

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

TRABAJO DE TESIS

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a crown on top, a lion on the right, and a figure on the left. The shield is surrounded by a circular border containing the Latin text "SCIENTIAE PARS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA GUATEMALENSIS INTER".

"LA CONTAMINACION VISUAL
DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE
EN LOS RECEPTORES GUATEMALTECOS"

PRESENTADO POR:

ROGELIO ANTONIO HERNANDEZ REYES

PREVIO A OPTAR EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GUATEMALA, SEPTIEMBRE DE 1,994

DL
16
T(59)

DIRECTOR ✓

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

REPRESENTANTES DOCENTES:

Lic. Jesús Alvarado Mendizábal
M.A Hugo Leonel Ruano Chacón
Lic. Juan José Morales García

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES:

José González Villanueva
Daniel Fernández Ramírez
Marco Tulio Contreras

SECRETARIO ✓

Lic. Miguel Antonio Paredes

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. Fredy Morales

Ing. Aníbal Martínez

Lic. Juan José Morales

Lic. Favio Hernández H.

Lic. Abraham Baca Dávila

M.A. Hugo Leonel Ruano



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 18
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, junio 12 de 1992.
ECC 575-92

Señor estudiante
Rogelio Antonio Hernández Reyes
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 2.11 del punto SE - GUNDO, del Acta No. 34-92 de sesión celebrada el 10 de junio de 1992.

"SEGUNDO:... 2.11

Comisión Directiva Paritaria, en base al informe presentado por la señora Oficial Encargada de Control Académico, sobre la aprobación de los cursos, talleres y seminarios del pensum de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y que está inscrito como estudiante regular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ACUERDA: Aprobar el cierre de currículum de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con los siguientes cursos al estudiante Rogelio Antonio Hernández Reyes, carnet No. 8712948.

128 Lingüística General, 143 Métodos y Técnicas de Investigación Social II, 144 Introducción a la Estadística, 145 Teoría del Conocimiento, 158 Psicología de la Comunicación II, 130 Semiología del Discurso Persuasivo, 146 Planificación de las Comunicaciones Sociales, 147 Antropología Guatemalteca, 148 Semiología de la Imagen, 149 Taller VI: Propaganda y Publicidad, 134 Las Comunicaciones Interpersonales, 150 Idioma I, 151 Taller Integrado I: Salud y Ecología, 152 Teoría Política y Social, 153 Seminario I: Sobre Problemas de la Comunicación en Guatemala, Area Urbana, 133 Semiología del Mensaje Estético, 154 Análisis Comparativo de las Sociedades Capitalistas y Socialistas, 155 Taller Integrado II: Tecnología Agropecuaria, 157 Idioma II, 169 Seminario II: Sobre Problemas de las Comunicaciones en Guatemala, Area Rural."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Lic. Cristóbal Rivera López
Secretario.

CHL/rde



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, octubre 6 de 1992.
ECC 928-92

Señor estudiante
Rogelio Antonio Hernández Reyes
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir a usted lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 3.11 del punto TERCERO, del Acta No. 50-92 de sesión celebrada el 1 de octubre de 1992.

"TERCERO:... 3.11... Comisión Directiva Paritaria, en vista del informe favorable presentado por la Comisión de Tesis, ACUERDA:
a) Aprobar al estudiante Rogelio Antonio Hernández Reyes, carnet No. 8712948, al punto de tesis LA CONTAMINACION VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE EN LOS RECEPTORES GUATEMALTECOS;
b) nombra asesor de tesis al licenciado Juan José Morales García."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Cristóbal Rivera J.
Secretario.

CRL/rde
c.c. Comisión de tesis



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 8 de Agosto

de 1994

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante ROGELIO
ANTONIO HERNANDEZ REYES

Carnet No. 3712948, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es "La Contamina-
ción Visual de la Publicidad al aire libre, en los
Receptores Guatemaltecos".

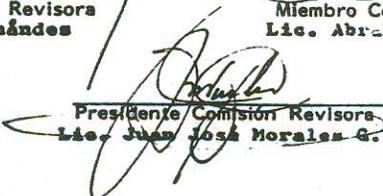
En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
Lic. Favio Hernández


Miembro Comisión Revisora
Lic. Abraham Baca Dávila


Presidente Comisión Revisora
Lic. Juan José Morales G.

cc/estudiante
archivo
correlativo

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, agosto 2 de 1994.
ECC 575-94

Señor estudiante
Rogelio Antonio Hernández Reyes
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 10.4 del punto DECIMO, del Acta No. 26-94 de sesión celebrada el 20 de julio de 1994.

"DECIMO:... 10.4... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable de la Comisión de Tesis y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas generales provisionales para elaboración de tesis y examen final de graduación vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales: Lic. Juan José Morales García (Presidente), Lic. Abraham Baca Dávila y Lic. Favio M. Hernández, para que integren el Comité de Tesis que deberá analizar el proyecto de tesis del estudiante ROGELIO ANTONIO HERNANDEZ REYES, carnet No. 8712948, titulado: "LA CONTAMINACION VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE EN LOS RECEPTORES GUATEMALTECOS".

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Miguel Antonio Paredes
Secretario.

MAP/rde
c.c. Comisión de Tesis

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

Guatemala, agosto 23 de 1994.
ECC 631-94

Señor estudiante
Rogelio Antonio Hernández Reyes
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 18.4 del punto DECIMO OCTAVO, del Acta No. 29-94 de sesión celebrada el 19 de agosto de 1994.

"DECIMO OCTAVO:... 18.4... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis: "LA CONTAMINACION VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE EN LOS RECEPTORES GUATEMALTECOS", presentado por el estudiante ROGELIO ANTONIO HERNANDEZ REYES, carnet No. 8712948, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto y lo establecido en la Norma Octava de las Normas Generales Provisionales para la elaboración de tesis y examen final de graduación vigente; b) Se autoriza la impresión de dicha investigación; c) Se nombra al licenciado Fredy Morales, ingeniero Anibal Martínez (Titulares) y Lic. Hugo Leonel Ruano Chacón, (suplente) para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. Juan José Morales G., (Presidente), Lic. Favio Hernández y Lic. Abraham Baca Dávila integren el tribunal examinador; d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen final de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS



Lic. Miguel Antonio Paredes
Secretario.

MAP/rde

Para efectos legales,
únicamente el tesinando
es responsable de este trabajo.

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis fue realizado por Rogelio Hernández Reyes, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala, y originario de la ciudad de Malacatán, departamento de San Marcos.

DE MANERA ESPECIAL SE DEDICA A:

DIOS: Supremo creador del universo, quien nos da la existencia y la sabiduría.

MIS PADRES: Antonio Hernández. Agricultor incansable, que día a día trabaja la tierra, para luego cosechar el sustento familiar.

Alicia Reyes. Mujer proletaria, que con sacrificio y esfuerzo me apartó de la oscuridad de la ignorancia, para encausarme en el camino del entendimiento y el saber.

MIS HERMANOS (AS): Facundo, William, Hipólito, Vidalicia, Juan y Reyna. Exhortándoles para que cada día de nuestra vida se superen.

MIS TIOS: Desiderio Reyes y Elva Ruth de Reyes. Para ambos agradecimiento noble por el aprecio y la hospitalidad que me brindaron en mi vida estudiantil y profesional. Que Dios les derrame sus ricas y abundantes bendiciones.

LAS FAMILIAS: Murga Montepéque, Gamboa Castañón, Santizo Ramírez, Castañón Cifuentes, Mirón Sandoval y Barrios Gómez.

COMPAÑEROS

DE TRABAJO: Escuela de Ciencias de la Comunicación y División de Publicidad e Información USAC.

USTED AMABLE LECTOR: Afectuosamente.

SUMARIO

INTRODUCCION

Página

CAPITULOS:

I. CONCEPTUALIZACION

E INTERRELACION DE ECOLOGIA CON OTRAS CIENCIAS.

1.1	Origen del término ecología	5
1.2	Conceptualización ecológica	6
1.3	Objeto y problema fundamental de la ecología	6
1.4	Ciencias naturales y ciencias sociales	7
1.5	Ecología y ciencias naturales	10
1.6	Ecología y ciencias sociales	10
1.7	Ecología e interrelación de ciencias naturales y sociales	11

II. LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

ES DETERMINANTE EN NUESTRA SENSIBILIDAD OPTICA

2.1	Antecedentes históricos de la publicidad al aire libre	14
2.2	El impacto visual de los carteles publicitarios	16

III. LA CONTAMINACION VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE EN EL AREA URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA

3.1	La legislación guatemalteca y la contaminación visual	21
3.2	La contaminación visual publicitaria y sus consecuencias en los receptores guatemaltecos	25
3.3	Problemática de la contaminación visual publicitaria en el área urbana de la ciudad capital de Guatemala	30

CONCLUSIONES	41
--------------------	----

RECOMENDACIONES	43
-----------------------	----

ANEXO	45
-------------	----

BIBLIOGRAFIA	64
--------------------	----

INTRODUCCION

En los orígenes de la vida la tierra era fecunda en su plenitud, aunque estaba delimitada por los constantes cambios ecológicos que por su naturaleza sufría. Pero con el surgimiento del hombre y su constante evolución, el globo terráqueo se vio afectado por la intervención de la mano de éste que alteró los diferentes ciclos bioquímicos.

Entonces, en la relación hombre y naturaleza se da una arritmia constante, la que permite establecer las deficiencias del ser humano con su ambiente, donde toma la postura de un depredador, porque su aportación para el bienestar del patrimonio natural es ínfimo.

Como resultado de esta acción, el hombre se ha visto en la necesidad de reflexionar ante el eminente peligro que corre la especie humana y su entorno natural. El tomar conciencia de esta situación ha producido una serie de preocupaciones acerca del impacto de las diversas actividades que se desarrollan en el mundo ecológico.

Actualmente, el hombre se ve expuesto a muchos tipos de contaminación; los que no sólo provocan un deterioro del ambiente sino que lo afecta física y psíquicamente.

Ante esta situación, el hombre moderno debe tomar una decisión rápida o se atiene a la tecnología, viviendo en un planeta centrado en él; en el que estará cada vez más apartado de varios miles de años de experiencia biológica o viviendo en armonía con los principios de la ecología, utilizando para sí los mismos criterios que para las plantas y animales.

Debido a esa situación, el tema central de esta investigación se encamina en dar énfasis a uno de los tipos de contaminación poco conocido, debido a la falta de difusión y desconocimiento de los seres humanos, se trata de "la contaminación visual de la publicidad al aire libre"; la que al igual que otros contaminantes, provocan un desequilibrio no sólo en la naturaleza, sino también en el ser humano, especialmente aquel que se encuentra

desarrollando sus actividades cotidianas en los centros urbanos. Por tal razón, el problema de investigación se encauza sobre los principales problemas que produce esta clase de contaminación en el comportamiento de las personas y su ambiente ecológico.

Realmente este problema, desde cualquier punto de vista es insoslayable, porque no se puede hacer caso omiso ante el desarrollo de la contaminación visual publicitaria, pues parece que se ha iniciado una competencia irracional para **ver qué empresa** coloca más rótulos publicitarios en el menor espacio posible, sin sopesar los daños que produce en el comportamiento de las personas y su entorno natural. No se puede negar que la comunidad montada por el hombre funcione eficazmente, aunque tal vez continúe haciéndolo por un tiempo limitado, porque en sí ha marginado un conjunto de principios ecológicos que gobiernan el planeta.

De tal manera la investigación es importante e interesante para toda la sociedad guatemalteca, porque tiene como objetivo dar a conocer los problemas que produce la publicidad al aire libre en el ser humano y en el ecosistema urbano. Además, tiende a ser punto de partida para que otros investigadores, en lo particular se preocupen por hacer estudios sobre esta temática, ya que en la actualidad no se le ha dado importancia.

En virtud de esta situación, estamos seguros que este trabajo servirá de aliciente a profesionales de diversa índole, así como a la población en general, para lo cual los instamos para que desarrollen una actitud positiva ante determinada problemática. Asimismo, busquen los mecanismos adecuados para regular o evitar cualquier tipo de contaminación, pues por muy insignificante que esta sea siempre tendrá repercusiones sobre en sociedad.

