicidad. El sujeto de estudio son los propietarios de vallas publicitarias que violentan e incumplen la ley.

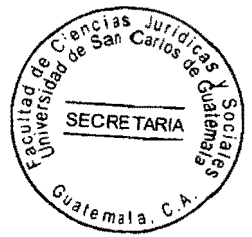
El aporte académico del estudio es que el Congreso de la República de Guatemala regule o incorpore a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más rigurosas y específicas que no permitan la fácil transgresión a las disposiciones de la ley, así mismo que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento que ordena la propia ley, para obtener una correcta aplicación de ella.



## HIPÓTESIS

En la actualidad los propietarios de vallas de publicidad transgreden lo preceptuado en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares al no cumplir con los requisitos y disposiciones de la misma, lo que origina una fuerte contaminación ambiental y visual, derivado de la proliferación ilegal de vallas publicitarias. Debido a que las sanciones establecidas en la misma ley son muy ambiguas y mínimas, por lo que no son lo suficientemente drásticas como para hacer que se cumpla la ley. El escaso control que se tiene sobre las vallas publicitarias, favorece la instalación ilegal de las mismas.

Al regularse sanciones más específicas y rigurosas a la ley, por parte del Congreso de la República de Guatemala, permitirá a las municipalidades llevar un mejor registro y control sobre las vallas publicitarias instaladas en sus respectivas jurisdicciones.



## COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Se comprobó la hipótesis planteada, estableciendo la importancia y necesidad que por parte del Congreso de la República de Guatemala, se regule o incorpore a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más específicas y rigurosas, que no permitan la fácil transgresión de la ley, contribuyendo con las municipalidades a llevar un mejor control y registro sobre las vallas publicitarias instaladas en sus respectivas jurisdicciones. Y que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento que ordena la propia ley, para obtener una correcta aplicación de la misma.

Los métodos utilizados para comprobar la validez de la hipótesis son los siguientes: método inductivo, deductivo, analítico y sintético. Se emplearon las técnicas bibliográficas y documentales, las cuales sirvieron para la recolección de la información correspondiente al tema.



## ÍNDICE

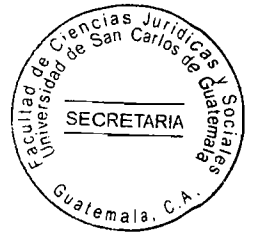
	<b>Pág.</b>
Introducción .....	i
<b>CAPÍTULO I</b>	
1. Derecho ambiental.....	1
1.1 Antecedentes históricos.....	2
1.2 Antecedentes históricos del derecho ambiental guatemalteco....	10
1.3 Definición de derecho ambiental.....	15
1.4 Principios generales del derecho ambiental.....	17
1.5 Características del derecho ambiental.....	23
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. Contaminación ambiental.....	27
2.1 Antecedentes históricos.....	29
2.2 Definición de medio ambiente.....	30
2.3 Definición de contaminación ambiental.....	31
2.4 Clases de contaminación ambiental.....	32
2.5 Contaminación visual.....	37
2.5.1 Efectos de la contaminación visual.....	38
<b>CAPÍTULO III</b>	
3. Anuncio publicitario.....	41
3.1 Definición de publicidad.....	41
3.2 Definición de anuncio publicitario.....	42
3.3 Objetivo del anuncio publicitario.....	43



3.4	Los medios de difusión publicitaria.....	45
3.5	Vallas publicitarias.....	50
3.6	Problemas derivados del exceso de vallas publicitarias.....	52

#### CAPÍTULO IV

4.	Violación a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, por parte de propietarios de vallas de publicidad.....	55
4.1	Requisitos legales establecidos para la colocación de anuncios publicitarios.....	58
4.2	Infracciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares.....	62
4.3	Sanciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares.....	65
4.4	Municipalidad entidad encargada de la aplicación de la ley.....	66
4.5	La importancia de modificar las sanciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares.....	69
	<b>CONCLUSIÓN DISCURSIVA.....</b>	<b>75</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>77</b>



## INTRODUCCIÓN

La investigación surge de la necesidad de determinar la importancia de regular o incorporar a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más específicas y rigurosas aplicables a los propietarios de vallas publicitarias. Este trabajo lleva por nombre: Determinar la violación a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares por parte de propietarios de vallas de publicidad. Se hace necesario realizar un estudio en este tema debido a la problemática que ocasiona la proliferación excesiva y sin control de vallas publicitarias siendo la mayoría ilegales. Esto con el objeto de contribuir a la reducción de la contaminación ambiental, visual y a la seguridad de las personas, derivado de un riguroso control de vallas publicitarias y una correcta aplicación de la ley en mención.

El objetivo general consistió en determinar la importancia y necesidad que el Congreso de la República de Guatemala regule o incorpore a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más específicas y rigurosas, que no permitan la fácil transgresión a las disposiciones de la ley, asimismo que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento que ordena la propia ley, para obtener una correcta aplicación de ella. A lo largo del trabajo de tesis se alcanzó el objetivo, estableciendo la necesidad de terminar con el escaso control y excesiva carga de vallas publicitarias.

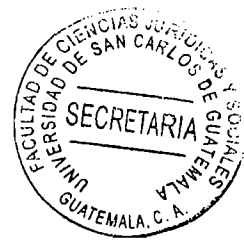
La hipótesis planteada fue comprobada, al verificarse la transgresión por parte de propietarios de vallas publicitarias al no cumplir con los requisitos establecidos para su instalación perjudicando el ornato de la ciudad causando una sobre estimulación visual agresiva e invasiva.



En la actualidad en el municipio de Guatemala los propietarios de vallas publicitarias violan el Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, al no cumplir con sus requisitos y disposiciones. Aprovechándose de que las sanciones establecidas en la ley son ambiguas y mínimas. El Congreso de la República de Guatemala, al regular o incorporar sanciones más específicas y rigurosas por el incumplimiento de la norma por parte de los propietarios de vallas publicitarias, permitirá a la municipalidades tener un mejor control de las vallas de publicidad instaladas.

El capítulo uno, trata del derecho ambiental, antecedentes históricos, principios y características; en el capítulo dos, se aborda el tema contaminación ambiental, antecedentes históricos, clases y contaminación visual; en el capítulo tres, se trata el tema anuncio publicitario, medios de difusión publicitaria, y vallas publicitarias; en el capítulo cuatro, se aborda el tema violación a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares por parte de propietarios de vallas de publicidad, requisitos legales y la importancia de modificar las sanciones establecidas en la ley. Se utilizaron los métodos bibliográficos y documentales constituyendo así, una investigación científica.

El estudio se realizó como un aporte a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, y a la sociedad de Guatemala, determinando la importancia de modificar las sanciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares.



## CAPÍTULO I

### 1. Derecho ambiental

La problemática referente al tema ambiental en los últimos años se ha vuelto una de las primordiales preocupaciones para la humanidad, surgiendo la rama del derecho ambiental con en el objeto de estudiar y establecer reglas que permitan el mantenimiento de la vida humana.

A finales de los años sesenta surge el nacimiento de una nueva disciplina jurídica, originalmente tenía como finalidad la protección de ciertos recursos naturales y también de la población de efectos dañinos para la salud que provoca la descomunal contaminación ambiental. El derecho ambiental originalmente nace como respuesta al quebranto de recursos, como los mares y ríos, y como régimen de protección de la salud de las personas ubicadas en las ciudades más contaminadas.

Ante los pocos resultados de las normas establecidas en un principio, así como las incesantes reuniones internacionales que crearon un intenso debate y escrutinio científico, político y académico, aunado a eso por la gran participación de algunos sectores de la población, se vuelven a definir ciertos paradigmas de la relación sociedad-naturaleza, teniendo como resultado indirecto que el derecho crea una nueva disciplina jurídica que goza de un objeto, metodología y contenidos propios.





El derecho ambiental forma parte de los derechos humanos de tercera generación también conocidos como derechos de solidaridad o de los pueblos, los cuales están motivados por una serie de preocupaciones globales propias de finales del Siglo XX e inicios del XXI, principalmente el deterioro del medioambiente y sus efectos negativos en la calidad de vida de las personas.

“Dentro de los Derechos Humanos de tercera generación se encuentra el derecho a gozar de un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el derecho al desarrollo, el derecho a la paz, libre determinación de los pueblos, al patrimonio común de la humanidad, el derecho a la comunicación, y por último el megaderecho humano al desarrollo sostenible conformado tanto por el derecho al ambiente como por el derecho al desarrollo.”<sup>1</sup>

Los derechos de tercera generación se fundamentan en que todo ser humano tiene que nacer y vivir en un medio ambiente sano no contaminado, y también el derecho a nacer y vivir en una sociedad en paz, gozando de una calidad de vida plena.

### **1.1 Antecedentes históricos**

“La Preocupación por el medio ambiente, como la conocemos ahora, surgió en la década de los años sesenta y, más específicamente, en su segunda mitad, en los países altamente industrializados de Europa y Norteamérica. En las primeras décadas de este siglo también se habían expresado manifestaciones de preocupación por la

---

<sup>1</sup> Lapola, Gustavo. **Derecho agrario y ambiental**. Pág. 287

conservación de la naturaleza, basadas fundamentalmente en el deseo de grupos que llegaron a constituir organizaciones conservacionistas, para mantener la belleza del paisaje y la naturaleza intocada, defendiéndola de los ataques que sufría debido al fenómeno del crecimiento económico y específicamente de industrialización.”<sup>2</sup>

Anteriormente a los años sesenta existía escasa conciencia ambiental y solo algunas iniciativas aisladas de regulación ambiental internacional. Una de las iniciativas frustradas fue la Convención de Londres de 1900 la cual buscaba la protección de la vida silvestre africana, la cual nunca entro en vigor porque no fue firmada por el número mínimo de partes. El Convenio de Londres de 1933 reemplazo el convenio de 1900, el cual se aplicó en gran parte de África colonizada con la creación de parques naturales y la protección de especies.

“En 1948 en Fontainebleau, en Francia, se realizó el Congreso Constitutivo de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, convocada por el gobierno de Francia en colaboración con la entonces recién fundada UNESCO. La convocatoria se hizo “con miras a salvaguardar el conjunto del mundo vivo y el medio ambiente natural del hombre.”<sup>3</sup>

Se llevaron otras iniciativas en forma aislada, pero los sucesos realmente empezaron a tomar valor con el despertar de la conciencia ambiental en los años sesenta, cuando las personas se hicieron conscientes de los peligros que amenazaban al planeta. El

---

<sup>2</sup> Portillo y Ramos, Manuel López. **El medio ambiente en México: temas, problemas y alternativas.** Pág. 11

<sup>3</sup> *Ibíd.* Pág. 12



problema que hace conciencia en la década de los sesenta y que produce una preocupación progresiva en los países industrializados es el de la acumulación de desechos, producida principalmente por la creciente actividad industrial.

“La conciencia ambiental comienza a adquirir su dimensión universal cuando se dan los primeros pasos para expresarla institucionalmente, a través de conferencias y acuerdos internacionales. Podría señalarse en el ámbito internacional como la primera expresión de un intento orgánico de institucionalización, la Conferencia Científica de las Naciones Unidas sobre Conservación y Utilización de Recursos, reunida en Nueva York del 17 de agosto al 6 de septiembre de 1949.”<sup>4</sup>

Internacionalmente la primera expresión que intento dar paso a la formación del derecho ambiental, derivado de la conciencia ambiental que se comenzó a tomar por parte de los Estados, fue la Conferencia Científica de las Naciones Unidas sobre Conservación y Utilización de Recursos, de 1949.

“El 12 de mayo de 1954 se suscribe en Londres el Acuerdo Internacional para la Preservación de la Contaminación del Mar por Petróleo, y, en 1956 se crea la Agencia Internacional de la Energía. En el desarrollo de este proceso de institucionalizaciones ha tenido mucha importancia la Conferencia Intergubernamental de Expertos sobre Bases Científicas para el Uso Racional de los Recursos de la Biósfera, reunida por la UNESCO en París, del 4 al 13 de septiembre de 1968.”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Bustamante Alsina, Jorge. **Derecho ambiental**. Pág. 25

<sup>5</sup> **Ibíd.**



A lo largo de la historia han sido varias las iniciativas en forma aislada e individual que se han llevado a cabo sobre la regulación del tema relativo al medio ambiente, el despertar de la conciencia ambiental se originó principalmente por la preocupación derivada de la creciente actividad industrial.

“Sin embargo, el impulso que dio comienzo al tratamiento orgánico a nivel internacional de los problemas de conservación del ambiente, fue la Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, preparatoria de la Conferencia de Estocolmo, el 3 de diciembre de 1968. Los prolegómenos de esta importante Conferencia se encuentran en las reuniones auspiciadas por las Naciones Unidas en Nueva York, Praga y Ginebra en 1971.”<sup>6</sup>

Fue hasta finales de los años sesenta que la regulación del tema relativo al medio ambiente empezó a adquirir una dimensión internacional, cuando se dan las primeras gestiones para expresar institucionalmente la preocupación por el medio ambiente.

