

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESTUDIO DE LA LEGISLACIÓN PUBLICITARIA
EN ANTIGUA GUATEMALA**

Presentado por:

JUAN GABRIEL LÓPEZ GUITZOL

Previo a optar el Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora de tesis:

Licda. Carla Maribel Álvarez Valle

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Guatemala, noviembre de 2007

DL
16
T(592)

Director

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Sergio Morataya

Lic. Víctor Carillas

Representante de los Egresados

Lic. Marcel Arévalo

Representantes Estudiantiles

Lic. Edgar Hernández

Lic. Estevens Mencos.

Secretaria

Licda. Miriam Isabel Yucuté

Tribunal Examinador

Licda. Carla Álvarez (Presidenta, Asesora)

Licda. Ana Ligia Segura

Lic. Douglas Barillas

Lic. Miguel Ángel Juárez

M.A. Elías Barahona

Lic. Ismael Avendaño (Suplente)



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 16 de noviembre de 2006

Dictamen Aprobación 698-2006

CT-Akmg

Señor
Juan Gabriel López Guitzol
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente

Estimado Señor:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.13 el punto Dos del Acta 12-2006, de sesión celebrada el 14 de noviembre de 2006.

2.13 Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar al estudiante Juan Gabriel López Guitzol, carné 199921513; el proyecto de tesis "Estudio de la legislación publicitaria en Antigua Guatemala". b) Nombrar como asesor (a) a: Licda. Carla Maribel Álvarez Valle.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis



Akmg/

Cc. Comisión de Tesis



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de agosto de 2007.
ECC 896-07

Señor (a) (ita)
Juan Gabriel López Guitzol
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 22.5 del Punto VIGÉSIMO SEGUNDO del Acta Extraordinaria No. 28-07, de sesión celebrada el 17-08-07.

“VIGÉSIMO SEGUNDO:...22.5... El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales: Licda. Carla Alvarez, (Presidenta), Licenciados (as): Ana Ligia Segura y Douglas Barillas, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante **JUAN GABRIEL LÓPEZ GUITZOL**, Carné No. 199921513, cuyo título es: ESTUDIO DE LA LEGISLACIÓN PUBLICITARIA EN ANTIGUA GUATEMALA. El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAR A TODOS”


Licda. Miriam Yacuté
Secretaria



MY/csg



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala, 4 de octubre del 2007

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Juan Gabriel

López Guitzol Carné 199921513

Ha realizado las correcciones y recomendaciones a TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:


"ESTUDIO DE LA LEGISLACION PUBLICITARIA EN ANTIGUA

GUATEMALA"

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

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"


Miembro Comisión Revisora
Licda. Ana Ligia Segura


Miembro Comisión Revisora
Lic. Douglas Barillas


Presidente Comisión Revisora
Licda. Carla Alvarez

Cc. Archivo



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 15 de noviembre de 2007.
ECC 1,310-07