Con esto no se pretende que el presente trabajo se convierta en un texto de apoyo, sino que sea visto como un pequeño aporte académico, en donde se analizan situaciones o problemas socioambientales, que de una u otra manera nos atañen.

En tal sentido, el propósito de este estudio es enmarcar en forma conjunta los problemas que produce la contaminación visual publicitaria en el comportamiento del receptor guatemalteco y su entorno natural. Aunado a esto, se objetan las opiniones de algunos teóricos que sostienen que la publicidad no es dañina, sino que es un medio que produce grandes beneficios a las sociedades y al mismo tiempo embellecen la vida nocturna de la ciudades. Para lo cual se deja claro que toda percepción de mensajes simbólicos tienen mayor repercusión en la vida afectiva, cognoscitiva y en el bienestar de los integrantes de una sociedad.

De tal manera, la hipótesis que se plantea en este estudio, se fundamenta en "el desarrollo exagerado de la contaminación visual publicitaria que afecta psíquica y físicamente a los receptores de la ciudad capital de Guatemala". La que se comprueba por medio de las opiniones vertidas por los profesionales expertos en Ambientalismo, Optometría, Psicología, Antropología, Sociología y Derecho; quienes sostienen que este tipo de contaminación perjudica psíquica y físicamente al ser humano. De igual manera, deteriora y desequilibra la estética del ecosistema natural.

Por tal razón, esta investigación es de carácter descriptivo y con trabajo de campo, en el que se aplicó el muestreo al azar estratificado, auxiliándonos con la técnica de la entrevista directa y la observación, es por eso que se divide en tres partes: la primera se dedica al estudio de la interacción de los sistemas ecológicos naturales sociales, ya que el ambiente puede y debe medirse en función de la actividad del hombre, para que en un futuro cercano, éste pueda ofrecer a sus descendientes una vida sana y armoniosa con la naturaleza.

La segunda parte se fundamenta en el estudio histórico de la publicidad al aire libre, la que concluye con el análisis del impacto visual que producen los carteles publicitarios.

Finalmente, la tercera parte, a lo que es la contaminación visual publicitaria en el área urbana capitalina. Para lo cual minuciosamente se interpreta a juicio personal la legislación nacional. Seguidamente se deja al descubierto las consecuencias y problemas que produce la publicidad al aire libre, tanto en el ecosistema humano como en el natural. Por último, se encontrarán las conclusiones y recomendaciones pertinentes del estudio; además se incluye como anexo el decreto 68-86 Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente.

Para concluir, esperamos que este estudio sobre LA CONTAMINACIÓN VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE logre llenar el vacío existente en cuanto a bibliografía de ecología y medios de comunicación, porque es una lástima y da pena que en el medio guatemalteco no se le dé importancia a esta clase de problemas; prueba de ello es que no existe material impreso sobre este tema.

Por otra parte, confiamos en que las personas interesadas en esta temática puedan consultar cada una de las páginas de este texto y, a través de su lectura logren comprender mejor los tipos de problemas que produce la contaminación visual publicitaria en el comportamiento del receptor humano y su entorno ecológico.

No me resta más que agradecer infinitamente la colaboración de los profesionales, que de alguna manera dieron a conocer sus opiniones acerca de la problemática tratada. Gracias a ellos, hoy usted puede apreciar en sus manos un ejemplar de este estudio.

El Autor.

CAPITULO I

CONCEPTUALIZACION E INTERRELACION DE LA ECOLOGIA CON OTRAS CIENCIAS

En el presente capítulo abordaremos temas relacionados con la ecología, partiendo desde su origen mediante una breve síntesis histórica y la conceptualización de la misma, relacionada con las definiciones de varias fuentes bibliográficas que tratan directamente el problema fundamental de la ecología y su objeto, para luego llegar a analizar los diferentes enfoques de las ciencias naturales y sociales.

1.1 ORIGEN DEL TERMINO ECOLOGIA

El término "ecología" aparece en los años de 1880, pero su estudio es de reciente ingreso en nuestra sociedad, lo que determina que es una ciencia moderna. Sin embargo, su desarrollo ha contribuido a complementar otras ciencias biológicas.

Los aportes que ha proporcionado para la conservación de los diferentes ecosistemas han sido tomados muy en cuenta, pues actualmente es necesario el planteamiento de medidas concretas para salvar el presente y el futuro del planeta.

Desde un punto de vista práctico, la ecología proporciona una base científica a numerosos problemas agrícolas (conservación de los bosques, incremento en el rendimiento de los suelos), ganadero, protección de la tierra, racionalización de la industria pesquera, etc.

Eugene Odum (1986:1) afirma que "la palabra ecología tiene sus orígenes en los términos Oikos que significa "casa" y Logos "estudio". Entonces literalmente nos da a entender que ecología es el estudio de la vida en casa, pero con particular énfasis en la totalidad o

patrón de las relaciones entre los organismos y el ambiente.

1.2 CONCEPTUALIZACION ECOLOGICA

En cuanto a la conceptualización del término ecología, se puede determinar que es una rama de la Biología en la que también se relaciona la Sociología, porque ambas ciencias se encargan de estudiar las relaciones de los seres vivos con la naturaleza. Además, se puede decir que ecología es la defensa de la naturaleza y la protección del ambiente. Sin embargo, resulta interesante analizar otros conceptos relacionados con el tema.

El Diccionario Enciclopédico Sopena (1980:1474) dice que la "ecología es parte de la biología que se encarga de estudiar el modo de vivir de los animales y de las plantas, y sus relaciones con los seres que los rodean".

Estando de acuerdo con lo expuesto, nos damos cuenta que se refleja una realidad clara y concisa, que se asemeja a nuestra forma de pensar. Otra definición, vertida por E. P. Odum (1971:1) nos indica que la ecología "se define como el estudio de las relaciones de los organismos o grupos de organismos vivos con su medio". Concepto que tiende a ser sencillo y de fácil comprensión, por lo cual se incluye en este estudio.

Esto nos remite a pensar que el rol principal de la ecología es de "relación o nexo" entre los seres vivos y el entorno en donde se desplazan a diario.

1.3 OBJETO Y PROBLEMA FUNDAMENTAL DE LA ECOLOGIA

A pesar que la ecología es una disciplina de la biología; recae sobre ésta una responsabilidad enorme, porque su objetivo principal es estudiar las comunidades de organismos y de las condiciones físicas

en la que se desenvuelve la reunión de las comunidades y su ambiente físico, recibiendo el nombre de "complejo ecológico o ecosistema".

El problema fundamental de la ecología es el estudio de las leyes de las comunidades con vida y sin vida, con su medio inanimado y su evolución a través del tiempo.

En relación a lo que es ecosistema, E. P. Odum (1971:9) asevera que "son los organismos vivientes y su medio inanimado (abiótico) que se relacionan de manera inseparable e interactúan mutuamente. Cualquier unidad biosistema que incluya todos los organismos que funcionan juntos (bióticos) en una área determinada interactúan con el medio físico, de tal manera que un flujo de energía conduzca a la formación de estructuras bióticas claramente definidas y un ciclaje de materias vivas y no vivas, es un sistema ecológico o un ecosistema".

En este concepto se da a conocer la magnitud de la palabra ecología y cómo los seres animados e inanimados se ven afectados por el medio físico que los rodea, el que les imprime características específicas a las distintas especies que forman una comunidad biótica.

1.4 CIENCIAS NATURALES Y CIENCIAS SOCIALES

Para dar inicio a este ítem, primero se describirá el término "ciencia", del que se puede decir que son los conocimientos exactos y razonados de las cosas por sus principios y causas. Sin embargo, veamos que dicen otros teóricos.

M. B. Kedrov y A. Spirkin (1984:33) sostienen que "ciencia es un sistema de conocimientos en desarrollo, los que se obtienen mediante los correspondientes métodos cognoscitivos y se reflejan en conceptos

exactos, cuya veracidad se comprueba y demuestra a través de la práctica social."

Por consiguiente, Mario Bunge (1984:47) agrega que "el vocablo ciencia equivale a conocimiento. Los conocimientos significan la posesión de datos confirmados tanto por los fenómenos materiales y espirituales por la conciencia humana."

A pesar de la variedad de definiciones vertidas por distintos investigadores, la palabra ciencia tiene un criterio común, que es determinado por la materia a investigar, la que crea las teorías que permiten explicar gran número de fenómenos naturales y sociales.

Después de analizar los argumentos anteriores, ciencia es la organización de conocimientos verosímiles que están en constante cambio y son puestos a consideración dentro del campo experimental.

También es un conjunto de conocimientos razonados y metódicos, mediante el cual el hombre trata de explicarse el por qué de los diversos fenómenos que le afectan, buscando la verdad en los mismos para formular sus propias conclusiones.

Además, es un conjunto de conocimientos relativos a un objeto determinado.

Para dar seguimiento a la temática de análisis, trataremos de incorporar a la ciencia dos características fundamentales, lo natural y lo social. Según el Diccionario Enciclopédico Salvat (1984:759) señala que las ciencias naturales "son aquellas que tienen por objeto el conocimiento de las leyes y propiedades de los cuerpos."

A nuestro parecer, las ciencias naturales son las que el hombre más ha estudiado desde hace mucho tiempo, debido a la relación directa que ha tenido con la naturaleza y su constante evolución dentro de ella.

Al desconocer los principios físico-químicos de muchos fenómenos naturales, los hombres se vieron en la necesidad de establecer disciplinas de observancia y experimentación que concluirían con la formación de un amplio conocimiento metódico, para esclarecer las dudas de los principios y causas de las leyes naturales.

Ante tal situación, las ciencias sociales se vinculan, pues a través del tiempo, el hombre aprendió a vivir en sociedad, con lo cual da origen a muchos fenómenos sociales, los que se desarrollan paulatinamente formando comunidades con características específicas, que identifican al ser humano dentro de la misma sociedad. Es aquí donde se inician las ciencias sociales, que aparentemente es una disciplina nueva, que se encarga del estudio del hombre en sociedad.

A este respecto, Mario Bunge (1979:18) indica que "las ciencias sociales estudian al hombre que vive en sociedad, analizando los grupos humanos, las colectividades y las comunidades."

Esto permite entender que el estudio de las ciencias sociales era ocupación únicamente de los humanistas. Gracias a la labor pionera de psicólogos, historiadores y sociólogos que quisieron aplicar en su campo los logros de los científicos naturales; así fueron acercándose poco a poco en el campo propio de las ciencias del hombre, hasta nuestros días nadie discute su existencia y justificación.

Es de esta manera como muchas disciplinas de las ciencias sociales han aportado a la sociología avances significativos que han permitido conocer mejor al hombre y su constante evolución a través de la Historia, Arqueología, Etnografía y muchas otras ramas que se concatenan para globalizar el estudio de las ciencias sociales.

1.5 ECOLOGIA Y CIENCIAS NATURALES

Si el papel fundamental de la ecología es el de relacionarse con los seres vivos y el entorno en donde se desplazan; entonces, la interrelación que tiene con las ciencias naturales es paralela, porque ésta se ocupa de los hechos que ocurren dentro de la misma naturaleza.

De esto se deduce que la ecología y su vínculo con las ciencias naturales es importante, porque ambas se desarrollan en un mismo campo de acción. Pero no significa que las dos llenen el mismo cometido, porque si bien es cierto que las ciencias naturales estudian la naturaleza es su conjunto o en sus partes; la ecología es hasta cierto punto dependiente de las mismas. Es decir, que al no existir naturaleza, tampoco existiría la ecología y la biología. Sin embargo, de la ecología podemos decir que es una disciplina específica, que se ocupa del análisis de la mutua convivencia entre los seres vivos (bióticos) y los seres inertes (abióticos) en su entorno.

1.6 ECOLOGIA Y CIENCIAS SOCIALES

Sabiendo que la Sociología estudia los fenómenos sociales en las comunidades, grupos y colectividades; su contribución a la ecología es de suma importancia, porque los resultados de los análisis que ésta desarrolla dan cuenta de la forma como los seres humanos han evolucionado en forma paulatina y, con ello, el uso immoderado que se hace de los recursos naturales renovables y no renovables.