“La conferencia de Founex fue en realidad un punto crucial en la historia de la preocupación sobre la problemática del medio ambiente. Su informe fue sumamente importante para la discusión que se realizó en las conferencias regionales preparatorias de la conferencia mundial del medio ambiente y que se realizaron en el curso del año 1971. La de América Latina tuvo lugar en México.”<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> **Ibíd.**

<sup>7</sup> Portillo y Ramos. **Op. Cit.** Pág. 14



El informe de la conferencia de Founex sirvió de base para las conferencias regionales que se efectuaron anteriormente a la realización de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano que se celebró en Estocolmo 1972.

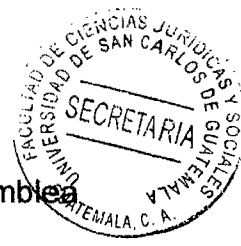
“La conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano se realizó finalmente en Estocolmo en junio de 1972. Básicamente, se refrendó en ella el punto de vista del seminario de Founex, de que no había una contradicción esencial entre las metas para mantener un medio ambiente adecuado y la necesidad de realizar un desarrollo económico-social; que era posible planificar el desarrollo de tal manera de no provocar daños de importancia al medio ambiente evitando su degradación y, por lo tanto, haciendo posible el desarrollo en forma continuada.”<sup>8</sup>

La Conferencia de Estocolmo de 1972 básicamente se fundamentó en la perspectiva de que no hay contrariedad entre el desarrollo económico social y el mantenimiento de un medio ambiente ecológicamente equilibrado, logrando un desarrollo en forma continuada.

“La conferencia concluyó con una declaración, un plan de acción que contiene más de cien recomendaciones específicas, creó un organismo, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y un fondo de contribuciones voluntarias que permitiera al nuevo organismo instrumentar sus políticas y señalar modelos a seguir a través de una coordinación del sistema internacional. También se creó un Consejo de

---

<sup>8</sup> *Ibíd.*



Administración del programa integrado por 56 gobiernos elegidos por la Asamblea General de las Naciones Unidas, los cuales se van renovando parcialmente.”<sup>9</sup>

En la cumbre de Estocolmo se emitió el documento conocido como la declaración de Estocolmo, que contiene veintiséis principios sobre el medio ambiente y el desarrollo, un plan de acción con ciento nueve recomendaciones y una resolución. Asimismo creó el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

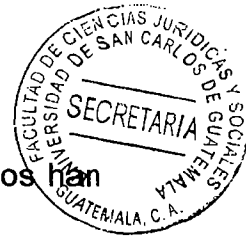
“La conferencia de Estocolmo de 1972 fue el punto de partida de la conciencia mundial para la protección y el mejoramiento del medio ambiente y ha creado una estructura institucional flexible pero permanente. A partir de esta conferencia se crearon organizaciones especializadas, institucionalizándose el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (P.N.U.M.A.) con sede en Nairobi. Este programa permite la coordinación no solamente de las técnicas y de las investigaciones, sino también de los derechos.”<sup>10</sup>

La Conferencia de Estocolmo de 1972 es considerada como el punto de partida del nacimiento del derecho ambiental, debido a que fue la primera gran conferencia de la Organización de las Naciones Unidas sobre cuestiones ambientales internacionales, marcando un punto de modulación en el desarrollo de la política internacional del medio ambiente.

---

<sup>9</sup> **Ibíd.**

<sup>10</sup> Bustamante Alsina, Jorge. **Op. Cit.** Pág. 25



“A continuación de los trabajos de la conferencia de Estocolmo, muchos Estados han introducido en sus constituciones, cláusulas reconociendo la existencia de un derecho al medio ambiente y cuya formulación se inspira en el primer principio de la Declaración de Estocolmo que enuncia: El hombre tiene un derecho fundamental a la libertad, a la igualdad y a condiciones de vida satisfactorias, en un ambiente cuya calidad de vida le permita vivir con dignidad y bienestar, y tiene el deber solemne de proteger y mejorar el medio ambiente de las generaciones presentes y futuras.”<sup>11</sup>

La conferencia de Estocolmo instituyó la necesidad de establecer un criterio y principios comunes que ofrezcan a los países del mundo inspiración y guía para la preservación y mejoramiento del medio ambiente humano, principalmente inspirándose en el primer principio de la declaración de Estocolmo.

“Durante el año 1992, al cumplirse el vigésimo aniversario de la Conferencia de Estocolmo, la Asamblea General de las Naciones Unidas resolvió convocar la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo (C.N.U.M.A.D.), denominada la “Cumbre de la Tierra”, la cual se reunió en Rio de Janeiro en el mes de junio de 1992.”<sup>12</sup>

La conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo en 1992 fue convocada para Rio de Janeiro por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas, exactamente veinte años después de la conferencia de Estocolmo.

---

<sup>11</sup> **Ibíd.**

<sup>12</sup> **Ibíd.**



Esta conferencia fue denominada Cumbre de la Tierra, en esta los países participantes concertaron adoptar un enfoque de desarrollo que protegiera el medio ambiente y asegurara el desarrollo económico y social, constituyendo un momento importante en la pretensión de lograr un equilibrio razonable entre las necesidades económicas, sociales y ambientales.

En esta cumbre se aprobaron tres acuerdos siendo el Programa 21 que es un plan de acción mundial para promover el desarrollo sostenible, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo que contiene veintisiete principios, y una Declaración de principios relativos a los bosques. Así mismo se firmaron dos instrumentos La Convención Marco sobre el Cambio Climático y el Convenio sobre la Diversidad Biológica.

En el año 2002 se llevó a cabo la Cumbre de la Tierra en Johannesburgo, Sudáfrica, en la cual se acordó mantener los esfuerzos para promover el desarrollo sostenible, mejorar la vida de las personas que viven en pobreza y revertir la continua degradación del medio ambiente mundial.

En el año 2012 se llevó a cabo La Cumbre de Río+20 de las Naciones Unidas que marco el cuadragésimo aniversario de la conferencia de Estocolmo y vigésimo aniversario de la conferencia de Río de Janeiro, tuvo como objetivo revisar y actualizar la implementación del concepto de desarrollo sostenible. La cumbre culminó con la aprobación de un plan para avanzar hacia una economía verde que frene la degradación del medio ambiente y combata la pobreza.



## 1.2 Antecedentes históricos del derecho ambiental guatemalteco

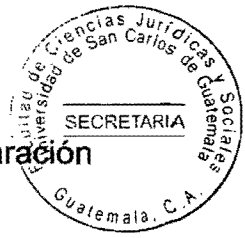
“Para Guatemala, como para muchos otros países del mundo, la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano celebrada en Estocolmo (Suecia) en el año de 1972, marcó el punto de partida definitivo para avanzar en los temas legislativos referentes a la protección y conservación del medio ambiente. Los gobiernos allí representados por sus respectivos delegados comenzaron a asentir formalmente sobre la delicada situación a que había llegado el ambiente o entorno humano, sobre una escala, ya no local, sino mundial, producto de políticas económicas de desarrollo ajenas e indiferentes a todo grado de consideración sobre las repercusiones negativas de su aplicación en sus respectivos ambientes.”<sup>13</sup>

Para Guatemala la conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano de 1972 también represento el inicio del nacimiento del derecho ambiental y constituyo un avance en los temas legislativos referentes a la protección y conservación del medio ambiente, pudiendo establecerse las directrices para la preservación y mejoramiento del medio ambiente humano.

“Por primera vez en la historia, altos representantes de los gobiernos del mundo se daban cita en Estocolmo, a efecto de comprometerse formalmente en la solución de la crisis ambiental. Surgieron varias proposiciones, soluciones y figuras administrativas y,

---

<sup>13</sup> Escobar Cárdenas, Fredy Enrique. **Derecho agrario y ambiental**. Pág. 264



al final las inquietudes de los allí reunidos se plasmaron en la ya conocida declaración de principios de Estocolmo.”<sup>14</sup>

Altos funcionarios de los gobiernos del mundo, por primera vez se reunieron con la finalidad de comprometerse a encontrar una solución a la crisis ambiental, derivado de ello suscribieron la declaración de principios de Estocolmo.

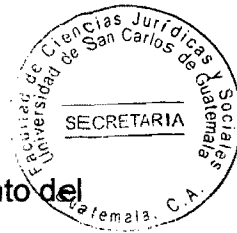
Guatemala represento a El Salvador y Costa Rica en la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano de 1972 en Estocolmo, la cual se realizó con la intención de instar la acción gubernamental a la promoción del desarrollo de las políticas medioambientales, y obtener el compromiso de una cooperación mutua entre los países participantes para encontrar una solución a la problemática ambiental. Se suscribió la declaración de Estocolmo con el compromiso de hacer cumplir sus acuerdos y recomendaciones.

El gobierno de Guatemala se comprometió con la suscripción de la declaración a su cumplimiento, y a efectuar los actos pertinentes para promover el desarrollo de las políticas ambientales.

En Guatemala la institucionalización del derecho ambiental se ha desarrollado a través de distintos normativos, a partir de la suscripción de la declaración de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio humano de 1972.

---

<sup>14</sup> **Ibíd.**



“La exposición de motivos del ante proyecto de la Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente del 6 de mayo de 1986, mencionado por Federico Huitz Ayala en su trabajo de tesis, afirma que: Los antecedentes del emergente Derecho Ambiental guatemalteco, puede ubicarse a partir del año de 1973, puesto que, a nivel gubernamental, se adoptaron medidas de carácter institucional y legal para afrontar la problemática ambiental en el país.”<sup>15</sup>

El desarrollo del derecho ambiental guatemalteco tiene sus inicios a partir del año de 1973, al adoptarse las medidas legales pertinentes, para contrarrestar y atender la crisis ambiental en el país.

“En dicho año, el Presidente de la República, General Carlos Manuel Arana Osorio, con el fin de cumplir con una de las recomendaciones dadas en la Conferencia de Estocolmo en el sentido de crear un instrumento adecuado para planificar, coordinar y ejecutar un plan nacional, para alcanzar los objetivos de velar, conservar y mejorar el medio ambiente, creó una Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, por Acuerdo Gubernativo de fecha 3 de mayo de 1973.”<sup>16</sup>

El gobierno de Guatemala en el año de 1973 para cumplir con una de las recomendaciones dadas en la declaración de Estocolmo creó la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, encargada de la

---

<sup>15</sup> *Ibíd.* Pág. 265

<sup>16</sup> *Ibíd.*



planificación, coordinación y ejecución del plan nacional establecido para cumplir con los objetivos de velar, conservar y mejorar el medio ambiente.

En 1975 se creó la Comisión Asesora del Presidente de la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, con el objeto a nivel técnico de asesorar toda acción tendiente a la formulación y ejecución de la política establecida para la conservación y mejoramiento del medio humano.

La comisión funcionó bajo la coordinación del vice ministro de gobernación, tuvo la finalidad de asesorar al presidente de la Comisión Ministerial en asuntos relacionados con el medio ambiente, dictaminar y emitir opinión sobre todos aquellos asuntos que le fueron propuestos y proponer normas y reglamentos relacionados con la problemática ambiental.

En octubre de 1976 la Comisión Asesora del Presidente de la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, presento un ante proyecto de la Ley de Conservación y Mejoramiento del Medio Ambiente, formulado gracias al Primer Seminario sobre Problemas Ambientales en Guatemala, que organizo el Ministerio de Gobernación. Constituyo una valiosa contribución que permitió mejorar el ante proyecto, el estudio realizado por el Doctor Barrera Méndez, distinguido jurista del Instituto de Recursos Naturales de Colombia enviado a él por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.



En el año de 1979 fue aprobado el ante proyecto de la Ley de Conservación y Mejoramiento del Medio Ambiente. Posteriormente en junio de 1982 la Comisión Asesora del Presidente de la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, presente un nuevo ante proyecto de ley el cual fue aprobado el 9 de junio de 1983.

En el año 1986 se creó la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA), adscrita a la presidencia de la república, por medio del Acuerdo gubernativo número 204-86, a la cual se le asigno como función específica la preparación de un proyecto de ley que normará todo lo concerniente al medio ambiente.

“El día 6 de marzo de 1986 fue presentado el último ante-proyecto de Ley Ambiental al Congreso de la Republica. Este finalmente fue aprobado y se publicó el 19 de diciembre de 1986, Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente, decreto número 68-86 del Congreso de la Republica, lo cual constituyo un gran triunfo histórico. Con la emisión de este cuerpo normativo se estableció un nuevo orden jurídico del cual “emergió” el pionero Derecho Ambiental Guatemalteco. Cabe señalar que fue determinante para esta decisión el artículo 97 de la Constitución, puesta en vigencia el 14 de enero de 1986, que expresamente mandó legislar para la protección del ambiente”<sup>17</sup>

Luego de varias emisiones de ante proyectos y leyes relativas al medio ambiente, se presentó en marzo de 1986 el último proyecto de ley ambiental preparado por la

---

<sup>17</sup> *Ibíd.* Pág. 267



Comisión Nacional del Medio Ambiente. Fue aprobado y publicado en diciembre de 1986, Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente decreto número 68-86 del Congreso de la República de Guatemala. Ley vigente que otorga las bases y norma lo relativo al medio ambiente.