Señor (a) (ita)
Juan Gabriel López Guitzol
Esc. De Ciencias de la Comunicación

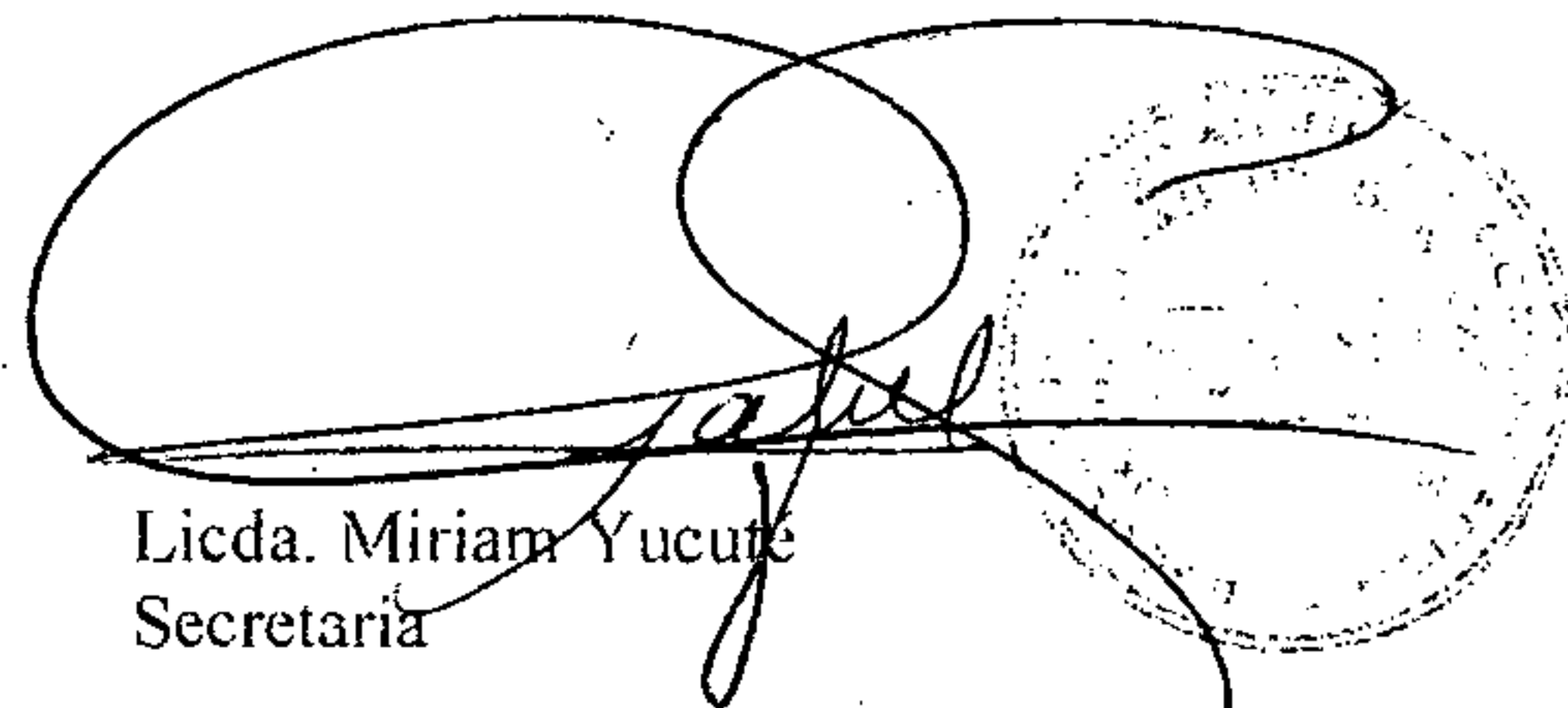
Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 30.6 del Punto TRIGÉSIMO del Acta Extraordinaria No. 46-07 de sesión celebrada el 12-11-07.

“TRIGÉSIMO:...30.6...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: ESTUDIO DE LA LEGISLACIÓN PUBLICITARIA EN ANTIGUA GUATEMALA, presentado por el (la) estudiante **Juan Gabriel López Guitzol**, Carné No. 199921513, con base en el dictamen favorable del comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) se nombra a los profesionales: Lic. Miguel Ángel Juárez, M.A. Elías Barahona y Lic. Ismael Avendaño (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Licda. Carla Alvarez, (Presidenta), Licda. Ana Ligia Segura y Lic. Douglas Barillas, para que integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licda. Miriam Yucute
Secretaria

MY/csg

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

**Para los efectos legales,
únicamente el Autor es responsable
del contenido de este trabajo.**

Dedicatoria:

A Dios.

Por permitirme vivir en este tiempo, conocer lo maravilloso de su amor y en definitiva por tomarme como hijo suyo.

A mi Patria.

Guatemala, que Dios te Bendiga

Al Reverendo William Soto Santiago Ph.D.

Por su orientación Espiritual y mostrarme el camino seguro y verdadero a seguir.

A mi padre.

Rodolfo López, por sus diversos ejemplos y consejos.

A mi madre.

Francisca Guitzol de López por ser una mujer ejemplar, amiga, luchadora y vencedora, firme y de mucha fe, por brindarme su apoyo que sin él no hubiera llegado hasta aquí.

A mis Hermanos

Francisco (Paco) y José, por ser mis primeros amigos y apoyarme en muchas ocasiones y hasta hoy en día juntos como hermanos.

A mis sobrinos:

José Gabriel, Alma Esperanza y Miguelito

A mi demás familia.

Por tener momentos de compañerismo en más de alguna ocasión

A mis amigos.

Nery Solares, Melisa, Mitch, Jorge Mario, Fabiola Alvarado (por ser una gran amiga y escucharme en muchas ocasiones), Lucky, David, Abel, Samuel, por su amistad, de verdad muchas gracias mucha...

Agradecimientos:

A Dios Primeramente.

A las entidades educativas de pre-primaria, primaria, básicos y Diversificado por ser escalones de formación educativa.

Muy Especialmente a: la **Universidad De San Carlos De Guatemala**, por abrirme sus puertas y vivir en ella grandes y buenas experiencias, por ser parte de mi vida y de igual manera ser parte de ella porque en ella me forje como profesional y porque en ella compartí muchos momentos especiales con personas especiales como lo son mis amigos.

A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por recibirme en sus salones y tras varios años en sus salones, biblioteca y corredores egresar orgullosamente de ella.

A todo aquel docente que transmitió su valioso conocimiento.

A la Licda. Carla Maribel Álvarez Valle por asesorar la presente tesis

A M.A. Aracelly Mérida por ser una gran mujer de grandes conocimientos, por su orientación y ayuda, por estar siempre presta a escuchar, gracias por su fineza, le deseo muchos éxitos.