De esta manera, la ecología tiene un punto de partida fundamental para el estudio de la interrelación de los seres humanos con su ambiente, permitiéndoles en determinado momento de la historia tener el conocimiento preciso para establecer un equilibrio ecológico, en donde le permita a las personas un prolongamiento de vida en mejores condiciones.

Esto significa que el hombre, inmerso en los diferentes fenómenos sociales, escapa de una realidad concreta al desarrollar en diferentes formas una tecnología sofisticada, la que va en detrimento de los diferentes ecosistemas, en los que están conformados las diferentes étnias que proliferan el planeta tierra.

1.7

ECOLOGIA E INTERRELACIÓN DE CIENCIAS NATURALES Y SOCIALES

Claudio Gutiérrez y Avelardo Brenes (1950:48) plantean la siguiente interrogación: Es el método de las ciencias sociales similar al método hipotético deductivo, aplicado en las ciencias naturales o tiene el método de las ciencias sociales una lógica o una técnica diferente? La respuesta a esta pregunta es la siguiente: "la misma deriva en que el método de las ciencias sociales es específico, porque no tiene, ni puede tener la seguridad del método hipotético deductivo y se considera específico porque dispone de vías privilegiadas de conocimiento no accesible al método de la ciencias naturales".

Se tiene así dos grupos de metodologías dualistas; unos que consideran las ciencias sociales inferiores a las ciencias naturales y, otros que son superiores a las ciencias sociales de las ciencias naturales. Superioridad e inferioridad son expresiones dentro de la posibilidad de ofrecer explicaciones y predicciones justificadas y eficaces.

Ante esta situación, a través del tiempo, el hombre en su constante búsqueda del conocimiento de los hechos humanos ha desarrollado varias ciencias, entre las que destacan las ciencias naturales y sociales.

La concepción de que el método de las ciencias sociales es específico y distinto del método de las ciencias naturales, tiene su origen en la historia de estas ciencias, pues en el desarrollo de la humanidad

Una parte de los principios que regían el cartelismo de Chereret, siguen vigentes en el cartel actual, sea comercial, político o cultural. Por un lado, la simplicidad del diseño a fin de favorecer una percepción inmediata por parte de un público heterogéneo; por otro, un gran despliegue cromático y figurativo que otorga al cartel, un carácter efervescente y traslúcido.

El cartel, en nuestro tiempo, es uno de los medios icónicos y literarios más utilizados, por lo subliminal y convincente.

2.2 EL IMPACTO VISUAL DE LOS CARTELES PUBLICITARIOS

Durante muchos años, los carteles han sido uno de los principales medios de comunicación.

Existía desde mucho antes que aparecieran los anuncios en los periódicos, y como medio de comunicación sólo les precede la palabra hablada.

Hubo un tiempo en que la producción de carteles era tan prolifera que las paredes de las casas casi desaparecían debajo de ellos, y ninguna quedaba a salvo del hombre provisto de la brocha y el cubo de cola.

Incluso cuando las paredes estaban ya cubiertas, lejos de amedrentarse, procedían a pegar sus carteles sobre otros de la competencia, aunque hubieran sido leídos por algunos o estuvieran secos.

Al buen hombre se le pagaba por pegar cierto número de carteles o pasquines en tantos lugares como fuera posible, cuanto más diligente en colocarlos, mayor era el número de encargos que recibía.

Lo más notorio era pegar los carteles publicitarios en lugares a los que otros rivales tuvieran dificultad de llegar, así aumentaba la altura de la colocación,

se consideró el campo de los hechos humanos como ajeno al conocimiento científico.

De todo lo anterior, en que la diferencia entre el método de las ciencias naturales y las ciencias sociales, radica en una mala interpretación y en una ilusión; la mala interpretación consiste en suponer una infabilidad, una seguridad, un alcance y generalidad de lo que carece. La ilusión estriba en considerar las construcciones teórico experimentales de estas ciencias no como lo que son elaboraciones humanas, sino como el reflejo de la misma realidad. Ambas apreciaciones provienen de un relativo atraso en que se hallan las ciencias sociales y sus correspondientes reflexiones metodológicas.

De todo lo anteriormente descrito en este capítulo, concluimos en que la ecología es una disciplina que se encarga de estudiar todos los fenómenos naturales que afectan a las poblaciones activas y pasivas, que habitan en el espacio terrestre.

En cuanto a un ecosistema, reiteramos que es una área constituida por seres vivos de un lugar determinado, haciendo uso del ambiente que les pertenece o es propio.

Además, éstos pueden estar dentro o fuera del entorno en que se desplazan constantemente.

Por otra parte, las ciencias naturales son aquellas que se dedican al estudio y observación de los diferentes fenómenos físicos y biológicos que se desarrollan dentro de la naturaleza, determinando de tal manera las leyes y principios que rigen a los diferentes cuerpos y organismos que interactúan entre sí.

Mientras tanto, conceptualizamos que las ciencias sociales son aquellas que se encargan del estudio del ser humano respecto a determinada sociedad, con el fin de establecer su comportamiento y evolución, determinando y clasificando los diferentes estadios socio-históricos que conforman la humanidad.

Ahora, en la interrelación de la ecología y las ciencias naturales es una constante que sirve para determinar y comprender los diferentes ciclos de transformación, que sufren los innumerables elementos que conforman la faz de la tierra, en los distintos biomas, que en su conjunto dan la diversidad de paisajes que caracterizan de una manera muy especial al planeta azul.

Refiriéndonos a la relación ecológica con las ciencias sociales, ambas están inmersas en un mismo espacio y contexto de estudio, en el que se pueden lograr fines y objetivos comunes, que van en beneficio directo de la raza humana y de la naturaleza.

La ecología mantiene una estrecha relación y dependencia con los grupos humanos, su ambiente físico y social, además de la flora y la fauna, que forman parte del estudio de la ecología; entonces su interrelación con estas ciencias - naturales y sociales- no es antojadiza, sino más bien es de interacción, porque el hombre influye en la ecología y ésta en los seres vivos y muertos.

CAPITULO II

LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

ES DETERMINANTE EN NUESTRA SENSIBILIDAD OPTICA

Actualmente nuestra sociedad se está dejando arrastrar, sin darse cuenta, hacia una creciente comercialización, misma que es obra de la publicidad, que a través de cualesquiera de los medios de comunicación mima la mente del público, para convertirlo en un ente robotizado, que sólo responde a sus reacciones emocionales. Es decir, solamente se deja guiar por lo que ve, oye, siente, gusta y huele.

Uno de los medios que utiliza la publicidad para lograr lo anteriormente dicho, es la publicidad al aire libre, teniendo como soporte los carteles, que son un medio de comunicación de imagen múltiple, que se fundamentan en el acceso a la comprensión, las diferentes elecciones u opciones y la eficacia conque son colocados en el ambiente.

Con este prelude se da inicio a un capítulo más, en donde se abordarán aspectos históricos de la publicidad exterior, pues realmente en nuestro medio se ignora cual ha sido su desenvolvimiento en el transcurso y desarrollo de las sociedades.

2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

Es conocida como publicidad exterior o de ambiente. Es una de las más antiguas formas de comunicación, creada por los egipcios hace más de 5000 años.

Estos la utilizaban para grabar los nombres y obras que realizaban sus faraones en los muros de los templos.

Antiguamente se le denominaba cartelismo, el que surge a la par de la publicidad, apareciendo en pueblos, calles y comercios en forma de rótulos; pintados en paredes o pasquines, ubicados en lugares apropiados

para su lectura. Poco a poco, los carteles se fueron desarrollando hasta lograr un impacto visual en los receptores.

Según Otto Kleppner's (1988:289), la época moderna del cartelismo o publicidad al aire libre, se hace sentir en la primera Guerra Mundial, pues se utilizó como un instrumento propagandístico.

Al concluir el conflicto bélico, la mayoría de anunciantes en todo el mundo continuaron sirviéndose de ese tipo de publicidad, con la que dieron a conocer todos los inventos del siglo XX, entre los que figuran el automóvil.

A raíz de esta creación, las industrias produjeron letreros estandarizados y boletines pintados.

En el medio guatemalteco la publicidad al aire libre es uno de los principales medios de llegar al consumidor. Esta suele definirse como cualquier anuncio o signo lingüístico gráfico, ubicado en un lugar público y, pueden ser carteles de diferentes tamaños, formas y colores que dan a conocer restaurantes, salas cinematográficas, centros nocturnos, embotelladoras de refrescos o licores, salas de ventas, cigarrillos y combustibles.

En Guatemala, esta clase de publicidad empieza a cobrar auge, pues en el área urbana de la ciudad capital existen alrededor de 27800 rótulos o carteles, los que con ayuda de la nueva tecnología tienden a multiplicarse en el futuro.

La historia de la publicidad al aire libre ha sido evolutiva, se inicia con las láminas reproducidas por las primitivas prensas litográficas de finales del siglo XIX, hasta la impresión policroma en rotativas de nuestra época.

Este tipo de publicidad ha dado pasos gigantescos, resumiendo mucho de los supuestos que conforman la imagen.

Una parte de los principios que regían el cartelismo de Chereret, siguen vigentes en el cartel actual, sea comercial, político o cultural. Por un lado, la simplicidad del diseño a fin de favorecer una percepción inmediata por parte de un público heterogéneo; por otro, un gran despliegue cromático y figurativo que otorga al cartel, un carácter efervescente y traslúcido.

El cartel, en nuestro tiempo, es uno de los medios icónicos y literarios más utilizados, por lo subliminal y convincente.

2.2 EL IMPACTO VISUAL DE LOS CARTELES PUBLICITARIOS

Durante muchos años, los carteles han sido uno de los principales medios de comunicación.

Existía desde mucho antes que aparecieran los anuncios en los periódicos, y como medio de comunicación sólo les precede la palabra hablada.

Hubo un tiempo en que la producción de carteles era tan prolifera que las paredes de las casas casi desaparecían debajo de ellos, y ninguna quedaba a salvo del hombre provisto de la brocha y el cubo de cola.

Incluso cuando las paredes estaban ya cubiertas, lejos de amedrentarse, procedían a pegar sus carteles sobre otros de la competencia, aunque hubieran sido leídos por algunos o estuvieran secos.

Al buen hombre se le pagaba por pegar cierto número de carteles o pasquines en tantos lugares como fuera posible, cuanto más diligente en colocarlos, mayor era el número de encargos que recibía.

Lo más notorio era pegar los carteles publicitarios en lugares a los que otros rivales tuvieran dificultad de llegar, así aumentaba la altura de la colocación,

Dor otra parte, en el escenario urbano, los carteles publicitarios han sido una de las formas más decisivas para influir en nuestra sensibilidad óptica, la que es ejercitada y maleada.

En los albores del siglo XIX eran elementos de decoración para los mercados, ferias, circos, etc., ahora se han convertido en uno de los principales soportes gráficos visuales de la civilización de la imagen publicitaria.

De tal manera, resulta hoy en día imposible imaginarnos una ciudad, un edificio o una estación de transporte sin carteles publicitarios.

No podemos en nuestro recorrido urbano dejar a un lado esas vallas publicitarias, que nos engloban en todo el espacio visual, partiendo de todo un sistema de signos que clarifican la economía y la forma de ver una sociedad capitalista y consumista.

En cuanto a la modalidad icónica, los carteles publicitarios son un soporte múltiple, destinados a una percepción masiva, pero efímera. Con independencia de los mensajes que propagan, comerciales, políticos o meramente culturales; su función reside en la eficacia y accesibilidad, mientras la facilidad de comprensión da una o varias opciones que determinan su estructura.

La convocación de consumo movilizará un interés que dependerá en buena medida del grado de sensibilidad o indiferencia del público ante las categorías que los carteles presentan.

En la publicidad al aire libre, comprende por regla general el empleo de dos lenguajes: el icónico y el literario.

Un cartel puede existir sin texto, pero es muy raro que no tenga imagen.

Los dos lenguajes del cartel heredan los mismos artificios que la publicidad sustenta en otros soportes, pues su lugar de acción es la calle.

Un buen cartel debe ser accesible y perceptible en décimas de segundos, no sólo porque su receptor es viandante, que atravieza el espacio-tiempo sin detenerse, pero con facultad de retención, pero por el carácter efímero de su presencia.