### **1.3 Definición de derecho ambiental**

El derecho ambiental es una rama nueva del derecho, no obstante desde la antigüedad han existido normas jurídicas relacionadas con el ambiente natural, la autonomía disciplinaria se le otorga al derecho ambiental por la forma en que regula a su objeto siendo este el ambiente.

“Brañes define al derecho ambiental como: Derecho ambiental es el conjunto de normas y principios jurídicos que rigen la conducta humana en cuanto ésta impacte en los procesos de la naturaleza y que implican riesgo para la continuidad de aquéllos.”<sup>18</sup>

El derecho ambiental es el conjunto de principios y normas jurídicas que regulan la conducta del hombre cuando ésta represente un daño o riesgo al medio ambiente.

“Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el Derecho Ambiental es “El conjunto de normas jurídicas que se ocupan del medio físico

---

<sup>18</sup> Simental Franco, Víctor Amaury. **Derecho ambiental**. Pág. 34

y del medio humano, es decir, del medio conformado por la naturaleza y del medio que el mismo hombre conforma.”<sup>19</sup>

El derecho ambiental es un conjunto de normas que se ocupan de la preservación y conservación del medio ambiente en relación a la interacción del ser humano con la naturaleza.

“Guillermo J. Cano dice que Derecho Ambiental: comprende las normas legales referentes al uso y conservación de todos los bienes, fenómenos y elementos relacionados con el hombre, el entorno natural, el entorno creado y los fenómenos naturales producidos o inducidos por el hombre, en tanto incluyan en la calidad del entorno desde el punto de vista del interés humano.”<sup>20</sup>

El derecho ambiental comprende las normas jurídicas que regulan las relaciones del hombre con la naturaleza, con el objeto de preservar y salvaguardar al medio ambiente, alcanzando un medio ecológicamente equilibrado.

“Michel Prieur, en Chiriboga (2000: 524) sostiene que el Derecho ambiental es aquel que por su contenido contribuye a la salud pública y al mantenimiento de los equilibrios ecológicos, la protección de la naturaleza y los recursos, la lucha contra la contaminación y los daños y el mejoramiento de la calidad de vida.”<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Apuntes de derecho ambiental**. Pág. 161

<sup>20</sup> **Ibid.**

<sup>21</sup> Narváez Iván. Narváez, María José. **Derecho ambiental en clave neoconstitucional (enfoque político)** Pág. 263

La correcta aplicación del derecho ambiental contribuye al mantenimiento de una vida sana, al sustento y protección de la naturaleza y sus recursos, y a la reducción de la contaminación ambiental.

El derecho ambiental es el que está al pendiente de las agresiones ambientales directas, bien para prevenirlas, reprimirlas o para repararlas, con el objeto de conservar el medio ambiente.

#### **1.4 Principios generales del derecho ambiental**

“A fin de evitar que la existencia del derecho a un ambiente sano y ecológicamente equilibrado se restrinja al plano semántico de la realidad jurídica, el Derecho Ambiental ha integrado una serie de principios rectores que garantizan la tutela efectiva del derecho. Estos axiomas describen los compromisos adquiridos por las Partes Contratantes de los más representativos instrumentos internacionales en materia ambiental. Debido a la rápida evolución del Derecho Ambiental Internacional se ha creado una gran gama de soft law que, aunque no es vinculante, da pautas que luego pueden convertirse en normativa (obligación que vincula a los Estados).”<sup>22</sup>

El derecho ambiental ha integrado una serie de lineamientos básicos e indispensables para llevar a cabo su fin y establecer una estructura jurídica determinada, los cuales servirán como punto de referencia para la inspiración y creación de criterios doctrinales o de normas jurídicas de normativo ambiental.

---

<sup>22</sup> Lapola, Gustavo. **Op. Cit.** Pág. 304



Principio de igualdad: "reconoce que en materia ambiental todos los estados son iguales en deberes y derechos. En este principio hay una doble mención, en un caso al hombre, e implícitamente a los estados, al condenar, entre otros, el apartheid, la segregación racial y la discriminación."<sup>23</sup>

El principio de igualdad sostiene que todos los Estados en materia ambiental, son iguales en el cumplimiento de sus deberes y ejecución de sus derechos, teniendo las mismas obligaciones y derechos.

Principio de sostenibilidad: "este principio tiene sus orígenes en la Comisión Brundtland en la cual se manifiesta que el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, es decir que no se trata de mantener intacta la naturaleza sino de controlar su uso."<sup>24</sup>

El principio de sostenibilidad se basa en satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin dañar el medio ambiente para las generaciones futuras.

Principio de globalidad: al apreciarse que a pesar de las normativas locales en cada país, la problemática ambiental continuaba era necesario intensificar la cooperación regional e internacional para buscar soluciones a los problemas de carácter mundial. Este principio se ve reflejado en la mayoría de Tratados y Convenios Internacionales,

---

<sup>23</sup> **Ibid.** Pág. 305

<sup>24</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág. 162



por lo que podría afirmarse que se trata de un principio que rige el derecho ambiental internacional.

Principio de solidaridad: “este principio, luce nítidamente en el Principio 7 de la Declaración de Río donde se afirma que: Los Estados deberán cooperar con espíritu de solidaridad mundial para conservar, proteger y restablecer la salud y la integridad del ecosistema de la tierra. En vista de que han contribuido en distinta medida a la degradación del medio ambiente mundial, los Estados tienen responsabilidades comunes pero diferenciadas.”<sup>25</sup>

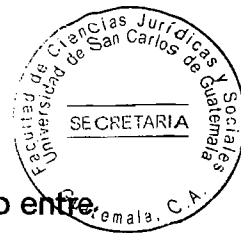
El principio de solidaridad sostiene que los Estados tienen la obligación de contribuir solidariamente con la conservación, protección y restablecimiento de la salud e integridad del ambiente, en virtud que todo Estado ha participado en alguna medida en el deterioro del medio ambiente.

En base al principio de solidaridad, los Estados tienen el deber de: los países desarrollados cooperar con los países en desarrollo, informar situaciones climáticas relevantes, y el deber de la buena vecindad.

Todo Estado tiene la obligación de contribuir solidariamente con la conservación y protección del medio ambiente, para asegurarle a las generaciones futuras un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, en virtud que ha participado de cierto modo en el deterioro del medio ambiente, en el ejercicio de su desarrollo económico.

---

<sup>25</sup> *Ibíd.* Pág. 163



Principio del derecho al desarrollo sostenible: “señala que hay un vínculo estrecho entre desarrollo económico y social y medio ambiente.”<sup>26</sup>

Este principio sostiene que todo Estado debe procurar causar el menor daño posible al medio ambiente, al ejercer su derecho al desarrollo económico y social.

Principio de soberanía estatal sobre los recursos naturales propios: sustenta que todo Estado tiene derecho de explotar libremente sus recursos naturales para satisfacer sus necesidades, haciéndolo de manera racional de forma que no se deteriore el ambiente.

Ningún Estado, puede restringir a otro Estado el derecho a explotar libremente sus recursos naturales en la búsqueda de su desarrollo económico y social, procurando esté que en su ejercicio se cause el menor daño al medio ambiente.

Principio de no interferencia: todo Estado tiene la obligación de no afectar mediante el ejercicio de sus actividades, el medio ambiente de otro Estado.

El principio de no interferencia se encuentra fundado en el principio número veintiuno de la Declaración de Estocolmo de 1972.

Principio de prevención: “Las legislaciones nacionales reflejan este principio, ya que sus normas van dirigidas a adoptar una serie de cautelas que deben aplicarse cuando se trata de iniciar actividades como requisito indispensable para que procedan las

---

<sup>26</sup> Lapola, Gustavo. **Op. Cit.** Pág. 306

autorizaciones ambientales, como permisos, licencias, concesiones, entre otros. Es parte de la intervención estatal que de forma obligatoria debe ejercerse.”<sup>27</sup>

Con objeto de prevenir el deterioro ambiental se han creado normas que regulan medidas que se deben de tomar en cuenta en la realización de actividades que requieren autorizaciones ambientales.

Principio del ordenamiento ambiental: este principio “es básico para el Derecho Ambiental. En un inicio se desarrolló como una técnica del urbanismo, para luego ampliar su contenido a las leyes de uso y conservación del suelo, planes y programas públicos y, más modernamente las áreas críticas de contaminación, la zonificación y las reservas de parques y monumentos naturales y culturales”.<sup>28</sup>

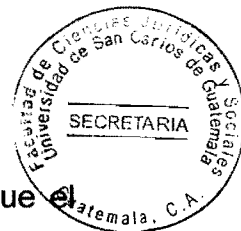
Este principio se basa en que todo Estado debe emitir un conjunto de normas que tengan por objeto regular el uso y conservación de los recursos naturales para evitar la contaminación y garantizar un medio ambiente sano.

Principio de calidad de vida: los Estados deberán reducir y eliminar los sistemas de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas ambientales apropiadas para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, para garantizar una calidad de vida plena a todas las personas.

---

<sup>27</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág. 164

<sup>28</sup> **Ibíd.** Pág. 167



Todo ser humano tiene derecho de gozar de una calidad de vida plena, por lo que el derecho ambiental tiene como finalidad garantizar un medio ambiente sano, a través del cumplimiento de sus normas.

Principio del daño ambiental permisible: “Este principio de Derecho Ambiental se resume en la posibilidad de tolerar aquellas actividades susceptibles de degradar el ambiente en forma no irreparable y que se consideran necesarias por cuanto reportan beneficios económicos o sociales evidentes, siempre que se tomen las medidas para su limitación o corrección.”<sup>29</sup>

Este principio se basa en la posibilidad de permitir actividades que son necesarias para el desarrollo económico de un país, las cuales de cierta manera deterioran el medio ambiente pero no de forma irreparable.

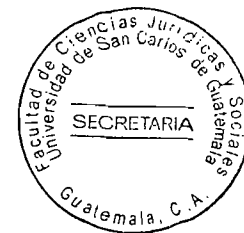
Principio de cooperación internacional: “este principio debe guiar a los estados en todas las actividades relacionadas al medio ambiente teniendo en cuenta los intereses correspondientes de los demás estados.”<sup>30</sup>

La cooperación internacional establecida por organismos internacionales y las relaciones entre Estados, permite que se reconozca un conjunto de normas supranacionales que constituyen un marco de referencia legislativa en materia ambiental.

---

<sup>29</sup> *Ibíd.* Pág. 168

<sup>30</sup> Lapola, Gustavo. *Op. Cit.* Pág. 306



## 1.5 Características del derecho ambiental

El derecho ambiental como nueva rama forma parte del conjunto del derecho, pero la unidad de su problemática y un innegable número de características específicas permiten hablar de una identidad propia dentro de los sistemas jurídicos. Por lo tanto son características propias del derecho ambiental las siguientes:

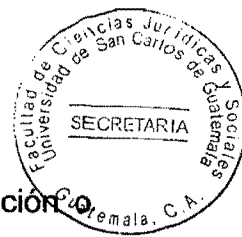
Intradisciplinario: “El Derecho Ambiental es un derecho intradisciplinario y novísimo, que, con el paso del tiempo, ha ido demostrando la validez de sus fundamentos y principios, hasta el punto de ser conocido como una disciplina autónoma. Sin embargo, su autonomía no excluye de ningún modo su relación con las otras ramas del derecho, pues existe entre ella y las demás una interrelación, primaria y dinámica.”<sup>31</sup>

El derecho ambiental es autónomo ya que cuenta con sus propios principios y características, pero su autonomía no excluye su relación con otras ramas del derecho.

Transdisciplinario: “La mayoría de los cuerpos normativos tradicionales del derecho han tenido como fuentes reales, los variados fenómenos de orden social o económico que se producen en un periodo determinado. En el Derecho Ambiental, no es suficiente tomar en cuenta los anteriores factores, puesto que esta disciplina jurídica exige el aporte o la interacción de otras materias científicas que sean capaces de orientarle e ilustrarle en el proceso de comprensión del fenómeno ambiental, con el objeto de contar

---

<sup>31</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág. 176



con los elementos verídicos que habrán de servirle de fundamento para la creación o reforma de nuevas normas o reglamentaciones de carácter ambiental.”<sup>32</sup>

El derecho ambiental como fuentes reales aparte de los fenómenos de orden social o económico producidos en un periodo determinado, necesita el aporte de otras materias científicas para la comprensión del fenómeno ambiental, con el objetivo de contar con los elementos necesarios para la creación de nuevas normas ambientales.

Carácter preventivo: aunque existan normas y elementos previstos para los supuestos en los que el detrimento ambiental ya se ha producido, la prioridad del derecho ambiental es evitar que se produzcan dichos daños.

Los objetivos del derecho ambiental son fundamentalmente preventivos ya que lo que trata es evitar daños graves que se puedan ocasionar al ambiente.

Carácter sistemático: “La regulación de conductas que comporta no se realiza aisladamente, lo que era la tónica de las regulaciones administrativas precedentes, sino teniendo en cuenta el comportamiento de los elementos naturales y las interacciones en ellos determinadas como consecuencia de la intervención del hombre.”<sup>33</sup>

Las normas relativas al ambiente se establecen tomando en cuenta la intervención que ha tenido el hombre con los elementos naturales.