El cartel, incluso comercial, desaparece con la misma rapidez con que aparece, suplantado por otro cartel que neutraliza su existencia. Entonces, mensaje y paisaje se unen en la búsqueda de un impacto visual, de una leve creación informativa, que es a la vez una información recreativa.

Francois Enel y Abraham Moles, han estudiado el lenguaje y las funciones del cartel publicitario. De ese estudio se corrige que el cartel crea un campo de tensiones y energías entre diversas fuerzas espaciales, que mantienen una función retóricamente persuasiva, partiendo de una imagen constante revalorizada.

Por su parte, George Peninou, señala una serie de códigos relevantes de los carteles publicitarios que definen su impacto visual: a) un código cromático, buscado a partir de la manipulación de los colores agresivos; b) un código topográfico, fundado sobre la ruptura gráfica a base de trazos distintivos que alteran la linealidad del mensaje; c) un código fotográfico, basado en las técnicas selectivas de planificación, como el relieve, la hipertrofia del primer plano o la manipulación de los volúmenes y; finalmente d) un código morfológico, representado en el estudio de una distribución específica de la imagen y de los enunciados textuales en el campo del cartel.

De la función estrictamente referencial del cartel cultural, anunciando un acto o un espectáculo; a la función fática del cartel comercial, siempre se busca

una movilización de los signos para crear un sentido evidente.

Este propósito esencial, hace que el cartel se revista de una saturación significativa, que conlleva un efecto sorpresa de vuelta contra sí, pues la sobreabundancia de carteles publicitarios en nuestro escenario urbano dificultan su percepción. Precisamente para escapar a lo vanal, corriente y crear de nuevo el efecto de sorpresa, el cartel adopta todo tipo de retóricas, tanto a nivel de imagen como de texto. Se trata de llegar siempre más allá, más lejos, más fuerte y así evitar la coincidencia.

Para concluir, de cualquier forma, el cartel es uno de los medios icónicos más utilizados y más subliminalmente convincente. Por más que haya un aparente desdén por parte del transeúnte, su espacio visual nos engloba, y sus propuestas son dirigidas en el espacio de un segundo.

La publicidad al aire libre posee un valor excepcionalmente elevado, como suscitadora de atención, particularmente cuando los lugares o estaciones donde se coloca, tienen intenso tránsito.

Los anuncios, al aire libre, son aceptados como parte integral de la alegría y el bullicio de la vida citadina.

La técnica de diseño para los carteles y otros medios de publicidad al aire libre, se fundamenta en el principio tantas veces expuesto, ser presentado en forma pintoresca y breve; de tal manera que aquel que pasa rápidamente, pueda leerlo sin dificultades.

CAPITULO III

LA CONTAMINACION VISUAL DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

EN EL AREA URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA

Actualmente, el ser humano se ve expuesto a muchos tipos de contaminación, los que no sólo provocan un deterioro del ambiente, sino que lo afectan física y psicológicamente.

Uno de los tipos de contaminación poco conocidos, debido a la falta de difusión en nuestro medio es la CONTAMINACION VISUAL PUBLICITARIA; misma que provoca un desequilibrio en la naturaleza y en las personas, especialmente en aquéllas que desarrollan sus actividades cotidianas en los centros urbanos.

De tal manera, en este capítulo se abordarán específicamente cada uno de los problemas que realmente ocasiona este tipo de contaminación.

3.1 LA LEGISLACION GUATEMALTECA Y LA CONTAMINACION VISUAL

En el transcurrir de la vida, los seres humanos se ven expuestos a distintos tipos de contaminación, mismos que se manifiestan en el aire, el agua y en todo aquello que poco a poco deteriora el ambiente en el que se desarrollan diversas actividades cotidianas.

La contaminación ha llegado a tal extremo que ha sido necesaria la promulgación de un decreto Legislativo que procure la protección y el mejoramiento del medio ambiente, los recursos naturales y culturales.

Este decreto es el 68-86, el que con cuarenta y dos artículos pretende defender el patrimonio ambiental y natural.

Al leer detenidamente este decreto legislativo, encontraremos cosas muy interesantes que nos llevan a una reflexión profunda sobre el porqué del deterioro

ambiental, existiendo una ley tan minuciosa que enfrenta todos los problemas que, lamentablemente causan daños irreparables en el ambiente guatemalteco.

Analizando el decreto 68-86, en uno de sus capítulos, se deja al descubierto el concepto sobre la contaminación visual, el que se transcribe textualmente en esta investigación.

"El Organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos correspondientes, relacionados con las actividades que puedan causar alteración estética del paisaje y de los recursos naturales, provoquen ruptura del paisaje y otros factores considerados como agresión visual y cualesquiera otras situaciones de contaminación y de interferencia visual, que afecten la salud mental, física y la seguridad de la personas."

Definitivamente, la contaminación visual es un serio problema. Por tal razón ha sido contemplada dentro de la legislación que protege el medio ambiente.

Sin embargo, es lamentable que los técnicos ambientalistas no hayan elaborado material al respecto, pues no existe suficiente literatura sobre este interesante tema. Es por tal razón que recurrimos a la técnica de la entrevista, teniendo como punto de apoyo las opiniones de profesionales; quienes nos amplian la visión sobre el problema planteado en esta investigación.

Para comprender mejor el término, es necesario analizar detenidamente el artículo 18 del decreto legislativo, esto con el fin de aproximarnos a una definición sobre contaminación visual.

Para iniciar este análisis, detengámonos en una primera idea fundamental: "El Organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos correspondientes, relacionados con las actividades que puedan causar alteración estética del paisaje..."

Esta idea nos conduce a preguntar: Qué tipos de agentes extraños a la naturaleza pueden en determinado momento alterar el paisaje?

En respuesta a esta situación, el hombre, en su afán de ampliar sus espacios físicos ha invadido el ambiente con elementos que alteran el equilibrio paisajístico.

Por ejemplo: una construcción, un rótulo luminoso o no luminoso, una valla publicitaria; pueden alterar el paisaje, porque impiden observar un volcán, un lago, un río, un monumento. Ahora bien, serán estos los agentes que causan alteración estética al paisaje?

Al consultar sobre este particular, el 90% de especialistas en el ambiente respondieron que: "tanto en el área urbana se da lo que en ecología se ha denominado "obstrucción paisajística", la que indudablemente causa desequilibrio y, por ende un deterioro en el entorno natural." Mientras tanto, el 10% restante señalaron que se altera estéticamente el paisaje.

Un ejemplo claro de esto son las famosas torres localizadas a orillas del lago Atitlán, jurisdicción de Panajachel.

Estas torres tienen un impacto sobre toda la naturaleza del lago, es un típica contaminación visual que también ejerce un impacto sobre el ser humano, quien sufre un "shock visual", mismo que trae consecuencias graves.

Siguiendo con el análisis, el artículo 18 continúa diciendo:...y de los recursos naturales...

Es importante tomar en cuenta lo anterior. El ser humano, en su ambición por poseer más y más, en su deseo de mejorar económicamente, ha destruido el entorno natural; lo ha dañado de manera considerable, no ha respetado el equilibrio que la misma naturaleza

ha impuesto y, mediante actitudes poco naturalistas ha manchado, tapizado y pintado diversos monumentos, tales como: formaciones rocosas, laderas, árboles, etc., todo esto tiene un impacto en la naturaleza y en la raza humana, pues debemos recordar que toda clase de contaminación, de una forma u otra, siempre nos afectará.

Para concluir con este análisis, continuamos en el texto que señala lo siguiente:... provoquen ruptura del paisaje y otros factores considerados como agresión visual y cualesquiera otras situaciones de contaminación y de interferencia visual, que afecten la salud mental y física y la seguridad de las personas."

El último párrafo del artículo 18 no requiere de mucho estudio, sólo basta imaginarnos la sexta avenida de la ciudad capital, la calzada San Juan y las carreteras que de la ciudad de Guatemala conducen a San Lucas Sacatepéquez y respectivamente Amatitlán.

Estos ejemplos son una muestra clara de una agresión visual ilimitada, no digamos de interferencia visual, dado que la excesiva cantidad de mensajes visuales publicitarios no permiten observar, en muchas ocasiones ni siquiera las señales de tránsito que han sido colocadas para dar seguridad a los automovilistas y los peatones.

En síntesis, tal parece que en el país se ha iniciado una competencia irracional para ver que empresa coloca más rótulos en el menor espacio posible.

Todo esto tiene graves consecuencias para los habitantes de una ciudad como la nuestra, que debido a la mala distribución de la publicidad al aire libre, es un lugar perfecto para enfermarse del sistema nervioso.

Como vemos, la contaminación visual es en sí muy amplia, no podemos limitarla solamente a la saturación

de rótulos en la ciudades, pues también hay contaminación en la naturaleza.

Es importante dejar claro que la contaminación visual, es todo aquello que debido a la obstrucción paisajista o a causas provocadas por el hombre, el que se ve afectado no sólo físicamente sino también psíquicamente.

3.2 LA CONTAMINACION VISUAL PUBLICITARIA Y SUS CONSECUENCIAS EN LOS RECEPTORES GUATEMALTECOS:

El arquitecto Alfonso Yurrita (1983:1), en su trabajo "Contaminación Visual o Legibilidad del Medio Ambiente Físico", sostiene que "la contaminación visual nos acerca a todo lo relacionado con el espacio perceptivo; espacio que nos permite la estructuración del medio en el cual nos desenvolvemos para alcanzar nuestros objetivos vitales de trabajar, habitar, transitar y recrear."

Partiendo de esta afirmación, se debe entender que el hombre, como un ser social, se desenvuelve en un grupo determinado, el que se encuentra en un entorno y le permite la satisfacción de sus necesidades.

El interrogante es: Puede afectar a las personas en determinado momento el entorno en el cual se desenvuelve?

A este respecto, sociólogos, antropólogos, ambientalistas y psicólogos mantuvieron su postura en que "el entorno de los individuos, formado por objetos materiales y también personas, tiene lógicamente efectos en el comportamiento del ser humano o del grupo social.

Si lo que el individuo ve, contiene imágenes simbólicas o no, eso tiene efectos sobre él. La percepción de mensajes simbólicos tiene una mayor repercusión en el momento en que los signos o símbolos

que se están percibiendo son relevantes para la vida afectiva, la vida cognoscitiva o para el bienestar material de los miembros de determinado grupo."

Esto nos lleva a la reflexión y deja claro que la contaminación visual de orden publicitario al aire libre, si ejerce influencias en el comportamiento de los receptores humanos que tienen contacto con la misma.

Definitivamente, todo lo que son imágenes visuales en el ambiente tienen efecto en el comportamiento. Sin embargo, tomemos en cuenta que, ante el bombardeo de estímulos visuales y sonoros, el hombre que habita en las grandes ciudades ha desarrollado un mecanismo de defensa, por lo que no percibe todo lo que ve, ni todo lo que oye.

El ser humano ha desarrollado sus sentidos, condicionándolos para que sean selectivos; además posee habilidades para no dejarse distraer, no perder la atención y para no escuchar.

Esto nos lleva a pensar que si el ser humano ha tornado sus sentidos selectivos, entonces la contaminación visual afectaría en gran parte a la naturaleza sin causar efectos negativos en las personas. Ante esta situación, el 30% de los ambientalistas afirman que la contaminación visual afecta el sistema nervioso y en un 70% el equilibrio emocional; atributos que la persona necesita para poder desarrollarse en completa calidad de vida. Físicamente altera el sistema nervioso, produce úlceras nerviosas, trastornos sanguíneos entre otros.

Mientras tanto, los optometristas manifiestan que los problemas visuales se darán en un 35% cuando las personas se ven bombardeadas por diferentes estímulos en un lapso, pues el ojo sintetiza con rapidez las radiaciones, pudiendo causar cierto tiempo de fatiga, la que se manifiesta con dolores de cabeza, lagrimeo, escozor, comezón, mareo y sueño. Asimismo, afectará

en un 65% a las personas que tienen problemas con la imagen en su vista. Si este es el caso, entonces el cerebro, aparte de sintetizar todos los estímulos visuales, deberá esforzarse un poco más para aclarar la imagen.