---

<sup>32</sup> **Ibíd.**

<sup>33</sup> Bustamante Alsina, Jorge. **Op. Cit.** Pág. 49



Dinámico: “La constante evolución de las ciencias y tecnologías y su puesta en práctica en ocasiones tienden a desembocar en una acción y efectos contaminantes o de deterioro del medio ambiente, situaciones estas que obligan a realizar una mayor y actualizada labor legislativa o reglamentaria ambiental, con el fin de contrarrestar o prevenir sus efectos negativos.”<sup>34</sup>

Las normas del derecho ambiental están en constante desarrollo debido a la perseverante evolución de las ciencias y tecnologías que de cierta manera contribuyen al deterioro del ambiente.

Carácter supranacional: esta característica del derecho ambiental es el papel de los factores cuyos efectos sobrepasan las fronteras de los Estados por ello la importancia de la cooperación internacional para preservar el medio ambiente.

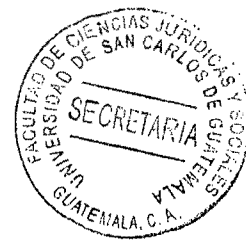
El derecho ambiental por sus particulares objetivos que se resumen en la preservación del medio ambiente, principios, características, instituciones y contenidos, nace, en consecuencia, como una disciplina jurídica provista de una particular y clara autonomía científica.

---

<sup>34</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág. 177







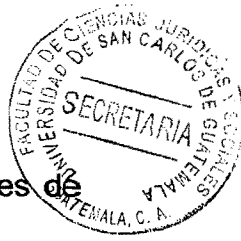
## CAPÍTULO II

### 2. Contaminación ambiental

La contaminación es una de las problemáticas ambientales de principal importancia que afectan al mundo y surge cuando se produce un desequilibrio, como resultante de la adición de cualquier sustancia al medio ambiente, en cantidad tal, que provoca efectos desfavorables al ambiente.

La problemática relativa al deterioro del medio ambiente es un tema que ha tomado relevancia en los últimos años. Sin embargo muchos de los problemas que hoy día se denominan ambientales, han preocupado al ser humano desde edades primitivas. Existen pruebas de la preocupación por las relaciones del hombre con su entorno natural.

La contaminación ambiental es una consecuencia producida por las distintas actividades generalmente creadas por el hombre; las cuales han tenido consecuencias en la integridad física del ambiente y que con el tiempo ha ido empeorando. La conducta social del hombre en conjunto con su cultura siempre adapta el ambiente de acuerdo a sus necesidades, y muchas veces estos requerimientos no son compatibles con el equilibrio ecológico; lo que hace que el ser humano busque los medios para mantenerse en confort, sea bueno o no para la salud del ecosistema.

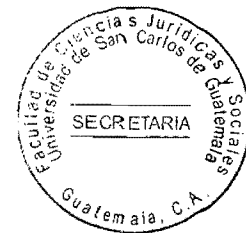


A medida que el hombre adquiere más dominio en la naturaleza; las posibilidades de empeorar la situación ambiental se aumentan si no se toman acciones a tiempo; ya que muchas de las actividades realizadas por esta población deterioran las condiciones que integran el medio ideal.

Una de las principales consecuencias de la contaminación ambiental es el calentamiento global, también conocido como cambio climático, por el cual la temperatura del planeta va aumentando de manera progresiva, tanto la temperatura atmosférica como la de los mares y océanos. La contaminación ambiental supone un riesgo para la salud de los seres vivos que habitan los ecosistemas contaminados, incluyendo a los seres humanos.

El despertar de la conciencia ambiental se originó principalmente por la preocupación derivada de la creciente actividad industrial, instituyéndose el derecho ambiental con el objeto de conservar y preservar el medio ambiente, estando al pendiente de las agresiones ambientales directas, bien para prevenirlas, reprimirlas o para repararlas. Mediante un conjunto de normas jurídicas que rigen la conducta humana en cuanto ésta impacte en los procesos de la naturaleza y que implican riesgo para la continuidad de ellos.

La contaminación esta generalmente ligada al desarrollo económico y social. Actualmente muchas organizaciones internacionales como la Organización de Naciones Unidas hallan al desarrollo sostenible como una de las formas de proteger al medio ambiente para las presentes y futuras generaciones.



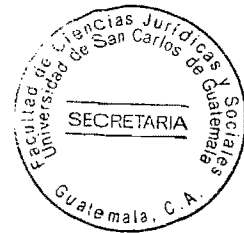
## **2.1 Antecedentes históricos**

La contaminación ha estado presente desde edades primitivas. Como ejemplo, uno de los elementos que se considera dio inicio al proceso contaminador fue el descubrimiento del fuego por el hombre. El descubrimiento del fuego significó un gran avance, entre otras cosas porque permitió la cocción de los alimentos antes de su ingesta, lo que eventualmente incidió en una evolución más rápida.

El aspecto que siguió tuvo que ver con el cambio en la dinámica del hombre, que comenzó a ser más sedentario. Esto implicó que el efecto que tenía sobre el ambiente que habitaba era mayor, de forma que comenzó a ser evidente su huella en el ecosistema.

Posteriormente en los Siglos XII y XIII, el carbón comenzó a utilizarse de forma más extensa, teniendo como consecuencia un aumento en la demanda que la madera ya no podía cumplir. Durante el Siglo XVIII comenzó la revolución industrial en distintos países de Europa, lo que significó una gran propagación de agentes contaminantes.

Las guerras y conflictos en el mundo, principalmente la segunda guerra mundial, marcó el impacto humano sobre el medio ambiente. Así mismo, la creación de industrias de diversas ramas rápidamente tuvo como consecuencia la inadecuada eliminación de residuos que actualmente son producidos a gran escala.



## 2.2 Definición de medio ambiente

Medio ambiente “Son las condiciones químicas, físicas y biológicas que rodean un organismo, comprendiendo como tal organismo a toda entidad de orden animal y vegetal existente, incluyendo al hombre. (Michael Allaby).”<sup>35</sup>

Medio ambiente es el espacio comprendido por las condiciones químicas, físicas y biológicas en que se desarrolla la vida de un organismo vivo.

Medio ambiente es un sistema que condiciona la forma de vida de la sociedad, formado por elementos naturales y artificiales que se encuentran interrelacionados y que sufren cambios debido a las acciones del ser humano. Es el espacio en que se desenvuelve la vida de los seres vivos.

El medio ambiente es el entorno formado por todos aquellos elementos químicos, elementos físicos como lo son el clima y la geología, y elementos biológicos como lo son la población humana, el agua, la fauna y la flora. Elementos con los cuales los seres vivos interactúan, además en el caso del ser humano también se incluye todos los elementos culturales y sociales que influyen en su vida. El medio ambiente no es solamente el sitio físico en el que se desarrolla la vida, sino que también es medio ambiente la cultura y conceptos intangibles como las tradiciones.

---

<sup>35</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág 5  
30



El medio ambiente es el área acondicionada para la vida de diferentes seres vivos donde se incluyen elementos naturales, sociales y culturales.

### 2.3 Definición de contaminación ambiental

La contaminación ambiental es el detrimento de las condiciones normales que sufre el medio ambiente, ocasionado por distintos motivos y situaciones, que van desde agentes químicos, físicos o biológicos, hasta la negligencia e irresponsabilidad del hombre. Esto causa un impacto perjudicial que desequilibra el estado natural del medio y que no siempre se puede revertir.

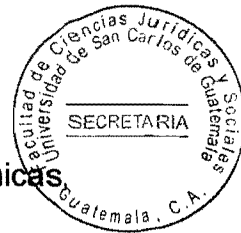
“La contaminación puede ser definida como la consecuencia de la introducción o extracción en un medio de elementos que alteran las condiciones naturales en que se desarrollan los procesos vitales de los organismos que lo integran, y que puede poner en riesgo la sobrevivencia de tales organismos.”<sup>36</sup>

La contaminación ambiental es el resultado de la introducción o extracción de elementos que descomponen el medio ambiente en que se desarrolla la vida de un organismo vivo, poniendo en riesgo su calidad de vida.

Uno de los problemas ambientales más importantes que afectan al planeta es la contaminación, y surge cuando se produce un desequilibrio como resultado de la introducción de cualquier sustancia al medio ambiente, en cantidad tal, que provoque efectos negativos en los seres vivos.

---

<sup>36</sup> Simental Franco, Víctor Amaury. **Op. Cit.** Pág 56



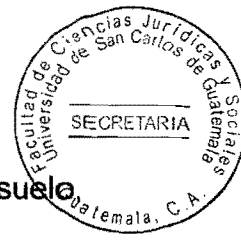
La contaminación es una alteración directa o indirecta de las condiciones químicas físicas y biológicas del medio ambiente, que puede tener un resultado dañino para la salud y el desarrollo de la vida de cualquier organismo vivo.

Se entiende también por contaminación, de acuerdo con la concepción del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, División de Saneamiento Ambiental: La presencia en el medio ambiente de uno o más contaminantes, o cualquier combinación de ellos, que perjudique o molesten la vida, la salud y el bienestar humano, la flora y la fauna o degraden la calidad del aire, del agua, de la tierra, de los bienes, de los recursos de la Nación en general o de los particulares.

La contaminación del medio ambiente son todos aquellos elementos que están presentes en él y que dañan, perjudican y ponen en peligro la seguridad, las condiciones de vida, el bienestar y las características de los ecosistemas, de la flora y fauna que los habitan.

#### **2.4 Clases de contaminación ambiental**

La contaminación puede clasificarse y estudiarse de acuerdo con la variedad de efectos, causas y ámbitos espaciales en donde se produce. Existen diversos tipos de contaminación ambiental y agentes contaminantes que están alterando y destruyendo la calidad de los principales elementos naturales renovables como el aire, agua, suelo, flora y fauna.



Los tipos de contaminación ambiental principales son la atmosférica, hídrica, del suelo por basura, lumínica, térmica, visual, electromagnética y antropogénica.

Contaminación atmosférica: según el diccionario del medio ambiente es todo material disperso o gaseoso que estando en el aire no es constituyente del mismo, o bien una concentración excesiva de cualquier constituyente minoritario del mismo por ejemplo: dióxido de azufre, monóxido de carbono, dióxido de nitrógeno o polvo.

La contaminación atmosférica es la reconocida contaminación del aire, la cual por liberación de grandes cantidades de sustancias en la superficie terrestre, son emanadas hasta la atmosfera, alterando de diferentes modos la capa protectora del planeta, haciendo que esto se convierta en un riesgo para todos los seres vivos que habitan en él. Dentro de los gases contaminantes que llegan a la atmosfera se encuentran el monóxido de carbono, dióxido de azufre, clorofluorocarbonos, óxido de nitrógeno, entre otros.

Contaminación hídrica: la contaminación del agua puede producirse en las aguas situadas sobre la superficie terrestre o bien debajo de ella. Su origen puede ser biológico, químico o térmico, con lo cual el agua se vuelve inútil, según el grado, para consumo humano, para usos recreativos, para cultivos y aun para usos industriales.

La contaminación del agua tiene lugar tras la liberación de todos los residuos de basura o de cualquier índole extraña a esta; pues va drenando hacia los causes y con ello





siguen la trayectoria de los riachuelos hasta llegar a su desembocadura en cualquier mar o aguas subterráneas, utilizada en principio para otros fines.

**Contaminación del suelo:** la contaminación del suelo generalmente se produce cuando cualquier tipo de productos químicos es liberado ya sea por derrame; o a través de filtraciones por los suelos y por debajo de ellos. Dentro de los compuestos químicos que denotan mayor gravedad para este tipo de contaminación se encuentran los hidrocarburos; así como el petróleo y sus derivados.

La contaminación de los suelos por el uso incontrolado de pesticidas y herbicidas produce efectos secundarios dañinos tanto para la flora, fauna como en ciertos casos para la salud humana. Estos destruyen indiscriminadamente, además de las especies que son su objetivo, insectos beneficiosos y productivos. También resquebraja el equilibrio biológico, afecta la calidad de muchos alimentos, pone en peligro la salud de la población y se produce el envenenamiento de las aguas de los ríos por la lixiviación de los tóxicos del suelo.

**Desechos sólidos:** Es todo residuo sólido de origen orgánico e inorgánico que es desechado por la población, pudiendo ser de origen doméstico, comercial, industrial, desechos de la vía pública o resultados de una construcción que no sea considerado como peligroso, y que no tienen ninguna utilidad práctica. Con la sola excepción de las excretas humanas.



Desechos sólidos son todo tipo de residuos que genera el ser humano en el desarrollo de su vida cotidiana, y que no tienen utilidad. Este tipo de desechos son los que el ser humano genera con mayor abundancia, esto se debe a que casi cualquier acción del ser humano implica la utilización de esta clase de desechos.

Los desechos sólidos se clasifican en: por su origen; por su por su composición y tiempo de descomposición, en desechos orgánicos y desechos inorgánicos; y en desechos ordinarios y desechos especiales o peligrosos.

Contaminación acústica: la contaminación acústica es el acumulado de sonidos y ruidos que circulan por el aire en las calles de una población. Como generalmente las ciudades poseen gran cantidad de elementos generadores de ruido, se produce en conjunto un alto nivel sonoro que puede llegar a perjudicar la integridad física y psíquica de los habitantes.

Este tipo de contaminación es el producido por sonidos que sobrepasan los decibeles admitidos por el ser humano, es cuando el sonido se convierte en ruido, lo cual además de molesto puede ser nocivo para la salud. El origen o naturaleza de este tipo de contaminación se determina de acuerdo al ruido que provocan todas las actividades humanas; desde las industriales, hasta aquellas actividades sociales o de transporte que a diario van afectando a toda la población.

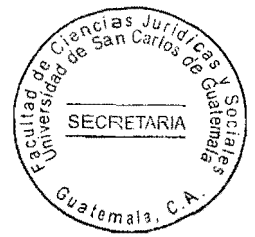


**Contaminación visual:** la contaminación visual tiene su causa en el abuso de una serie de elementos que son clasificados como no arquitectónicos; lo que provoca la alteración de la estética y la imagen de todo el medio ambiente, sea rural o urbano.

Este tipo de contaminación es percibido a través del sentido de la vista exponiendo diariamente a millones de personas, principalmente en las ciudades, a estímulos agresivos que las invaden y contra los cuales no existe ningún filtro ni defensa.

**Contaminación electromagnética:** esta clase de contaminación es el aumento de las radiaciones electromagnéticas debido al crecimiento poblacional que demanda mayor producción de energía artificial. La naturaleza de este tipo de contaminación especial viene dada directamente por las radiaciones de un espectro electromagnético; los cuales van afectando desde los equipos electrónicos hasta los seres vivos que se encuentran dentro del hábitat constantemente contaminado.

**Contaminación lumínica:** esta clase de contaminación es producida cuando el brillo o la luz artificial hacen un reflejo incandescente en el cielo nocturno, generando una difusión de la luz artificial sobre los gases de la atmósfera y las partículas del aire; lo que significa que hay un exceso de iluminación en todas las longitudes de ondas del ambiente no deseado. Además de los efectos nocivos para la salud, el deslumbramiento puede generar accidentes en las vías que pueden ser fatales.



## 2.5 Contaminación visual

Se llama contaminación visual a la presencia de elementos visuales en un paisaje que interrumpen su estética, violentan su percepción de conjunto y entorpecen la percepción del entorno.

“La contaminación visual: se caracteriza por la obstrucción del paisaje tanto rural como urbano. Este tipo de contaminación ha sido poco considerada, pero se ha demostrado su impacto en la conducta humana. Las construcciones masivas que rompen el entorno armónico del paisaje, las líneas de conducción de electricidad, las torres de telecomunicaciones, la erosión o minado a cielo abierto de cerros y llanos, el talado extensivo de bosques, la presencia masiva de edificios y la abundancia de anuncios, son solo algunas de las actividades con fuerte impacto visual.”<sup>37</sup>

La contaminación visual se caracteriza por la afectación y perturbación de la visualización de un lugar o paisaje, mediante el abuso de ciertos elementos que alteran la estética del paisaje tanto rural como urbano.

“La contaminación visual se refiere al abuso de ciertos elementos “no arquitectónicos” que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como urbano, y que generan a menudo una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea. Dichos elementos pueden ser carteles, cables, chimeneas, postes y otros elementos, que no

---

<sup>37</sup> Escobar Cárdenas, Fredy Enrique. **Op. Cit.** Pág 278

provocan contaminación de por sí; pero mediante la manipulación indiscriminada del hombre (tamaño, orden, distribución) se convierten en agentes contaminantes.”<sup>38</sup>

Se produce la contaminación visual cuando el hombre instala demasiadas estructuras artificiales en un lugar determinado, al punto de dificultar la percepción correcta del paisaje natural.

### **2.5.1 Efectos de la contaminación visual**

Una feroz sociedad de consumo en cambio permanente que actúa sin conciencia social, ni ambiental es la que avala o permite la aparición y sobresaturación de estos contaminantes. Todos estos elementos descritos influyen negativamente sobre el hombre y el ambiente disminuyendo la calidad de vida, causando consecuencias como desorden, accidentes, daños al sistema nervioso, dificultad de transitar, falta de estética, desequilibrio mental o emocional, estrés, distracciones peligrosas al volante, entre otro.

“La contaminación visual puede presentarse de diferentes maneras y en distintos ámbitos. Entendiendo que el entorno urbano es también parte del ambiente (sin duda el ambiente humano del mundo contemporáneo por excelencia) y que las expresiones arquitectónicas, en múltiples ocasiones, son muestras palpables del arte universal puede hablarse de contaminación visual en el entorno urbano, está se da por: el exceso de anuncios espectaculares, la modificación de las fachadas y de las estructuras

---

<sup>38</sup> Solórzano Martínez, Edna Rossana. **Op. Cit.** Pág 30



arquitectónicas consideradas patrimonio artístico, y por la construcción de edificaciones que alteran el estilo urbano que caracteriza a una sociedad o a un barrio o colonia.”<sup>39</sup>

La contaminación visual puede presentarse en distintos entornos esto debido al abuso de elementos no arquitectónicos que alteran la estética del paisaje, como por ejemplo el exceso de anuncios publicitarios, la construcción de grandes edificios y el tendido eléctrico.

Los principales efectos de la contaminación visual en los seres humanos apuntan al incremento del estrés, lo cual deteriora significativamente sus condiciones de vida, trabajo o desarrollo. Por otro lado la contaminación visual impacta negativamente en el turismo y las actividades recreativas, ya que vuelve hostiles entornos que tendrían que ser amónicos o apacibles, teniendo ello a su vez consecuencias económicas y sociales. La imposición con respecto al ambiente es verdaderamente negativa y el absoluto culpable de ello es el ser humano.

La publicidad en la vía pública es considerada uno de los principales agentes de contaminación visual debido al abarrotamiento de las vías urbanas y extraurbanas con anuncios y vallas publicitarias de grandes dimensiones, luces, movimiento y colores brillantes. Publicidad que provoca accidentes de tránsito, peligro y lesión en la salud de los transeúntes debido a que son provocantes de distintas distracciones, haciendo que se imposibilite la percepción de señales de tránsito o percances en la vía.

---

<sup>39</sup> Simental Franco, Víctor Amaury. **Op. Cit.** Pág 66

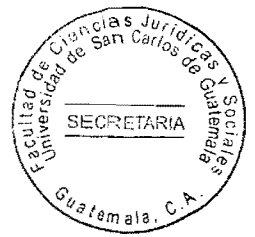


Son un riesgo de provocar accidentes las vallas publicitarias que se encuentran en mal estado por falta de mantenimiento o por no cumplir con las medidas de seguridad pertinentes, las cuales son propensas a caer y ocasionar accidentes.

A partir de las vallas publicitarias, la contaminación visual suele ser altamente evidente y es debido a la alta cantidad de ellas que se encuentran distribuidas en toda la ciudad. Al mismo tiempo se ha puntualizado este tipo de contaminación cuando se presentan muchas vallas no solo en una ciudad; sino también en una vía específica causando aún más distracciones tanto a peatones como a conductores a la misma vez.

De acuerdo con las consecuencias que deja la contaminación visual, los anuncios publicitarios de diversos tamaños que se distribuyen en cualquier vía van dejando aparte de la información que dan a conocer distracciones a los conductores, sobre todo si se trata de vallas rotativas o con demasiada iluminación que generan mucho más cambio y males en el alrededor. Ocasionando estos puntos de distracción tráfico, y con ello más accidentes y problemas en las vías.

La contaminación visual no solo afecta las calles y vías invadidas por los anuncios publicitarios, sino que también afecta la salud humana; en principio lo que más afecta suele ser el sistema nervioso debido al estrés visual que se refleja directamente en la retina ya que los datos percibidos son muy grandes.



## CAPÍTULO III

### 3. Anuncio publicitario

Un anuncio publicitario es un mensaje que busca difundir una cierta información con el objetivo de captar la atención de potenciales clientes, usuarios, compradores o espectadores. Este tipo de publicidad puede realizarse en diversos soportes y formatos.

Anuncio publicitario es todo mensaje que da a conocer, difunde o promociona un producto, servicio o evento determinado. Los anuncios publicitarios pueden ser de dos tipos fundamentalmente según su finalidad: anuncios comerciales y anuncios no comerciales. Los anuncios publicitarios se dan a conocer, por lo general en los medios de comunicación como la radio, prensa y televisión, en internet, banners, redes sociales y vallas publicitarias en la vía pública.

#### 3.1 Definición de publicidad

“La publicidad consiste en informar a una o varias personas sobre un producto o servicio por medio de un anuncio pagado, con la intención de conseguir un objetivo.”<sup>40</sup>

La publicidad es una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación como la televisión, el cine, la prensa, la radio, revistas, internet y vallas publicitarias, con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. La publicidad informa al consumidor potencial de

---

<sup>40</sup> B.F Erickson. **Introducción general a la publicidad**. Pág. 10



un bien o servicio, sobre los beneficios que presenta este y resaltara las diferencias que lo distinguen de otros.

La publicidad es un componente de las distintas actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar un mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios publicitarios que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medio impresos, el internet, entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados.

### **3.2 Definición de anuncio publicitario**

“El anuncio publicitario es un mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan conocer un producto, hecho, acontecimiento o algo similar, por eso, es que los anuncios publicitarios forman parte de las compañías, debido a que los anuncios están vinculados con un propósito convincente y están encauzados a la promoción de artículos, productos y servicios.”<sup>41</sup>

Un anuncio publicitario es una forma de comunicación que emplea un mensaje abierto, y no personal, para promocionar o vender un producto, servicio o idea. Está destinado a informar o influenciar a las personas que los reciben, puede enmarcarse en diferentes soportes y responder a distintas estrategias, pero la meta siempre está en conseguir una respuesta del público. El anuncio publicitario es un soporte visual, auditivo o

---

<sup>41</sup> <https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/> (Consultado 10 de abril de 2019)



audiovisual de corta duración que transmite un mensaje, generalmente centrado en una idea o un hecho concreto, con fines publicitarios.

La eficacia del mensaje que se da a conocer a través del anuncio publicitario, se determina de acuerdo con los siguientes parámetros:

Parámetro de atracción: consiste en llamar la atención del consumidor; parámetro de inteligibilidad: un anuncio debe entenderse para triunfar; parámetro de credibilidad: un anuncio sólo debe afirmar lo que es totalmente legítimo; parámetro de persuasión: la publicidad tiene que convencer primero para poder cambiar después el comportamiento del consumidor; parámetro de retentiva: el anuncio debe quedar retenido en la memoria del consumidor.

Un anuncio es un mensaje que se realiza con la intención de dar a conocer un producto, servicio, suceso, o propósito a un público determinado. Comúnmente los anuncios se pueden observar con frecuencia en los medios de comunicación masivos como la radio, prensa y televisión, o en internet, banners, redes sociales y vallas publicitarias colocadas en la vía pública.

### **3.3 Objetivo del anuncio publicitario**

Un anuncio publicitario tiene como objetivo el persuadir al público para que adquiera determinado bien o servicio, mediante los mensajes que se transmiten a través de ellos.



Es por ello que los mensajes que se dan a conocer a través de los anuncios publicitarios deben ser claros, precisos y concisos.

Los anuncios publicitarios pueden ser muy diversos en su naturaleza, pero siempre tienen el mismo objetivo: visibilizar un producto, servicio o temática, para aproximarlos así a su público de consumo o de interés ideal. Los anuncios tienen como finalidad aumentar el caudal de ventas y lo hacen publicando los beneficios de un producto o servicio.

En términos más específicos existen tres objetivos o finalidades que debe cumplir un anuncio publicitario, los cuales son: informar, persuadir y recordar.

**Informar:** Es un objetivo que busca informar al consumidor de aquello que crean relevante, como los beneficios de un producto, una acción promocional, un nuevo producto, un valor diferencial, etc. con el fin de crear una demanda del producto.

**Persuadir:** Este objetivo busca convencer al público de comprar un producto, adquirir un servicio, mandar un mensaje, o realizar cualquier acción que la empresa pretenda que el consumidor haga. Con la finalidad de crear una demanda selectiva por una marca específica.

**Recordar:** Este objetivo busca preparar al consumidor para el momento de la compra con publicidades que se transmitan de forma continua, con la intención primordial de recordar a los consumidores que compran.



En síntesis el objetivo de un anuncio publicitario es dar a conocer y promocionar un producto, servicio, institución o tema.

### **3.4 Los medio de difusión publicitaria**

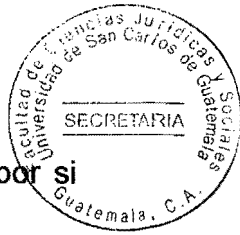
“Estos son los mensajeros de la publicidad, los dispositivos físicos mediante los cuales se les da un público a un mensaje publicitario. Cualquier cosa que pueda llevar el mensaje a una persona que tenga un producto o servicio que vender a un cliente potencial de ese producto o servicio es un medio publicitario.”<sup>42</sup>

Los medios de difusión publicitaria o llamados simplemente medios publicitarios son los medios o canales a través de los cuales se envían los mensajes o anuncios publicitarios, es decir a través de los cuales se publicitan los productos o servicios de una empresa.