No obstante, el receptor guatemalteco medio, al que no se le ha dado una preparación básica sobre los distintos tipos de contaminación ambiental, atribuya sus trastornos visuales a, diversos factores. Sin embargo, nos atrevemos a decir que más de un 50% de los habitantes de nuestra ciudad han sido víctimas - sin darse cuenta- de este tipo de contaminación, provocada indiscriminadamente por muchas personas que desconocen el daño que causa la saturación de mensajes visuales, expuestos al aire libre.

Un aspecto muy importante dentro de la investigación, en el que se coincidió con los profesionales consultados al respecto fue, más que el daño físico que la contaminación visual puede tener, el daño psicológico que esta produce en las personas.

Para dar respuesta a este enunciado, se abordó a profesionales de la Psicología, quienes consideraron que la saturación visual existente en nuestro medio, en un 75% desequilibra el ritmo de vida de las personas y lo que es peor, crea desequilibrios en la personalidad, fomentando las ideas de competencia alimentando falsas expectativas que apartan a los seres humanos del medio real en el que se desenvuelven y, en un 25% los afecta físicamente.

Dependiendo de las personas, la saturación de mensajes publicitarios al aire libre pueden en determinado momento alterar los estados anímicos, influyendo en determinado momento en la provocación de problemas a nivel social. Además de distraer la atención, la contaminación visual provoca un shock, el que puede manifestarse inmediatamente o alterar a la persona en forma emocional.

En realidad el ambiente influye en el ser humano y en sus relaciones con los demás y, cuando no lo podemos controlar nos produce estrés. Este es producto de una sobre carga sensorial, que se obtiene por los sonidos y estímulos visuales que se multiplican con tal rapidez que inmediatamente saturan las conexiones sensoriales de las personas.

Otro aspecto importante que señalaron los estudiosos de la conducta humana fue el cambio de actitud que produce en las personas la publicidad, no sólo al aire libre sino a nivel general.

Al consultar algunos teóricos de la psicología social, ellos definen el cambio de actitud como el proceso de selección de los mensajes o imágenes que nos transmiten los medios de comunicación social. Estos nos ilustran que de todo un sinfín de comerciales publicitarios que hayamos visto, solamente vamos a elegir aquéllos que nos gusten y llamen la atención.

Además, sostienen que las personas en su mayoría atienden a los mensajes fáciles de interpretar y rechazan los que cuestan asimilar o rebatir.

Este fenómeno se da en las personas que se valoran por sí mismos, por ser más influenciables y manipulables. por otro lado, los inteligentes suelen resistir a la persuasión, porque fácilmente piensan en argumentos contrarios. De tal manera, cuando los mensajes son enredados, solamente los muy inteligentes están en condiciones de entenderlos e interpretarlos y, por lo mismo de recibir su influencia mediatizadora.

Diariamente la publicidad nos acosa para que modifiquemos nuestra conducta, pero ésta no tiene éxito, porque de nosotros como humanos depende lo que deseamos ver y oír. Por fortuna para los anunciantes, el cambio de actitud no les interesa, sino les interesa el cambio de conducta. De hecho, primero se debe modificar el comportamiento humano, para luego lograr el cambio de actitud.

Todo lo descrito en este capítulo deja claro el problema de investigación, el que se circunscribe en "los problemas que produce la contaminación visual de la publicidad al aire libre en el comportamiento del receptor guatemalteco y su entorno en donde se desenvuelve".

Ahora bien, la hipótesis formulada en este estudio queda resuelta, porque se comprobó que la contaminación visual publicitaria es un fenómeno que afecta psíquica y físicamente a las personas, aunándose también el deterioro que sufre el medio ambiente.

Desde el punto de vista de la psicología, las personas son afectadas del sistema nervioso y del equilibrio emocional. Esta última, se refiere al desequilibrio que produce la publicidad en el ritmo de vida y al cambio de actitud en la personalidad; puesto que fomenta ideas de competencia, falsas ilusiones que nos alejan de la vida real. También hace hincapié en una vida dedicada a obtener cosas, a darse gustos instantáneos, y esto menoscaba los principios del esfuerzo propio, la disciplina y el sentido del deber.

Encoge la mente cuando aceptamos argumentos ilógicos, dejamos que una poderosa fuerza educativa mine aquello que todos necesitamos para estructurar la capacidad de razonamiento crítico del deber.

Asimismo, fomenta el egoísmo entre las personas, ya que cohesionan el deseo de obtener cosas, fomenta el deseo de tener más en vez de ser mejor, tal como le corresponde a una persona decente. Además, corrompe las relaciones personales; pues la explotación sexual de la mujer en la publicidad es un factor que contribuye al fracaso de las relaciones hombre y mujer

en la vida real. Dar a entender que el amor depende de la marca de jabones, cigarrillos, desodorantes, licores, dentífricos, etc., es una mentira y una forma

de hacer menos complicadas las relaciones interpersonales.

Por medio de la experiencia de profesionales en la optometría y la psicología, se comprobaron los daños o problemas que produce físicamente en las personas la contaminación visual publicitaria.

Los optometristas dicen que cuando percibimos los mensajes o imágenes aceleradamente, nos provoca momentáneamente fatiga visual; la que se manifiesta con dolores de cabeza, lagrimeo, escozor, comezón, sueño y mareo; agudizándose especialmente cuando las personas tienen problemas visuales.

A este respecto, los psicólogos afirman que esa clase de contaminación produce úlceras y trastornos nerviosos.

De esta manera, la mayoría de profesionales selectos en esta investigación, reconocieron que la contaminación visual publicitaria repercute en el ambiente, destruyendo los monumentos naturales y obstruyendo el paisaje.

Con ésto se desvirtúa la creencia de muchos individuos que creían en que la publicidad al aire libre no era dañina, por el hecho de comunicar al público u por embellecer la vida nocturna en las calles guatemaltecas.

3.3 PROBLEMÁTICA DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA EN EL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL

En los temas anteriores se describieron situaciones sobre la importancia que reviste la contaminación visual dentro del campo ecológico. Además, se definieron las consecuencias que trae consigo la saturación de imágenes en las personas, tanto a nivel físico como a nivel psicológico.

De tal manera, resulta interesante analizar la problemática real de la contaminación visual, especialmente la de la ciudad capital.

Para entender mejor esta situación, partiremos de uno de los puntos importantes de un anteproyecto no aprobado por las autoridades municipales en 1983, el que fue elaborado por un grupo de ambientalistas que perseguían la regulación de colocación de rótulos en la ciudad capitalina.

Este punto, literalmente dice: "día a día, han aparecido y continuamente aparecen -sin autorización municipal- rótulos, anuncios de productos y servicios no éticos, rótulos hechos con materiales brillantes que encandilan y distraen al conductor de vehículo, rótulos giratorios y de luces intermitentes, rótulos que obstruyen y distorciónan la señalización de tránsito, ubicación y otros señaladores de interés colectivo y anuncios que agreden la pureza del idioma y que violan las normas nacionales e internacionales."

Este párrafo es ilustrativo, porque asegura que la problemática de la contaminación visual en Guatemala, especialmente en el área urbana, es un fenómeno que tiene sus orígenes en dos aspectos fundamentales: a) la falta de control por parte de las autoridades municipales y; b) el abuso de algunas personas, que desconociendo las graves consecuencias de la contaminación visual, utilizan indiscriminadamente la publicidad por medio de rótulos, los que colocan en lugares inadecuados y, en ciertas ocasiones obstruyen el paisaje o pueden provocar accidentes fatales en las personas.

Consultando a profesionales del derecho, el 20% sostiene que en Guatemala no hay voluntad política para legislar en favor del ambiente ecológico y, un 80% afirman que en el país aún no existe

jurisprudencia sobre este problema. Existen leyes como el Decreto número 68-86: Ley de Protección y

Mejoramiento del Medio Ambiente, que sólo tiene un capítulo específico sobre el control de la contaminación visual.

Realmente esto resulta ser irrisorio, pero tenemos que aceptarlo, porque no existen reglamentos que establezcan un control sobre los agentes contaminantes de la visibilidad.

En 1983, un grupo de técnicos ambientalistas y urbanistas, elaboraron un anteproyecto que regulaba el empleo de rótulos publicitarios en el perímetro ciudadano. Lamentablemente este trabajo fue desechado y no se logró su aplicación.

Al consultar a los encargados de la Sección de Rótulos de la municipalidad capitalina, éstos enfatizaron que en el área urbana de la ciudad de Guatemala, actualmente existen 27,800 rótulos de diferentes tipos: adozados, voladizos, vallas publicitarias, paradas de bus, señales de tránsito, etc., los que se encuentran concentrados en mayor cuantía en las zonas uno, cuatro y nueve.

En esa dependencia municipal, existe un reglamento que únicamente se restringe en supervisar la altura en que se deben colocar los rótulos publicitarios y las medidas de éstos.

Este reglamento no contempla aspectos fundamentales como: pigmento, contenido o tipo de iluminación que deben llevar los rótulos.

Es así como en Guatemala no existe, hasta el momento una ley que defienda el derecho ecológico de todos los ciudadanos, pues todos tenemos derecho de gozar de un entorno natural sin contaminación, asimismo de una completa salud física y psicológica.

Según datos brindados por la Sección de Rótulos de la Municipalidad de Guatemala, estima que anualmente la Municipalidad autoriza un total de 3,000 rótulos

publicitarios en el área metropolitana. De esto se deduce que para el año 2,000, en el país habrán más de 48,000 rótulos publicitarios.

Pero lo más curioso es lo siguiente: si una persona se queja por determinado contaminante visual, que bien puede ser un rótulo o una valla publicitaria, si cumple con las regulaciones de altura, ese contaminante no será removido, aunque grite y haga todo lo imposible.

Esta es la única forma de comprender el porqué de la excesiva saturación de rótulos publicitarios en algunas de las principales arterias de la ciudad, así como el despliegue de todo tipo de rótulos y anuncios colocados en árboles, rocas y otros elementos naturales.

Para finalizar con este trabajo, concluimos en que una de las formas más complejas de contaminación es la que se origina por la saturación de imágenes visuales, que son producto del mismo hombre y que tienen un impacto negativo en el entorno del ser humano, que lo afecta no sólo física sino psíquicamente.

Esta contaminación visual, afecta a la naturaleza en la medida en que no se respeten los equilibrios naturales, que se dañan por medio de la colocación de rótulos, pinturas o construcciones que obstruyen el paisaje, dañando de esta manera los monumentos naturales.

Sin embargo, más que un impacto negativo en lo natural, la contaminación visual tiene incidencias negativas en los grupos humanos, quienes se ven asediados por este fenómeno, llegando al extremo de afectarlos psíquicamente, tal como se comprobó en la investigación.

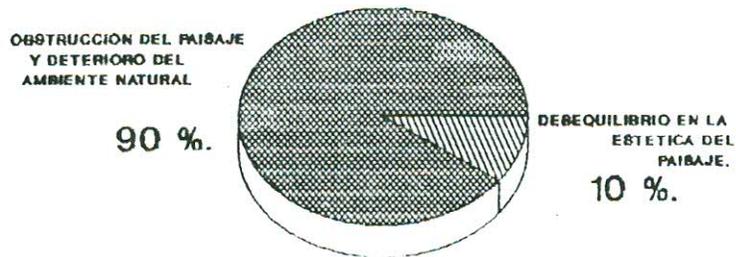
Lamentablemente, en Guatemala no existe la conciencia ni la preparación suficiente para comprender que un mensaje claro, legible, con una proporción armónica; no sólo comunica mejor sino que permite a los miembros de una sociedad vivir en un medio placentero y libre de tensiones.

Esto último, se conjuga con la falta de regulaciones y controles que permitan impedir este tipo de contaminación, que silenciosamente destruye, no sólo el entorno natural sino al hombre mismo; quien en definitiva, es el responsable de controlar el deterioro ambiental y la conservación de los recursos naturales.

Desafortunadamente, ha hecho caso omiso de esta situación, a pesar de que el territorio nacional es rico en disposiciones, leyes y conocimiento, lo que no existe es conciencia y voluntad política para defender el ecosistema natural.

LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

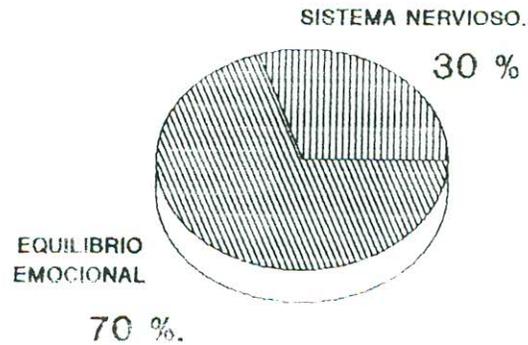
Alteraciones en el entorno ecologico
segun ambientalistas.



LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

Danos físicos y siquicos en las personas

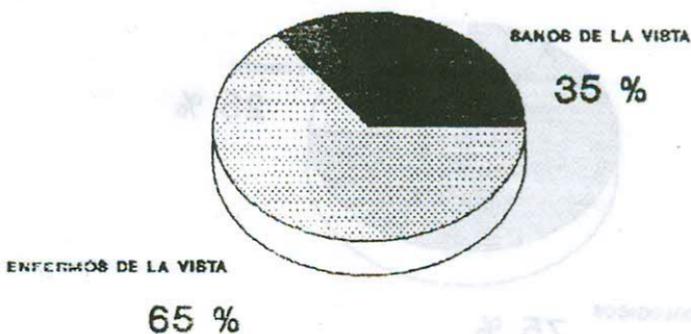
SEGUN AMBIENTALISTAS



LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

Problemas de visibilidad en las personas

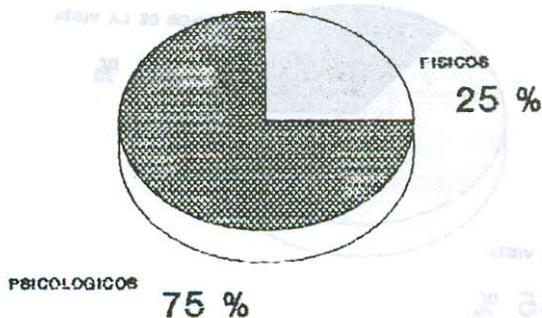
SEGUN OPTOMETRISTAS



LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

Problemas físicos y psicológicos
en las personas.

SEGUN LOS PSICOLOGOS



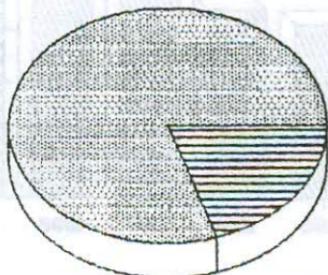
LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE

La legislación guatemalteca

SEGUN PROFESIONALES EN EL DERECHO

NO EXISTE
JURISPRUDENCIA

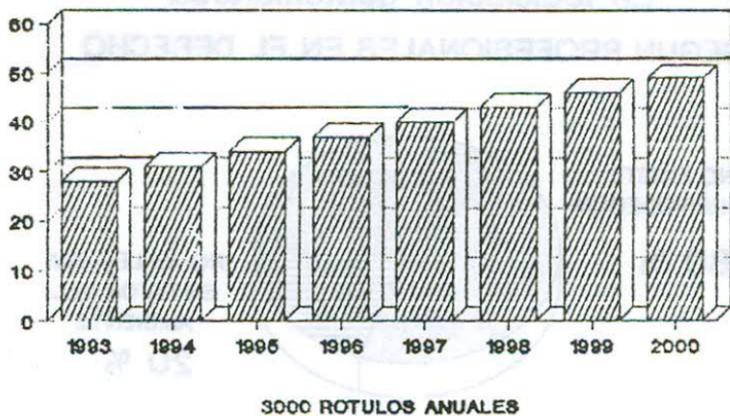
80 %



NO SE LEGISLA
EN FAVOR DEL
AMBIENTE

20 %

CRECIMIENTO DE LA PUBLICIDAD AL AIRE LIBRE EN EL AREA URBANA GUATEMALTECA



La conservación de los componentes ecológicos virtualmente afectados, no se podrán restaurar en la medida en que no sea eficaz promover, fortalecer y apoyar su regeneración para que exista una conciencia ecológica nacional.

Para poder resolver los problemas ambientales y por ende ecológicos, es necesaria la plena participación de las ciencias sociales, concatenada con las ciencias naturales; para así medir la dimensión del problema y tomar las prevenciones necesarias en forma conjunta.

Sin embargo, preocupación seria y generalizada por el deterioro ambiental y la contaminación de los diferentes ecosistemas, reflejan que la biosfera nos está señalando límites críticos, por lo tanto la contaminación debe ser tratada en forma integral.

Una de las formas más complejas de contaminación es la que se origina por la saturación de imágenes visuales producidas por el hombre, las que tiene un impacto en el entorno del ser humano y que le afecta física y psíquicamente.

Situación no abordada por los medios de comunicación, pues los fines lucrativos de éstos, están por encima de los fines sociales de concientización de la población sobre la temática de la salud y el ambiente.

La contaminación visual publicitaria al aire libre, afecta a la naturaleza en la medida en que no se respeten los equilibrios naturales, los que se dañan por medio de la colocación de rótulos, pintura o construcciones que obstruyen el paisaje, dañando de esta manera los monumentos naturales.

Además de un impacto negativo en lo natural, la contaminación visual publicitaria tiene un impacto negativo en los grupos humanos, quienes se ven acosados por este fenómeno que los afecta física y psíquicamente, tal como se comprobó en esta investigación.

Desgraciadamente, en Guatemala no existe conciencia social ecológica, ni la preparación suficiente como para comprender que un mensaje claro, legible, con una proporción armónica, no sólo comunica mejor sino que permite a los miembros de una sociedad vivir en un medio placentero, libre de tensiones y emociones.

Por último, unimos a esto la falta de regulaciones y controles que permiten impedir este tipo de contaminación que silenciosamente destruye, no sólo el entorno natural sino a los seres humanos; quienes en definitiva son los responsables directos de esta problemática.

Lamentablemente, nadie se ha preocupado por legislar en beneficio del ecosistema ecológico, para así controlar la contaminación del deterioro ambiental, la conservación de los recursos naturales y de la salud de las personas. No obstante, algunas de las disposiciones legales en favor del medio ambiente no son puestas en práctica, prueba de ello la sociedad en general hace caso omiso de esa situación agobiante para la colectividad guatemalteca.

RECOMENDACIONES

Como objetivo primordial, es de suma importancia desarrollar un nuevo sistema de valores que dé respuestas auténticas a las comunes aspiraciones de los individuos y de la sociedad, que sea lo suficientemente sólido para garantizar un posterior desarrollo del decoro humano y ambiental.

De tal manera, el Ministerio de Educación debe incorporar a las pensas de estudios una asignatura sobre educación y salud ambiental, esto con el fin de orientar ecológicamente a niños, adolescentes y adultos, para que a través del tiempo podamos predicar con la " conciencia ecológica ", porque actualmente se desconoce, y es por eso que se cometen atrocidades en contra del ambiente humano y natural.

Ante esta situación, todos los profesionales tienen la responsabilidad y obligación de concientizar a la población en general por medio de la prensa, radio, televisión u otros medios de comunicación social, para que así den a conocer los diversos problemas que produce cualquier tipo de contaminación. Asimismo, fomenten y participen en la divulgación de programas específicos de promoción sobre posibles soluciones a la problemática ambiente y salud guatemalteca.

También la sociedad debe ser un ente generador de juicios críticos y objetivos ante las repercusiones negativas de la contaminación visual publicitaria, para lo cual deben exigir el fiel cumplimiento de la ley reguladora sobre la Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente.

Por su parte, el Gobierno de la República y las instituciones específicas encargadas de velar por la protección del Ambiente en Guatemala, deben crear programas educativos que abarquen los diversos tipos de contaminación que dañifican el ecosistema nacional.

De la misma manera, la Municipalidad de Guatemala debe regular la contaminación visual publicitaria por medio de una ley funcional que contenga prohibiciones sobre aquéllos rótulos o vallas publicitarias que no se ajusten a las disposiciones legales del entorno natural, y se restrinja

con esto la masificación de imágenes publicitaria en el medio urbano.

Por lo consiguiente, también el Congreso de la República de Guatemala, debe esmerarse y preocuparse por legislar en beneficio del ecosistema natural.

Por último, la contaminación ecológica debe ser un problema que interese a todos los profesionales y a personas en general para que realicen investigaciones sobre esta temática, actualmente no existe suficiente bibliografía y, esto mismo hace que la mayoría de la población desconozcan los diferentes tipos de contaminación ambiental.

ANEXO

Como un aporte al conocimiento del medio ambiente incluyo en mi tesis el decreto del Organismo Legislativo, aspecto tan importante para el tema de la publicidad.

ORGANISMO LEGISLATIVO

Congreso de la República de Guatemala

DECRETO NUMERO 68-86

CONSIDERANDO

Que la protección y mejoramiento del medio ambiente y los recursos naturales y culturales es fundamental para el logro de un desarrollo social y económico del país, de manera sostenida;

CONSIDERANDO

Que Guatemala aceptó la declaratoria de principios de las resoluciones de la histórica conferencia de las Naciones Unidas, celebrada en Estocolmo, Suecia, en el año de 1972, y en tal virtud, debe integrarse a los programas mundiales para la protección y mejoramiento del medio ambiente y la calidad de vida en lo que a su parte territorial corresponde;

CONSIDERANDO

Que en ausencia de un marco jurídico-institucional que permita normar, asesorar, coordinar y aplicar la política nacional y las acciones tendientes a la prevención del deterioro ecológico y mejoramiento del medio ambiente, se hace necesario emitir el correspondiente instrumento legal especial y crear una entidad específica para el logro de estos principios;

CONSIDERANDO

Que la situación de los recursos naturales y el medio ambiente en general, en Guatemala ha alcanzado niveles críticos de deterioro que inciden directamente en la calidad de vida de los habitantes y ecosistemas del país, obligándonos a tomar acciones inmediatas y así garantizar un ambiente propicio para el futuro.

P O R T A N T O

En uso de las facultades que le confiere los artículos 157 y 171, inciso a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

D E C R E T A :

La siguiente

LEY DE PROTECCION Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE

T I T U L O I

Objetivos generales y ámbito de aplicación de la ley.

C A P I T U L O I

Artículo 1.- El Estado, las municipalidades y los habitantes del territorio nacional, propiciarán el desarrollo social, económico, científico y tecnológico que prevengan la contaminación del medio ambiente y mantenga el equilibrio ecológico. Por lo tanto, la utilización y el aprovechamiento de la fauna, de la flora, suelo, subsuelo y el agua, deberán realizarse racionalmente.

Artículo 2.- La aplicación de esta ley y sus reglamentos compete al Organismo Ejecutivo por medio de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, cuya creación, organización, funciones y atribuciones, establece la presente ley.

Artículo 3.- El Estado destinará los recursos técnicos y financieros para el funcionamiento de la Comisión Nacional del Medio Ambiente.

Artículo 4.- El Estado velará porque la planificación del desarrollo nacional sea compatible con la necesidad de proteger, conservar y mejorar el medio ambiente.

Artículo 5.- La descarga y emisión de contaminantes que afecten a los sistemas y elementos indicados en el artículo 10 de esta ley, deben sujetarse a las normas ajustables a la misma y sus reglamentos.

Artículo 6.- El suelo, subsuelo y límites de aguas nacionales no podrán servir de reservorio de desperdicios contaminados del medio ambiente o radioactivos. Aquellos materiales y productos contaminantes que esté prohibida su utilización en su país de origen no podrán ser introducidos al territorio nacional, salvo para uso científico, tecnológico o comercial, pero en todo caso necesitan autorización de conformidad con las leyes que rijan la materia.

Artículo 7.- Se prohíbe la introducción al país, por cualquier vía, de excrementos humanos o animales, basuras domiciliarias o municipales y sus derivados, cienos o lodos cloacales, tratados o no, así como desechos tóxicos provenientes de procesos industriales que contengan sustancias que puedan infectar, contaminar y/o degradar al medio ambiente y poner en peligro la vida y la salud de los habitantes, incluyendo entre ellos las mezclas o combinaciones químicas, restos de metales pesados, residuos de materiales radioactivos, ácidos y álcalis no determinados, bacterias, virus, huevos, larvas, esporas y hongos zoo y fitopatógenos.