“Los medio por los que las ideas de una persona se transmiten a las mentes de millones de personas casi simultáneamente son, en el siglo xx, los canales físicos de comunicación llamados de masas. En publicidad, tenemos un término especial para estos canales. Hablando de ellos en forma colectiva, los llamamos Medios Publicitarios. Hablando de ellos individualmente, llamamos a cada uno de ellos Medio Publicitario. Los periódicos, las revistas, la radio, la televisión, los carteles y las vallas y la publicidad

---

<sup>42</sup> Crawford W. John. **Publicidad**. Pág. 270



directa, considerados en conjunto son Medios Publicitarios, y cada uno de ellos por si solo es un medio publicitario.”<sup>43</sup>

Los medios publicitarios se conocen como comunicación de masas debido a que un mensaje publicitario enviado por un emisor se transmite a un receptor masivo, un grupo numeroso de personas. En publicidad el conjunto de ellos se conoce como medios publicitarios, e individualmente se le conocen como medio publicitario.

“El medio publicitario es el vehículo que se elige para transmitir el mensaje publicitario. Existen dos clases de medios: los medios de comunicación de masas y los medios marginales. Tal como lo dice su nombre, los medios de comunicación de masas, o mass media, son los que tienen la capacidad de llegar a un público amplísimo no sólo en el espacio nacional, sino también en el internacional. Ellos son: la prensa, la radio, la televisión y el video, el cine, los carteles y las vallas.”<sup>44</sup>

El medio publicitario es el canal a través del cual se transmite un anuncio publicitario. Los medios de comunicación de masas tienen la capacidad de hacer llegar un mensaje publicitario a cientos de personas.

Los medios marginales: lo medios publicitarios conocidos como marginales se caracterizan por dar a conocer un anuncio publicitario, a un receptor más reducido, que los medios de comunicación de masas.

---

<sup>43</sup> **Ibíd.**

<sup>44</sup> B.F Erickson. **Op. Cit.** Pág. 69



Los principales medios publicitarios marginales son: la publicidad directa, el envase, la publicidad en el lugar de venta, los globos aerostáticos, los parquímetros, los carritos en los supermercados.

Aunque los medios marginales se caracterizan por llegar a un público reducido, en algunas ocasiones pueden llegar a un público considerado. El globo de aire caliente era considerado el medio marginal más llamativo.

Los medios publicitarios son los canales a través de los cuales se busca promover la venta de un artículo o servicio, con el objetivo del anunciante de persuadir al receptor. Los seis principales medios publicitarios son: la prensa, la radio, la televisión, la revista, la publicidad en exteriores como vallas, banners y carteles, y el internet.

Periódicos: es un medio con gran nivel de credibilidad y gran flexibilidad geográfica. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa. La mayor fuente de ingresos en los periódicos por concepto de publicidad es gracias a los vendedores de las localidades y los anuncios clasificados.

Desde su origen la prensa diaria presta espacio a los anunciantes, ofreciendo la posibilidad de contacto con lectores acostumbrados a la combinación de información con anuncios. El periódico ocupa el segundo puesto del ranking publicitario por volumen de negocio. La forma de aprovechar los periódicos para la publicidad es sencilla, cada periódico tiene un área de ventas donde los publicistas pueden solicitar

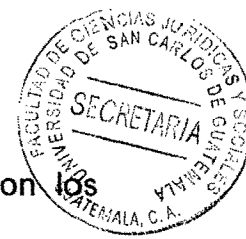


precios, por ello aparecerían textos o imágenes publicitarias en una página completa o en parte de ella, el publicista elige el lugar donde la publicidad se colocara.

Revistas: uno de los principales medios disponibles para la difusión de un mensaje publicitario es la revista. Más de una gran historia de éxito se ha basado en el uso de las revistas como medio de publicidad primario o único medio publicitario utilizado. Las revistas son la evolución de los periódicos, generalmente suelen emitirse cada mes y suelen tratar algún tema en específico como ciencia, tecnología, de entretenimiento, de espectáculos, entre otros, y cada una de ellas se enfoca en esos temas para la mercadotecnia.

La revista es importante porque permite realizar una excelente segmentación de mercados enfocada en la temática de la misma y la edad promedio de sus lectores, así como otros datos específicos. Las revistas son el medio gráfico de mayor calidad desde un punto de vista técnico, aparecen en kioscos y tiendas con una periodicidad mayor que los diarios y alcanzan por lo general como ya se había mencionado un nivel más alto de especialización temática. Ocupan el tercer lugar del ranking publicitario por volumen de negocio.

La radio: representa un medio único en su forma de transmitir los contenidos, que se benefician de una inmediatez informativa basada en la simultaneidad hecho-noticia. Las ondas hertzianas proponen a los anunciantes una manera diferente de llegar al público objetivo. La radio tiene varias fortalezas como medio de publicidad es selectiva de audiencia, muchos oyentes fuera de sus hogares, bajos costos unitarios y de



producción, oportunidad y flexibilidad geográfica. Los anunciantes locales son los usuarios más comunes de la publicidad a través de la radio, por lo que contribuyen con más de tres cuartas partes de todos los ingresos de este medio.

La publicidad siempre ha formado parte de la historia de la radio, esta ha creado para ella formas propias y de gran autenticidad, como el jingle, ejemplo de máxima convivencia entre el contenido del medio y la presencia del anunciante. Ocupa el cuarto lugar en el ranking publicitario por volumen de negocio.

La televisión: la televisión es el medio publicitario en el que actualmente se gasta la mayor cantidad de recursos en publicidad, esto debido al gran alcance y eficacia en el logro de metas del enfoque publicitario de las campañas que se realizan. Es el medio de más alto costo, por lo que no cualquier marca puede publicitarse en televisión, el precio varía dependiendo el programa, canal y horario, su costo es por segundo. Se utiliza para anunciar productos o servicios de amplio consumo, llega a un alto número de personas y es un medio de gran impacto.

Es el medio en donde más se invierte en publicidad y el que más crece, ocupa el primer lugar en el ranking publicitario por volumen de negocio, es por ello que es conocido como el líder de los medios publicitarios. Es quizá el medio más estimulante debido a su evolución.

El internet: es el último medio de comunicación que se suma a la cultura de masas, actuando como fuente de información y vía de entretenimiento, compra, formación,





creación de negocios, movilización social, etc. Es el nuevo medio de publicidad que está teniendo una gran relevancia, ocupa el séptimo lugar del ranking publicitario por volumen de negocios. Representa una publicidad de bajo costo, que llega de forma personalizada al lector y en cualquier parte del mundo. Es una gran oportunidad para pequeñas empresas. Sin embargo, a pesar de las ventajas, el consumidor suele ignorar dichos mensajes debido a la saturación de ellos.

Publicidad exterior: la publicidad exterior es el medio de publicidad más antiguo que se conoce. Se trata de un elemento urbano que cumple una función primordial de difusión, aparejada a otra, la decorativa, ya que pasa a ser un componente más del paisaje. Su mensaje debe responder al instante que las personas les dedican, llegan a todo ciudadano, que se concentran en lugares públicos. El mensaje es sencillo, de mucha imagen y poco texto. La publicidad exterior consiste en colocar mensajes que pueden leerse o mirarse sin necesidad de ningún canal o aparato mediador, ocupa el quinto lugar en el ranking publicitario por volumen de negocios.

La publicidad exterior incluye: posters, carteles, letreros, signos y vallas que se exponen en carreteras, calles, paradas de autobuses o trenes, en los mismos autobuses o taxis, y en las cabinas telefónicas.

### **3.5 Vallas publicitarias**

“La valla publicitaria es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes breves con la finalidad de captar la atención de los usuarios. Se



colocan en diversos emplazamientos: en instalaciones deportivas, en centros educativos, en medio de transporte y en la vía pública.”<sup>45</sup>

Las vallas publicitarias forman parte de la publicidad exterior, son anuncios de gran magnitud que se encuentran a la intemperie, generalmente se instalan a una altura considerable en lugares estratégicos para que el público los pueda ver desde larga distancia hasta su aproximación a él. Están diseñadas para capturar principalmente la atención de los automovilistas, motociclistas y transeúntes y todo aquel que deambule a su alrededor.

Este tipo de anuncios representa uno de los principales medios de publicidad masiva y es uno de los soportes más tradicionales y de los más utilizados desde el inicio de la actividad publicitaria a nivel mundial. Su efectividad es innegable si se trabaja con una buena estrategia y con elementos que realmente cumplan la función de transmitir un mensaje directo, corto y preciso que pueda ser entendido en cuestión de segundos por el público.

Hay distintos tipos de vallas publicitarias, algunas de ellas son: valla de ocho paños, valla iluminada, valla mono poste, valla bi-poste, valla de tres caras, valla baja, valla digital, valla inflable y valla móvil.

Las vallas publicitarias pueden desarrollarse de distinta manera, pero deben cumplir con ciertas características básicas para su creación, siendo estas:

---

<sup>45</sup> <https://grupographic.com/que-es-valla-una-publicitaria/> (Consultado 15 de abril de 2019)



Deben ser simples: su contenido debe ser simple, conciso y convincente; Colores y fuentes de fácil lectura: utilizar colores vivos y un tipo de letra que pueda ser visualizado y entendido fácilmente a grandes distancias; No escatimar en el trabajo fotográfico, de impresión y montura del trabajo: utilizar imágenes en alta resolución, un material adecuado y resistente; Creatividad y originalidad: lo más creativo de las vallas es la forma en que se presenta el mensaje.

### **3.6 Problemas derivados del exceso de vallas publicitarias**

La proliferación de vallas publicitarias genera en gran medida contaminación visual, no solo afecta la apariencia de las zonas en donde se encuentran instaladas y el ornato de las mismas alterando el ambiente urbano. Sino que el excesivo número de vallas o anuncios espectaculares o luminosos, a los que cada día se exponen las personas son causante de estrés, debido a que el cerebro humano tiene una capacidad limitada de retención y asimilación de datos. Frustración, desorganización, falta de conciencia y estrés como ya se ha indicado son algunos de los problemas que causa el exceso de publicidad.

A diario las personas que habitan la ciudad capital están expuestas a saturación constante de publicidad, siendo los más afectados quienes transitan cotidianamente las vías principales, estas personas pueden presentar cansancio mental y alteración en el sistema nervioso central, ya que al recibir un exceso de estímulos el cerebro deja de registrar y procesar a un ritmo normal la información.



Al respecto en la seguridad vial, el exceso de vallas publicitarias al que se ven sometidos los automovilistas, puede llegar a transformarse en causantes de accidentes de tránsito. Dado que pueden llegar a generar distracción e incluso a imposibilitar la percepción de las señales indicadoras de tránsito. Los distractores fuera del vehículo, son el causante de casi un tercio de los percances viales. Estos distractores externos pueden ser otros conductores, peatones, accidentes en carretera, vallas publicitarias, animales en el camino, y otros objetos que entran en el espacio de la visión del conductor, ocasionando que éste se distraiga.

Conducir un vehículo es una actividad compleja que requiere toda la concentración del conductor, pero dicha concentración se altera con alguna actividad secundaria que éste realice mientras conduce, provocando que pierda la atención. La excesiva carga de vallas publicitarias provoca que el conductor pierda de vista la vía por la que circula, aunque sea por breves segundos, ocasionando en ciertas ocasiones accidentes viales.

El hecho de que las vallas publicitarias no respeten las dimensiones y los espacios establecidos entre cada una de ellas, provoca que los conductores no puedan visualizar las señales de tránsito, impidiéndoles de la misma forma ver que otro vehículo o un peatón se aproxima, provocando en varias ocasiones accidentes.

El mal estado en que se encuentran muchas vallas de publicidad, pone en riesgo la seguridad de las personas tanto para los peatones como para conductores de vehículos, ya que por la falta de manteniendo a las mismas estas están propensas a caer, y provocar accidentes que pueden resultar graves. En muchas ocasiones los



fuerres vientos provocan que las vallas se desplomen por el mal estado en que las mismas se encuentran, o bien por las pocas medidas de seguridad que se emplean al ser instaladas. Todos estos problemas descritos influyen negativamente sobre las personas y el medio ambiente, disminuyendo la calidad de vida.



## CAPÍTULO IV

### **4. Violación a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, por parte de propietarios de vallas de publicidad**

Con el aumento de la publicidad a través de los carteles publicitarios en Guatemala, la regulación de colocación de rótulos y vallas publicitarias se ha ido desarrollando, la Ley de Rótulos y Anuncios en Carreteras Publicas Urbanas Decreto número 11-74 del Congreso de la República de Guatemala, fue derogado por el Decreto 43-95 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Extraurbanas y Similares, y sus reformas Decreto 144-96 del Congreso de la República de Guatemala.

Posteriormente debido al crecimiento de las numerosas formas de publicidad exterior y a la poca eficacia de la legislación vigente, se emitió el Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, legislación vigente actualmente.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, se creó con el objeto de procurar un mejor ornato en las vías para evitar toda clase de peligros, y facilitar la libre circulación de vehículos y peatones, con el fin de disminuir al mínimo la contaminación ambiental y visual. Sin embargo actualmente los propietarios de vallas publicitarias transgreden lo preceptuado en la ley de anuncios al no cumplir con los

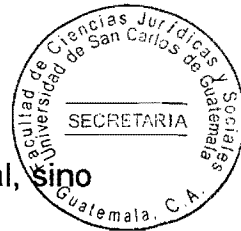


requisitos y disposiciones de la misma, lo que origina una fuerte contaminación ambiental y visual derivada de la excesiva carga de vallas publicitarias.

El exceso de vallas publicitarias afecta la circulación de vehículos ya que obstruyen la visibilidad de las señales de tránsito y la visión de los conductores, ocasionando algunas veces percances automovilísticos. Las vallas publicitarias en ocasiones representan un riesgo para las personas, ya que hay rótulos que por el tiempo que llevan instalados y por la falta de mantenimiento y reparación por parte de sus propietarios han sufrido daños en su estructura, por lo cual están propensas a caer y lesionar a las personas o provocar accidentes, contribuyendo de igual manera a la contaminación ambiental.

En la ciudad de Guatemala hay estructuras con anuncios publicitarios tipo vallas o unipolares, que en su mayoría se encuentran instaladas sin contar con la respectiva autorización municipal, y en algunos casos tampoco cuentan con el respaldo de un profesional que garantice la estabilidad de la estructura. Como resultado, la seguridad de los propietarios de inmuebles y personas que circulan por las diferentes vías del municipio se encuentran en riesgo, especialmente cuando el viento arrecia.

En la ciudad capital hay más de 3,800 vallas publicitarias instaladas, de las cuales solo el 20% cuenta con la autorización municipal correspondiente y cumple con los requisitos de ley. Por medio del permiso municipal se verifica el uso del suelo, la estructura y la maquinaria que se va a utilizar para la instalación de las vallas. El 80%



de vallas instaladas ilegalmente no solo no cuentan con la autorización municipal, sino que no cumplen con los requisitos ni con las prohibiciones establecidos en la ley.

Los propietarios de vallas de publicidad violan la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, al instalar vallas publicitarias sin el permiso de las autoridades ediles, y no cumpliendo con los requisitos y prohibiciones establecidos en la ley, esto al no respetar los límites establecidos para la colocación de vallas y el límite entre vallas, así como la disposición de no obstruir la visibilidad de señales de tránsito, encontrándonos en la ciudad y en carreteras que hay una proliferación de rótulos y vallas que en muchas ocasiones no permiten ver las señales de tránsito produciendo con ello percances automovilísticos, accidentes, contaminación ambiental y visual.

De igual manera hay rótulos que llevan años instalados y no cumplen con lo establecido en el Artículo 11 de dicha ley, que estipula que todo rotulo o anuncio que haya sufrido deterioro o que produzca ruido, vibración, contaminación ambiental o constituya peligro de cualquier forma para el tránsito y las personas debe ser reparado o retirado inmediatamente por el propietario o por la autoridad respectiva, norma que no se cumple, ya que muchas veces las condiciones climáticas provocan el desplome de estas estructuras que se encuentran en mal estado por falta de mantenimiento de sus propietarios.

Las personas que se dedican a la instalación de vallas publicitarias aprovechan las madrugadas para instalarlas en terrenos privados, ya que el Decreto 34-2003 del





Congreso de la República de Guatemala, no contempla que hacer cuando la publicidad se encuentra instalada en propiedad privada.

#### **4.1 Requisitos legales establecidos para la colocación de anuncios publicitarios**

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares en su Artículo 10 y Artículo 11, establece los requisitos de los anuncios publicitarios que se deben cumplir al momento de su instalación en vías urbanas y vías extraurbanas.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en su Artículo 10 establece:

Artículo 10. Requisitos en vías extraurbanas. “En las vías extraurbanas la colocación, forma y detalle de anuncios deben sujetarse a lo siguiente: a) Deberán quedar fuera de los límites del derecho de vía, pudiendo solamente coincidir uno de sus extremos o todo el rótulo o anuncio, paralelamente a la línea del mencionado derecho; b) Deberán colocarse en lugares que no impidan vistas o motivos de legítimo interés turístico; c) Deberán ser colocados por lo menos a ciento cincuenta (150) metros uno del otro, en forma tal que no obstruyan la visibilidad de las señales de tránsito, puentes, intersección de vías o cruces férreas.”

Al momento de la instalación de anuncios publicitarios en vías extraurbanas, estos deberán quedar fuera del derecho de vía, deberán guardar la distancia establecida de



por lo menos ciento cincuenta metros entre cada uno, y no podrán obstruir las visibilidad de señales tránsito.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales d) y e) del Artículo 10: “d) Todo rótulo o anuncio debe presentarse en forma artística, de tal manera que sirva de ornamento. Cuando hayan sufrido deterioro, o produzcan ruido, o vibraciones, o contaminación ambiental, o constituyan peligro en cualquier forma para el tránsito o las personas, previa comprobación, deberán repararse o retirarse en forma inmediata por el propietario o por la autoridad respectiva; e) Todo rótulo o anuncio lucrativo debe tener la identificación legible de la agencia de publicidad, fabricante e instalador del mismo.”

Todo rotulo debe tener la identificación de la empresa que lo instalo expresada de manera que pueda comprenderse fácilmente, asimismo todo anuncio que se encuentre en mal estado y constituya un peligro para el tránsito o las personas debe retirarse inmediatamente.

Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales f) y g) del Artículo 10: “f) En área adyacente a las carreteras del sistema nacional no se permitirá ningún anuncio que contenga, incluya o sea iluminado por cualquier luz o luces intermitentes o móviles; g) En área adyacente a las carreteras del sistema nacional tampoco se permitirán luces que sean utilizadas en cualquier forma, relacionadas con anuncios cuyos rayos de iluminación sean dirigidos directamente a



cualquier parte de la vía principal, que causen deslumbramiento de la visión de los conductores de vehículos o que interfieran con la operación de toda clase de vehículos”

No está permitida la instalación de anuncios que sean iluminados por cualquier luz o luces intermitentes, en el área adyacente a las carreteras del sistema nacional, ni la utilización de luces que tengan relación con anuncios cuya iluminación sea dirigida directamente a cualquier parte de la vía principal y causen deslumbramiento a los conductores.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, en su Artículo 11 establece:

Artículo 11. Requisitos en vías urbanas. “Los anuncios colocados en vías públicas urbanas quedan sujetos a lo siguiente: a) Deberán colocarse de tal manera que no obstruyan la línea de visión, especialmente por su ubicación en la intersección o unión de vías, o la visibilidad de señales de tránsito, tales como semáforos, indicadores de vías, señales o avisos de peligro.”

En vías urbanas al momento de instalar anuncios, estos deberán ubicarse de manera que no perjudiquen la visibilidad de intersecciones de vías, señales de tránsito y señales de peligro.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales b) y c) del Artículo 11: “b) Su presentación no debe desvirtuar los aspectos



arquitectónicos de las fachadas o edificios cercanos, ni proyectarse en la perspectiva de una calle, plaza, edificio o monumento, ni debe alterar el valor arquitectónico, así como tampoco deben colocarse en lugares en donde alteren o desfiguren los paisajes, debiendo estar en todo caso en armonía con el medio que los rodea; c) Su figura, diseño o grafismo en general, debe guardar el respeto a la dignidad humana y a los buenos usos de lealtad en el comercio.”

El contenido de los anuncios debe guardar el respeto a la dignidad humana y cumplir con la lealtad que debe observarse en el comercio, asimismo su presentación no debe alterar las características ni el valor arquitectónico de las fachadas o edificios cercanos, ni alterar la figura de los paisajes.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales d) y e) del Artículo 11: “d) Deberán ser estéticos, tanto en su forma y contenido, como en relación con el paisaje circundante; e) Los anuncios fijos a las paredes no deberán interferir con las placas de nomenclatura de las calles o numeración de casas.”

Los anuncios que se instalen en vías urbanas deben ser artísticos en relación a su entorno, igualmente los anuncios que sean asegurados a las paredes no podrán obstaculizar la nomenclatura de las calle o numeración de las casas.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales f) y g) del Artículo 11: “f) Su altura mínima a partir de las aceras o bordillos voladizos no puede ser meriores de dos metros setenta centímetros (2.70 cm), siempre



que no exceda a la línea vertical de las aceras. Los que estén fuera de la línea de las aceras o bordillos deberán tener una altura mínima de cuatro metros cincuenta centímetros (4.50 cm); g) Los anuncios en vitrinas o escaparates no quedan afectos a la presente Ley ni a reglamento alguno.”

Los anuncios instalados en vías urbanas deberán cumplir con la altura mínima establecida en la ley, siendo dos metros setenta centímetros a partir de las aceras, y de cuatro metros cincuenta centímetros los que se coloquen fuera de la línea de las aceras. No son afectos a la ley los anuncios en vitrinas o exhibidores.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en la literal h) del Artículo 11: “h) Todo rótulo o anuncio que haya sufrido deterioro o que produzca ruido o vibraciones o contaminación ambiental o constituya peligro de cualquier forma para el tránsito y las personas debe ser reparado o retirado inmediatamente por el propietario o por la autoridad respectiva.”

Debe ser reparado o retirado inmediatamente todo rotulo que se encuentre en mal estado y represente un peligro de cualquier forma para el tránsito y las personas.

#### **4.2 Infracciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares**

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares en su Artículo 17 establece las siguientes prohibiciones:



Artículo 17. Prohibiciones. “Se prohíbe la colocación de anuncios de todo tipo que se refieran a productos, artículos o servicios que evidentemente puedan afectar la salud física o mental de los habitantes de la República, de conformidad con las normas establecidas o dictadas por las autoridades sanitarias del país, y: a) La colocación y pintura de todo tipo de anuncios comerciales en árboles, rocas u otros elementos naturales; quienes así lo efectúen serán sancionados con una multa no menor de diez quetzales por cada anuncio, más el costo de retirar los mismos.”

En la instalación de anuncios en vías urbanas y extraurbanas se prohíbe la colocación de todo tipo de anuncios que pueda perturbar la salud física o mental de las personas. Asimismo se sancionara a la persona que coloque anuncios publicitarios en cualquier elemento de la naturaleza.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales b) y c) del Artículo 17: “b) La colocación de anuncios que impidan vistas o motivos de legítimo interés turístico o que obstruyan la visibilidad de las señales de tránsito, puentes, intersección de vías o cruce de vías férreas; c) La colocación de anuncios cuya expresión escrita o dibujada en ellos, dañe, injurie o denigre otros derechos o intereses, directa o indirectamente, así como cualquier lesión a los principios de lealtad en el comercio de acuerdo a la ley y a los tratados o convenios internacionales ratificados por Guatemala.”

Es prohibido la instalación de anuncios que obstruyan la visibilidad de un genuino interés turístico o bien que obstruyan la visibilidad de señales de tránsito. De igual



manera está prohibida la colocación de anuncios cuyo contenido denigre algún derecho e interés, o bien que no cumpla con la lealtad que debe observarse dentro del comercio.

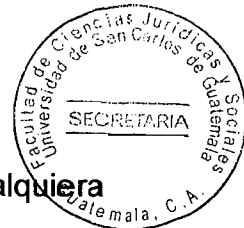
La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en la literal d) del Artículo 17: “d) La colocación de anuncios que atenten o parezcan atentar a dirigir el movimiento del tránsito o que interfieran con éste, imiten cualquier señal oficial de tránsito, semáforo o dispositivo y cuando constituyan un peligro para el público.”

Está prohibida la instalación de anuncios cuyo contenido perjudique o atente con dirigir el movimiento del tránsito, o bien imiten cualquier señal oficial de tránsito.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en la literal e) del Artículo 17: “e) La colocación de anuncios por medio de láminas de metal, de plástico o de cualquier otro material, que vayan atornilladas o adheridas en cualquier otra forma en la parte exterior de la carrocería de los autobuses, cuando éstos impliquen peligro para los peatones, permitiéndose libremente los pintados en el interior y exterior de los autobuses, con cualquier modalidad.”

Cuando representen peligro para los peatones se prohíbe la colocación de anuncios de cualquier material, que vayan adheridos en cualquier forma en la parte exterior de los autobuses.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales f) y g) del Artículo 17: “f) Por razón de interés público y seguridad de las



personas, colocar los anuncios en las aceras, siempre que impliquen peligro, cualquiera que sea la forma que adopten, salvo las señales de tránsito o rótulos con aviso o acompañados con información de utilidad pública; g) La colocación de anuncios a distancias menores de ciento cincuenta (150) metros en carreteras principales, entre uno y otro.”

Los anuncios deben ser instalados a una distancia de no menos de ciento cincuenta metros entre cada uno en carreteras principales. Cuando constituyan un peligro para la seguridad de las personas es prohibido colocar anuncios en aceras.

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares establece en las literales h) e i) del Artículo 17: “h) En carreteras y caminos o similares no principales, a menos de doscientos metros (200), entre uno y otro; i) En áreas urbanas a menos de cincuenta (50) metros, entre uno y otro.”

Los anuncios en carreteras no principales deben ser colocados a una distancia de no menos de doscientos metros entre cada uno, y si se tratara de áreas urbanas deberán ser instalados a una distancia de no menos de cincuenta metros entre cada uno.