Artículo 8.- Para todo proyecto, obra, industria o cualquier otra actividad que por sus características puedan producir deterioro a los recursos naturales renovables o

no, al ambiente, o introducir modificaciones nocivas o notorias al paisaje y a los recursos culturales del patrimonio nacional, será necesario previamente a su desarrollo un estudio de evaluación del impacto ambiental, realizado por técnicos en la materia y aprobado por la Comisión del Medio Ambiente.

Artículo 9.- La Comisión Nacional de Protección del Medio Ambiente está facultada para requerir de las personas individuales o jurídicas, toda información que conduzca a la verificación del cumplimiento de las normas prescritas por esta ley y sus reglamentos.

Artículo 10.- El Organismo Ejecutivo por conducto de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, realizará la vigilancia e inspección que considere necesaria para el cumplimiento de la presente ley.

Al efecto, el personal autorizado tendrá acceso a los lugares o establecimientos, objeto de dicha vigilancia e inspección, siempre que no se trate de vivienda, ya que de ser así deberá contar con orden de juez competente.

TITULO II

Disposiciones preliminares

CAPITULO UNICO

Del objeto de la ley

Artículo 11.- La presente ley tiene por objeto velar por el mantenimiento del equilibrio ecológico y la calidad del medio ambiente para mejorar la calidad de vida de los habitantes del país.

Artículo 12.- Son objetivos específicos de la ley, los siguientes:

a) La protección, conservación y mejoramiento de los recursos naturales del país, así como la prevención del

deterioro y mal uso o destrucción de los mismos, y la restauración del medio ambiente en general;

b) La prevención, regulación y control de cualesquiera de las causas o actividades que originen deterioro del medio ambiente y contaminación de los sistemas ecológicos, y excepcionalmente, la prohibición en casos que afecten la calidad de vida y el bien común calificados así, previos dictámenes científicos y técnicos emitidos por organismos competentes;

c) Orientar los sistemas educativos, ambientales y culturales, hacia la formación de recursos humanos calificados en ciencias ambientales y la educación a todos los niveles para formar una conciencia ecológica en toda la población;

d) El diseño de la política ambiental y coadyuvar en la correcta ocupación del espacio;

e) La creación de toda clase de incentivos y estímulos

para fomentar programas e iniciativas que se encaminen a la protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente;

f) El uso integral y manejo racional de las cuencas y sistemas hidricos;

g) La promoción de tecnologías apropiadas y aprovechamiento de fuentes limpias para la obtención de energía;

h) Salvar y restaurar aquellos cuerpos de agua que estén amenazados o en grave peligro de extinción;

i) Cualesquiera otras actividades que se consideren necesarias para el logro de esta ley.

Artículo 13.- Para los efectos de la presente ley, el medio ambiente comprende: los sistemas atmosféricos (aire); hidrico (agua); litico (rocas y minerales); edáfico

(suelos); biótico (animales y plantas); elementos audiovisuales y recursos naturales y culturales.

TITULO III

De los sistemas y elementos ambientales

CAPITULO I

Del sistema atmosférico

Artículo 14.- Para prevenir la contaminación atmosférica y mantener la calidad de aire, el Gobierno, por medio de la presente ley, emitirá los reglamentos correspondientes y dictará las disposiciones que sean necesarias para:

- a) Promover el empleo de métodos adecuados para reducir las emisiones contaminantes;
- b) Promover en el ámbito nacional e internacional las acciones necesarias para proteger la calidad de la atmósfera;
- c) Regular las substancias contaminantes que provoquen alteraciones inconvenientes de la atmósfera;
- d) Regular la existencia de lugares que provoquen emanaciones;
- e) Regular la contaminación producida por el consumo de los diferentes energéticos;
- f) Establecer estaciones o redes de muestreo para detectar y localizar las fuentes de contaminación atmosférica;
- g) Investigar y controlar cualquier otra causa o fuente de contaminación atmosférica.

CAPITULO II

Del sistema hidrico

Artículo 15.- El Gobierno velará por el mantenimiento de la cantidad del agua para el uso humano y otras actividades cuyo empleo sea indispensable, por lo que emitirá las disposiciones que sean necesarias y los reglamentos correspondientes para:

a) Evaluar la calidad de las aguas y sus posibilidades de aprovechamiento, mediante análisis periódicos sobre sus características físicas, químicas y biológicas;

b) Ejercer control para que el aprovechamiento y uso de las aguas no cause deterioro ambiental;

c) Revisar permanentemente los sistemas de disposición de aguas servidas o contaminadas para que cumplan con las normas de higiene y saneamiento ambiental y fijar los requisitos;

d) Determinar técnicamente los casos en que debe producirse o permitirse el vertimiento de residuos, basuras, desechos o desperdicios en una fuente receptora, de acuerdo a las normas de calidad del agua;

e) Promover y fomentar la investigación y el análisis permanente de las aguas interiores, litorales y oceánicas, que constituyan la zona económica marítima de dominio exclusivo;

f) Promover el uso integral y el manejo racional de cuencas hidricas, manantiales y fuentes de abastecimiento de aguas;

g) Investigar y controlar cualquier causa o fuente de contaminación hidrica para asegurar la conservación de los ciclos biológicos y el normal desarrollo de las especies;

h) Propiciar en el ámbito nacional e internacional las acciones necesarias para mantener la capacidad reguladora del clima en función de cantidad y calidad del agua;

i) Velar por la conservación de la flora, principalmente los bosques, para el mantenimiento y el equilibrio del sistema hídrico, promoviendo la inmediata reforestación de las cuencas lacustres, de ríos y manantiales;

j) Prevenir, controlar y determinar los niveles de contaminación de los ríos, lagos y mares de Guatemala;

k) Investigar, prevenir y controlar cualesquiera otras causas o fuentes de contaminación hídrica.

C A P Í T U L O I I I

De los sistemas líticos y edáfico

Artículo 16.- El Organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos relacionados con;

a) Los procesos capaces de producir deterioro de los sistemas líticos (o de rocas y minerales), y edáfico (o de los suelos), que provengan de actividades industriales, minerales, petroleras, agropecuarias, pesqueras u otras;

b) La descarga de cualquier tipo de sustancias que puedan alterar la calidad física, química o mineralógica del suelo o del subsuelo que le sean nocivas a la salud o a la vida humana, la flora, fauna y a los recursos o bienes;

c) La adecuada protección y explotación de los recursos minerales y combustibles fósiles, y la adopción de normas de evaluación del impacto de estas explotaciones sobre el medio ambiente a efecto de prevenirlas o minimizarlas;

d) La conservación, salinización, laterización, desertificación y aridificación del paisaje, así como la pérdida de transformación de energía;

e) El deterioro cualitativo y cuantitativo de los suelos;

f) Cualesquiera otras causas o procesos que puedan provocar deterioro de los sistemas.

C A P I T U L O I V

De la prevención y control - -

de la contaminación por ruido o audial

Artículo 17.- El organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos correspondientes que sean necesarios, en relación con la emisión de energía en forma de ruido, sonido, microondas, vibraciones, ultrasonidos o acción que perjudiquen la salud física y mental y el bienestar humano, o que cause trastornos al equilibrio ecológico.

Se considera actividades susceptibles de degradar el ambiente y la salud, los sonidos o ruidos que sobrepasen los límites permisibles cualesquiera que sean las actividades o causas que los originen.

C A P I T U L O V

De la prevención y control de la contaminación visual

Artículo 18.- El Organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos correspondientes, relacionados con las actividades que puedan causar alteración estética del paisaje y de los recursos naturales, provoquen ruptura del paisaje y otros factores considerados como agresión visual y cualesquiera otras situaciones de contaminación y de interferencia visual, que afecten la salud mental y física y la seguridad de las personas.

C A P I T U L O V I

De la conservación y protección de los sistemas bióticos

Artículo 19.- Para la conservación y protección de lo

sistemas bióticos (o de la vida para los animales y las plantas), el Organismo Ejecutivo emitirá los reglamentos relacionados con los aspectos siguientes:

- a) La protección de las especies o ejemplares animales o vegetales que corran peligro de extinción;
- b) La promoción del desarrollo y uso de métodos de conservación y aprovechamiento de la flora y fauna del país;
- c) El establecimiento de un sistema de áreas de conservación a fin de salvaguardar el patrimonio genético nacional, protegiendo y conservando los fenómenos geomorfológicos especiales, el paisaje, la flora y la fauna;
- d) La importancia de especies vegetales y animales que deterioran el equilibrio biológico del paisaje, y la exportación de especies únicas en vías de extinción;
- e) El comercio ilícito de especies consideradas en peligro; y
- f) El velar por el cumplimiento de tratados y convenios internacionales relativos a la conservación del patrimonio natural.

TÍTULO IV

Del órgano de la aplicación de esta ley

CAPÍTULO I

De la creación de la Comisión Nacional del Medio Ambiente

Artículo 20.- Se crea la Comisión Nacional del Medio Ambiente, la que dependerá directamente de la Presidencia de la República y su función será asesorar y coordinar todas las acciones tendientes a la formulación y aplicación de la política nacional, para la protección y mejoramiento del medio ambiente, propiciándola a través de los

correspondientes Ministerios de Estado, Secretaria General del Consejo Nacional de Planificación Económica y dependencias descentralizadas, autónomas, semiautónomas, municipales y sector privado del país.

Artículo 21.- La Comisión Nacional del Medio Ambiente, se integra con: a) Un Coordinador, quien la presidirá; y b) Un Consejo Técnico Asesor. Un reglamento interno establecerá la organización técnica y administrativa de la Comisión Nacional del Medio Ambiente.

Artículo 22.- El Coordinador Nacional del Medio Ambiente, será nombrado por el Presidente de la República, debiendo reunir las mismas calidades que los Ministros de Estado y ser profesional o técnico en la materia, con experiencia mínima de dos años.

Artículo 23.- Las funciones del Coordinador Nacional del Medio Ambiente, son las siguientes:

a) Asesorar al Ejecutivo en todos aquellos asuntos relacionados con la protección y mejoramiento del medio ambiente;

b) Presentar al Ejecutivo para su aprobación, las políticas ambientales del país;

c) Presidir el Consejo Técnico Asesor;

d) Concertar y coordinar, con base en los dictámenes y recomendaciones del Consejo Técnico Asesor, a los Ministerios de Estado, Secretaria General del Consejo Nacional de Planificación Económica y dependencias descentralizadas, autónomas, semiautónomas, municipalidades y Sector Privado del país, todas las acciones relacionadas con la protección y mejoramiento del medio ambiente;

e) Promover y coordinar la cooperación internacional técnica y financiera, para efectos de la protección y mejoramiento del medio ambiente; y

f) Las demás que establezca el Reglamento Interno.

Artículo 24.- El Consejo Técnico Asesor, se integra con diez miembros, un delegado titular y un suplente: de las Secretarías de Planificación Económica, del Sector Público Agrícola, del Ministerio de desarrollo Urbano y Rural, del Ministerio de Educación, del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, del Ministerio de la Defensa Nacional, del Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Industriales y Financieras (CACIF); de las Asociaciones de Periodistas de Guatemala, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de las Universidades privadas del país. Todos ellos, preferiblemente con conocimientos en las ciencias ambientales y/o ecológicas.