#### **4.3 Sanciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares**

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares en su Artículo 21 y Artículo 22 establece las siguientes sanciones:





Artículo 21. Multas. “La infracción a cualquiera de las normas de esta ley y su Reglamento, será sancionada con multa que impondrán los jueces de asuntos municipales o tribunal competente, que en ningún caso serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, computadas en forma anual, según el anuncio que se trate.”

La ley de anuncios establece las sanciones a imponer por el incumplimiento de la ley, como lo son las multas que impondrán los jueces de asuntos municipales o tribunal competente por la infracción a cualquier norma de la ley.

Artículo 22. Incumplimiento de pago. “La falta de pago de los impuestos y multas establecidas de conformidad con esta Ley, dará lugar a la ejecución del procedimiento económico-coactivo.”

La ley de anuncios insta que por la falta de pago de los impuestos y multas establecidas de conformidad con dicha ley, se procederá a la ejecución del procedimiento económico-coactivo.

#### **4.4 Municipalidad entidad encargada de la aplicación de la ley**

Municipio según el Artículo 2 del Decreto 12-2002 del Congreso de la República de Guatemala, “Es la unidad básica de la organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos. Se caracteriza primordialmente por sus relaciones permanentes de vecindad, multietnicidad,



pluriculturalidad, y multilingüismo, organizado para realizar el bien común de todos los habitantes del distrito.”

Municipio es una de las entidades administrativas en que se organiza un Estado, es el espacio de participación inmediata de la ciudadanía acerca de todo asunto público, se organiza para la realización del bien común de todos sus vecinos.

En Guatemala, los municipios son entidades autónomas, así lo establece el Artículo 253 de la Constitución Política de la República de Guatemala, el cual estipula: Autonomía municipal: “los municipios de la República de Guatemala, son instituciones autónomas. Entre otras funciones les corresponde: a) Elegir a sus propias autoridades; b) Obtener y disponer de sus recursos; y c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y el cumplimiento de sus fines propios. Para los efectos correspondientes emitirán las ordenanzas y reglamentos respectivos.”

En ejercicio de su autonomía el municipio, elige a sus autoridades, obtienen y dispone de sus recursos patrimoniales, atiende los servicios públicos locales, le corresponde el ordenamiento territorial de su jurisdicción, su fortalecimiento económico, la emisión de sus normas y reglamentos.

A las corporaciones municipales se les ha delegado la facultad de aplicar cuerpos normativos que les sirvan de base para la regulación de los servicios que prestan y de la administración que ejercen.



La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares en su Artículo 2 establece: “La aplicación de esta ley y su Reglamento corresponde a las municipalidades de la república en sus respectivas jurisdicciones, sin alterar su espíritu, ni el de la legislación vigente y tratados internacionales de los que Guatemala sea parte, especialmente las normas relativas al entorno humano. Se exceptúa la aplicación de la presente ley por parte de las municipalidades a las carreteras nacionales y departamentales que estén dentro de sus límites, las cuales serán reguladas por la sección de señalización y marcas de la Dirección General de Caminos.”

Las municipalidades de la república son los órganos competentes para la aplicación de la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, dentro de sus respectivas jurisdicciones.

Las municipalidades de la república de Guatemala, en el ejercicio de la aplicación de la ley de colocación de anuncios y vallas publicitarias les corresponden: otorgar la autorización pertinente para la instalación de los anuncios y vallas publicitarias dentro de su jurisdicción; percibir los impuestos establecidos en la ley para los anuncios y vallas, los cuales constituirán fondos privativos de las municipalidades respectivas, que se destinaran para el cumplimiento de lo preceptuado en la ley, y el mantenimiento de parques, ornato y limpieza de su respectiva jurisdicción.

Asimismo a las municipalidades les corresponde el cobro de las multas correspondientes derivadas de las infracciones cometidas en contra de las normas establecidas en la ley, multas que impondrán los jueces de asuntos municipales o



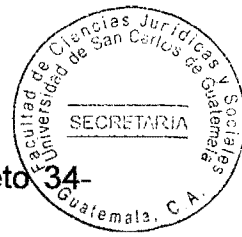
tribunal competente; llevar el control y registro de los instaladores de toda clase de anuncios y registro de los mismos anuncios.

Con la correcta aplicación del Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, las municipalidades previenen la contaminación visual de su circunscripción, resguardan la salud de sus vecinos y obtienen fondos privativos que emplean en el mantenimiento de parques, ornato y limpieza de su respectiva jurisdicción.

#### **4.5 La importancia de modificar las sanciones establecidas en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares**

En la actualidad los propietarios de vallas de publicidad violan la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, al no cumplir con los requisitos y disposiciones de la misma. Aprovechándose de que las sanciones establecidas en la misma ley son muy ambiguas, mínimas y no específicas, y del escaso control que se tiene en la municipalidad sobre las vallas publicitarias ya que la mayoría de ellas son ilegales.

La violación a la ley, provoca contaminación ambiental y visual derivado de la instalación ilegal de anuncios publicitarios, riesgo de accidentes automovilísticos, y representa un riesgo para las personas de sufrir accidentes por el mal estado de las vallas publicitarias.



Uno de los principales problemas que da lugar a la fácil vulneración del Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, es la falta de Reglamento del mismo, puesto que el Decreto es del año 2003 y en su Artículo 26 ordena al Organismo Ejecutivo la emisión de dicho Reglamento dentro de los sesenta días a partir del día de su vigencia, el cual nunca fue emitido. La falta de Reglamento no permite a las municipalidades una correcta aplicación de la ley.

En la actualidad la sanción establecida en el Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, no se adecua a la realidad, siendo que es ambigua, es mínima y no es específica en relación sobre qué casos será impuesta, ya que la comercialización a través de anuncios y vallas publicitarias día a día está en incremento. La sanción a aplicar no es lo suficientemente drástica como para hacer que los propietarios de vallas publicitarias se preocupen por cumplir la ley, sino que es tan mínima y permisiva que provoca un desorden en la colocación de anuncios y vallas de publicidad, lo que provoca contaminación ambiental y visual.

La multa establecida en la mayoría de veces no compensa los daños y perjuicios provocados. Por lo que es relevante y necesario que el Congreso de la República de Guatemala regule o incorpore a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más específicas y rigurosas para evitar que los propietarios de vallas publicitarias no cumplan con lo establecido en dicha norma. Así mismo que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento que ordena la propia ley, para obtener una correcta aplicación de ella.



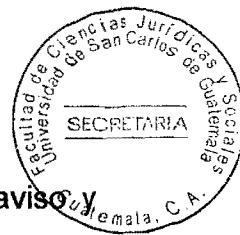
Derivado de la problemática originada por la escasa eficiencia de la ley, se concluye que es importante y necesario que se modifique el Artículo 21 de la ley, que únicamente establece: multas que en ningún caso serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, computados en forma anual, según el anuncio que se trate.

La reforma concerniente a la sanción, debería versar en que la multa que se impondrá como sanción por las infracciones a las normas contenidas en la ley, sea de tres a cinco salarios mínimos vigente para actividades no agrícolas, y en el caso concreto de instalar vallas sin la autorización municipal correspondiente, la multa sea de cinco a siete salarios mínimos vigente para actividades no agrícolas y ordenar el retiro inmediato de la misma. Ya que la comercialización a través de anuncios y vallas publicitarias es un negocio que día a día está acrecentándose.

Estas sanciones concretas harían que los propietarios de vallas publicitarias no puedan fácilmente transgredir la ley. Esta reforma beneficiaría a las municipalidades contribuyendo a un mejor ornato y reduciría la contaminación ambiental y visual.

Sin perjuicio de las multas impuestas y percibidas por las municipalidades derivadas de las transgresiones a la ley, los propietarios de vallas de publicidad deberán responder por los daños y perjuicios ocasionados.

Con el objetivo de obtener una mejor eficiencia del Decreto 34-2003 del Congreso de la República de Guatemala, y tener un mejor control, es trascendente reformar el Artículo 6 del mismo, en donde además que sea obligación registrar las empresas anunciantes



en las municipalidades, también sea obligatorio el registro de cada valla y, el aviso y registro de particulares que presten inmuebles para la instalación de vallas publicitarias, bajo pena de ser sancionados con multas de quinientos quetzales (Q 500.00) a un mil quetzales (Q 1,000.00), y la restricción de poder adquirir boleto de ornato, hasta cumplir con su obligación.

Para contribuir a la reducción de contaminación ambiental y evitar incidentes, las municipalidades, como establece la ley, deberán cumplir con retirar inmediatamente todo rotulo que haya sufrido deterioro y que constituya peligro de cualquier forma para el tránsito y las personas, cuando las empresas anunciantes no se ocupen de ellos.

Con el fin de alcanzar una mejor eficacia en la aplicación de la ley, es importante establecer un procedimiento administrativo más práctico para las municipalidades, con el objetivo de facilitar el cobro de las multas impuestas por las infracciones a la ley, el cobro de impuestos y la falta de pago de las multas e impuestos.

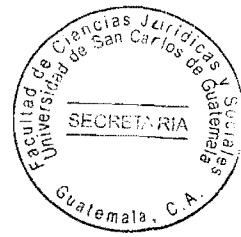
El Congreso de la República de Guatemala, al regular o incorporar a la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, sanciones más específicas y rigurosas por el incumplimiento de lo dispuesto en dicha ley por parte de los propietarios de vallas publicitarias y el registro de particulares que presten sus inmuebles para la instalación de rótulos, permitirá a las municipalidades tener un mejor control de las vallas publicitarias instaladas y un correcto registro de cada valla publicitaria y su propietario.



Se obtendrá como resultado un mejor ornato en el país, reducción de la contaminación ambiental y visual. Se protegerá la seguridad, salud, integridad y bienestar de las personas y conductores de vehículos automovilísticos.







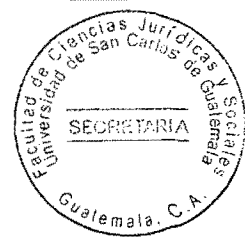
## CONCLUSIÓN DISCURSIVA

La Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, se creó con el objeto de procurar un mejor ornato en las vías para evitar toda clase de peligros, y facilitar la libre circulación de vehículos y peatones, con el fin de disminuir al mínimo la contaminación ambiental y visual.

Sin embargo, actualmente se encuentra ante el incumplimiento de la ley, ya que hay excesiva carga de vallas publicitarias que ha provocado una fuerte contaminación ambiental y visual que afecta la visión de conductores de vehículos. En la actualidad en el municipio de Guatemala los propietarios de vallas de publicidad violan la ley, al no cumplir con los requisitos y disposiciones de la misma. Aprovechándose de que la sanción establecida en la misma ley, no es lo suficientemente drástica como para hacer que se preocupen por cumplirla, sino que es tan mínima y permisiva que provoca un desorden en la instalación de anuncios y vallas de publicidad.

Por lo que se realizó la investigación legal y doctrinaria, llegándose a la conclusión de que es relevante y necesario que el Congreso de la República de Guatemala, regule o incorpore a la ley de anuncios, sanciones más específicas y rigurosas, incluir el registro de particulares que presten sus inmuebles y establecer un procedimiento más práctico que facilite el cobro de multas y falta de pago de las mismas. Así mismo que el Organismo Ejecutivo emita el Reglamento que ordena la propia ley, para obtener una correcta aplicación de ella.





## BIBLIOGRAFÍA

B.F. Erickson. **Introducción general a la publicidad.** (s.l.i.): Ed. Grupo Editorial Norma. (sf.).

Bustamante Alsina, Jorge. **Derecho ambiental fundamentación y normativa.** Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, (sf.).

Crawford W. John. **Publicidad.**(s.l.i.): (s.e.), (sf.).

ESCOBAR CÁRDENAS, Fredy Enrique. **Derecho agrario y ambiental.** Guatemala: Ed. Magna Terra Editores, 2011.

FERRER R. Eulalio. **Publicidad.** México: Editorial U.T.E.H.A, 1972

<https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/> (Consultado 10-04-2019)

<https://grupographic.com/que-es-valla-una-publicitaria/> (Consultado 15-04-2019)

LAPOLA, Gustavo. **Derecho agrario y ambiental.** Guatemala: Ed. Editorial Estudiantil Fénix, (sf.).

LÓPEZ PORTILLO, Manuel. **El medio ambiente en México: temas, problemas y alternativa.** México: Ed. Fondo de Cultura Económica México, 1982.

MARTÍNEZ SOLÓRZANO, Edna Rossana. **Apuntes de derecho ambiental.** Guatemala: (s.e.), 2010.

NARVÁEZ, Iván. NARVÁEZ, María José. **Derecho ambiental en clave neoconstitucional (enfoque político).** Ecuador: Ed. Flacso, 2012.

PIGRETTI, Eduardo. A. **Derecho ambiental.** Buenos Aires, Argentina: Ed. Ediciones Depalma, 1997.

SIMENTAL FRANCO, Víctor Amaury. **Derecho ambiental.** México: Ed. Limusa, 2010.

### Legislación:

**Constitución Política de la República de Guatemala.** Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

**Código Municipal.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 12-2002.

**Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto número 68-86, 1986.



**Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares. Congreso de la**  
República de Guatemala, Decreto número 34-2003.