Artículo 25.- Son funciones del Consejo Técnico Asesor, las siguientes:

a) Formular la política nacional relativa a la protección y mejoramiento del medio ambiente;

b) Asesorar, supervisar, recomendar y dictaminar sobre todas las acciones para la aplicación de la política nacional para la protección y mejoramiento del medio ambiente;

c) Supervisar el cumplimiento de los Convenios, Tratados y Programas Internacionales, de los que Guatemala forma parte en relación con la protección y mejoramiento del medio ambiente;

d) Recomendar los estudios, las obras y trabajos, así como la implementación de medidas que sean necesarias para prevenir el deterioro del medio ambiente;

e) Hacer las recomendaciones pertinentes, para que los proyectos de desarrollo contemplen las consideraciones ecológicas para el uso racional de los recursos naturales, la protección del medio ambiente, zonificación del espacio y la conservación y mejoramiento del patrimonio natural y cultural del país;

f) Asesorar las instituciones públicas y privadas sobre las actividades y programas que conciernan a la

prevención, control y mejoramiento de los sistemas ambientales;

g) Promover la educación ambiental en los sistemas educativos, informativos y culturales, a fin de crear y fomentar una conciencia ecológica;

h) Recabar, centralizar y analizar toda información inherente a la protección y mejoramiento ambiental a través de Bancos de Datos;

i) Localizar, clasificar y evaluar en forma sistemática y ordenada, por medio de un registro catastral, las fuentes de contaminación y las áreas en donde exista deterioro ambiental;

j) Mantener un registro actualizado de todas aquellas disposiciones legales, tanto a nivel nacional, como internacional, relativas a la protección y mejoramiento del ambiente. Las disposiciones internacionales serán remitidas a la Dirección General de Servicios de Salud;

k) Representar al país en los eventos internacionales, relacionados con el medio ambiente;

l) Propiciar y analizar cualesquiera reglamentos y normas que tiendan a mantener un ambiente de calidad;

m) Recomendar y supervisar los estudios de evaluación de impacto ambiental a las personas, empresas o instituciones de carácter público o privado, a efecto de determinar las mejores opciones que permitan un desarrollo sostenido;

n) Promover la formación de recursos humanos calificados en ciencias ambientales y recursos naturales;

ñ) Promover estudios, estrategias y técnicas para el aprovechamiento racional de la fauna y la flora del país;

o) Promover la creación, desarrollo y manejo del sistema en áreas de conservación;

p) Promover y coordinar las acciones tendientes a recuperar ambientes deteriorados;

q) Promover la incorporación de la dimensión ambiental en las políticas, programas y proyectos de desarrollo; y

r) El Consejo Técnico Asesor, podrá propiciar a través de la Comisión Nacional de Protección al Medio Ambiente, la creación de fundaciones para promover y divulgar estudios e investigaciones concernientes al medio ambiente, conservación, uso racional y sostenido de los recursos naturales.

Las fundaciones, para el mejor funcionamiento de sus objetivos, podrán recibir aportaciones del Sector Público y del privado. Estos aportes serán deducibles en los términos y condiciones que disponga la ley del Impuesto sobre la Renta.

Las fundaciones destinarán los recursos que obtengan, al incremento de programas que realicen los organismos de investigación existentes y otros que estén relacionados con la conservación del ambiente y de los recursos naturales renovables.

Artículo 26.- Para el logro de sus propósitos, la Comisión Nacional del Medio Ambiente, contará con la cooperación de los Ministerios de Estado, Secretaría General del Consejo Nacional de Planificación Económica y dependencias descentralizadas, autónomas, semiautónomas, municipales y Sector privado del país.

Artículo 27.- En casos de emergencia, la Comisión Nacional del Medio Ambiente, podrá emitir declaratoria de la peligrosidad en aquellas actividades de grave incidencia ambiental y realizar los estudios de evaluación de impacto ambiental que procedan.

Artículo 28.- Todas las dependencias públicas, entidades descentralizadas y las municipalidades deberán colaborar con la Comisión Nacional del Medio Ambiente, en todos aquellos asuntos que lo requieran. El Presidente de

la República, cuando lo estime necesario, podrá convocar a sesión a la Comisión Nacional del Medio Ambiente, y si asiste, presidirá las sesiones de que se trate. La Comisión coordinará todas sus actividades con el Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural.

TITULO Y

CAPITULO UNICO

Infracciones, sanciones y recursos

Artículo 29.— Toda acción u omisión que contravenga las disposiciones de la presente ley, efectuando así de manera negativa la cantidad y calidad de los recursos naturales y los elementos que conforman el ambiente, se considerará como infracción y se sancionará administrativamente de conformidad con los procedimientos de la presente ley, sin perjuicio de los delitos que contemplan el Código Penal.

Para el caso de delitos, la Comisión los denunciará a los tribunales correspondientes, impulsados por el Ministerio Público, que será parte de estos procesos para obtener la aplicación de las penas.

Artículo 30.— Se concede acción popular para denunciar ante la autoridad, todo hecho, acto u omisión que genere contaminación y deterioro o pérdida de recursos naturales o que afecten los niveles de calidad de vida.

Si en la localidad no existiera representante de la Comisión Nacional de Protección del Medio Ambiente, la denuncia se podrá hacer ante la autoridad municipal, la que remitirá para su atención y trámite a la mencionada Comisión.

Artículo 31.— Las sanciones que la Comisión Nacional del Medio Ambiente dictamine por las infracciones a las disposiciones de la presente ley son las siguientes:

a) Advertencia, aplicada a juicio de la Comisión Nacional del Medio Ambiente y valorada bajo un criterio de evaluación de la magnitud del impacto ambiental;

b) Tiempo determinado para cada caso específico para la corrección de factores que deterioran el ambiente con participación de la Comisión en la búsqueda de alternativas viables para ambos objetivos;

c) Suspensión cuando hubiere variación negativa en los parámetros de contaminación establecidos para cada caso específico por la Comisión Nacional del Medio Ambiente;

d) Comiso de las materias primas, instrumentos, materiales y objetos que provengan de la infracción cometida, pudiéndose destinar a subasta pública o su eliminación cuando fueren nocivos al medio ambiente;

e) La modificación o demolición de construcciones violatorias de disposiciones sobre protección y mejoramiento del medio ambiente.

f) El establecimiento de multas para restablecer el impacto de los daños causados al ambiente, valorados cada cual en su magnitud; y

g) Cualesquiera otras medidas tendientes a corregir y reparar los daños causados y evitar la contaminación de actos perjudiciales al medio u los recursos naturales.

Artículo 32.- La aplicación de las sanciones a que se refiere el artículo anterior, será competencia de la Comisión Nacional del Medio Ambiente.

Artículo 33.- Para la aplicación de lo regulado en este capítulo, la Comisión Nacional del Medio Ambiente, tendrá en cuenta discrecional:

a) La mayor o menor gravedad del impacto ambiental;

b) La trascendencia del mismo en perjuicio de la población;

c) Las condiciones en que se produce; y

d) La reincidencia.

Artículo 34.- Previo a imponer la sanción correspondiente, los infractores serán citados y oídos por la Comisión Nacional del Medio Ambiente. Estas sanciones las aplicará la Comisión, siguiendo el procedimiento de los incidentes, señalada en la Ley del Organismo Judicial.

Artículo 35.- Evacuada la audiencia y emitidos los dictámenes respectivos, la Comisión Nacional del Medio Ambiente, dictará la resolución correspondiente. En los casos de incomparecencia, sin más trámite se resolverá lo que en derecho corresponda.

Artículo 36.- Toda multa o sanción que se imponga, deberá hacerse efectiva en los plazos que la comisión establezca para cada caso particular. En caso de incumplimiento, se procederá de conformidad con la ley correspondiente, siempre que no existan recursos pendiente. Las multas ingresarán al Fondo Común de Erario, en cuenta especial como disponibilidad privativa a favor de la Comisión Nacional del Medio Ambiente, con destino a programas para la conservación y mejoramiento del ambiente, y la calidad de vida de los habitantes del país.

Artículo 37.- Toda persona que se considere afectada por los hechos degradantes al ambiente, podrá acudir a la Comisión Nacional del Medio Ambiente, a efecto que se investiguen tales hechos y se proceda conforme esta ley.

Artículo 38.- Las resoluciones que dicte la Comisión Nacional del Medio Ambiente, podrá ser revocados de oficio cuando no estén consentidas por los interesados. Contra dichas resoluciones procede el recurso de revocatoria que agota la vía administrativa. El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, conocerá de los recursos de revocatoria que se interpongan contra resoluciones de la Comisión y procede el recurso de lo Contencioso-Administrativo contra las resoluciones del Ministerio, el que podrá interponer también la Comisión, cuando considere se afecten los intereses de la nación en materia de protección del Medio Ambiente.

Artículo 39.— La Comisión Nacional del Medio Ambiente, recomendará a la Presidencia de la República, las derogatorias fiscales como otro tipo de incentivos en base a solicitudes aprobadas por la Comisión Nacional del Medio Ambiente.

TITULO VI

Disposiciones transitorias y derogativas

CAPITULO I

Disposiciones transitorias

Artículo 40.— La ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, deberá integrar a la Comisión Nacional del Medio Ambiente a dichos consejos, con la finalidad de que la Comisión proponga la incorporación de la dimensión ambiental en las políticas, programas y proyectos de desarrollo.

CAPITULO II

Disposiciones derogatorias

Artículo 41.— Se derogan las leyes y disposiciones que se opongan a la presente ley, especialmente el Acuerdo Gubernativo número 207-56, de fecha 16 de abril de 1986, que crea la Comisión Nacional del Medio Ambiente, emitido por el Presidente de la República en consejos de ministros.

Artículo 42.— La presente ley entrará en vigencia, a los ocho días de su publicación en el Diario Oficial. Pase al Organismo Ejecutivo para su publicación y cumplimiento.

Dado en el Palacio del Organismo Legislativo: en la ciudad de Guatemala, a los veintiocho días del mes de noviembre de mil novecientos ochenta y seis.

ELIAN DARIO ACUÑA ALVARADO

Segundo Vicepresidente en funciones del Presidente.

ROBERTO ADOLFO VALLE VALDIZAN

Secretario

ROBERTO ALEJOS CAMBADA

Secretario

**Palacio Nacional: Guatemala, cinco de diciembre de mil
novecientos ochenta y seis.**

Publiquese y Cúmplase.

Lic. MARCO VINICIO CERESO ABEVALO

Presidente Constitucional de la República

JUAN JOSE RODIL PERALTA

Ministro de Gobernación

BIBLIOGRAFIA

Agramonte, Roberto D.
1978

SOCIOLOGIA. Puerto Rico.
Editorial universitaria;
Universidad de Puerto Rico, Río
Pieñas.

Anteproyecto
1983

DEGLAMENTO PARA LA AUTORIZACION
DE ROTULOS EN EL AREA
METROPOLITANA. Guatemala;
Corporación Municipal.

Barthes, Roland
1971

RETORICA DE LA IMAGEN. EL MENSAJE
FOTOGRAFICO. Editorial Alberto
Corazón; España.

Bunge, Mario
1980

LA CIENCIA SU METODO Y FILOSOFIA.
Buenos Aires, Argentina.
Ediciones Siglo XXI.

Decreto
1988

68-86 LEY DE PROTECCION Y
MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE.
Comisión Nacional del
Medio Ambiente del Congreso de la
República de Guatemala.

Diccionarios:

1983

ENCICLOPEDICO SALVAT.
Barcelona España.
Editorial Salvat,

1986

ENCICLOPEDICO SOPENA.
Barcelona España.
Editorial Ramón Sopena,

1988

ENCICLOPEDICO LAROUSSE. México.
Ediciones Larousse, S. A.

Gill, Leslie E.
1972

PUBLICIDAD Y PSICOLOGIA.
Editorial Psique. Buenos Aires,
Argentina.

Gutiérrez, Claudio
Brenes, Avelardo
1980

TEORIA DEL METODO EN LAS CIENCIAS
SOCIALES. Costa Rica,
Centroamérica.
Ediciones Universitarias S. A.

Kedrov, M. B.
Spirkin, A.
1984

HOMBRE CIENCIA Y FILOSOFIA.
Facultad de Ciencias Económicas,
Universidad de San Carlos de
Guatemala. Guatemala, C. A.

Kleppner's, Otto
1988

PUBLICIDAD. Editorial
Programas Educativos S. A.
México, D. F.

MacCannell, Dean
MacCannell, Juliet F.
1990

LA ERA DEL SIGNO. Editorial
Trillas. México, D. F.

Marshall, Graeme J.
1986

LOS NIÑOS Y LA PROPAGANDA
COMERCIAL.
Ediciones Ambassador. U. S. A.

Odum, Eugene P.
1971

FUNDAMENTOS DE ECOLOGIA.
Editorial Interamericana.
México, D. F.

Odum, Eugene P.
1986

E C O L O G I A.
Editorial Interamericana,
México, D. F.

Dedroni, Ana Maria
1993

SEMILOGIA DE LA IMAGEN.
Asignatura del octavo semestre de
licenciatura en Ciencias de la
Comunicación.
Universidad de San Carlos de
Guatemala.

Yurrita, Alfonso
1983

CONTAMINACION VISUAL O
LEGIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE
FISICO.
Seminario de Conscientización
Ambiental. Guatemala, Centro
América.