A toda aquella persona que de una u otra forma estuvo con migo en las buenas y malas, sinceramente gracias.

ÍNDICE.

Resumen
Introducción

I
II

1. Marco Conceptual.

1.1	Título	1
1.2	Antecedentes	1
1.3	Justificación	1
1.4	Planteamiento del problema	2
1.5	Alcances y límites	2

2. Marco Teórico.

2.1	Antigua Guatemala	3
2.1.1	Clima	5
2.1.2	Límites	5
2.1.3	Jurisdicción municipal	5
2.1.4	Fiesta titular	6
2.1.5	Industria	6
2.1.6	Religión	6
2.1.7	Poetas y escritores Antiguëños	6
2.1.8	Personajes sobresalientes	7
2.2	Publicidad exterior	7
2.2.1	Diversidad de soportes de la publicidad exterior	9
2.2.2	Características de la publicidad exterior	13
2.2.3	Limitaciones de la publicidad exterior	14
2.2.4	Ventajas y desventajas de la publicidad exterior	16
2.2.5	Criterios de selección	17
2.3	Legislación y reglamentación que corresponde a la ciudad de Antigua Guatemala	18
2.3.1	Constitución política de la república de Guatemala	19
2.3.2	Ley para la protección del patrimonio cultural de la Nación Decreto No. 26-97, reformado por el Decreto No. 81-98	20
2.3.3	Ley de protección y conservación del patrimonio cultural y natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su zona de influencia Decreto No. 29-2005 en relación al Decreto No. 60-69	22
2.3.4	La UNESCÔ y el patrimonio mundial	32
2.3.5	La misión de la UNESCO	33
2.3.6	Convención para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural	33
2.3.7	Definiciones del patrimonio cultural y natural	35

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

2.3.8	Reglamentación de publicidad exterior en Antigua Guatemala	35
2.4	Sanciones por el incumplimiento de la reglamentación de publicidad en Antigua Guatemala	39
2.5	Utilidad de los letreros en Antigua Guatemala	40

3. Marco Metodológico.

3.1	Tipo de investigación	41
3.2	Objetivos	41
	3.2.1 Objetivo general	41
	3.2.2 Objetivos específicos	41
3.3	Técnica	41
3.4	Instrumento	42
3.5	Población	42
3.6	Muestra	42

4. Presentación y descripción de resultados.

4.1	ubicación del comercio	43
4.2	posición del letrado	44
4.3	idioma del letrado	45
4.4	Materiales de elaboración de los letreros	46
4.5	tamaño de los letreros	47
4.6	uso adecuado de letras en los letreros	48
4.7	conclusiones	49
4.8	Recomendaciones	50
4.9	Referencias bibliográficas	51

ANEXOS

I	Mapa de Antigua Guatemala	53
II	Fotografías de letreros en antigua Guatemala	54

RESUMEN:

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Investigador:

Juan Gabriel López Guitzol.

Título:

"Estudio de la legislación publicitaria en Antigua Guatemala"

Planteamiento del Problema:

¿Cuál es la legislación y reglamentación que se aplica con respecto a la publicidad exterior de los letreros de los centros comerciales existentes en el casco urbano de la ciudad de Antigua Guatemala, declarada patrimonio cultural de la humanidad? Y si ¿Existe cumplimiento de la misma?

Instrumento:

Fichas bibliográficas y guía de observación.

Procedimiento para la obtención de datos e información:

Recopilación bibliográfica, en libros, folletos, documentos, internet. Se visitaron distintas bibliotecas en instituciones, tales como el INGUAT y el Consejo para la protección de la Antigua Guatemala, también se observaron 150 letreros de distinta índole con el objetivo de identificar sus características y hacer un análisis de resultados.

Resultados y conclusiones:

Los 150 letreros están adosados a la pared.

La conclusión principal de este estudio con respecto a la legislación publicitaria es que de los 150 letreros observados no cumplen totalmente con lo regulado por el consejo nacional para la protección de La Antigua Guatemala principalmente lo establecido en el artículo 8º. Incisos c, d, y el artículo 10º.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tuvo como finalidad hacer un estudio sobre la Legislación Publicitaria existente en Antigua Guatemala,

Para ello se describen los antecedentes, la justificación, el planteamiento del problema y los alcances y límites del estudio

Así mismo, el lugar objeto de estudio la ciudad Antigua Guatemala, así como sus características más importantes.

También se incluye información sobre publicidad exterior, sus aplicaciones, limitaciones y disposiciones.

Así mismo, se detallan los acuerdos, leyes y decretos que competen a la ciudad de Antigua Guatemala como patrimonio cultural, dándole énfasis a lo regulado por el Consejo Nacional Para la Protección de Antigua Guatemala, con respecto a la publicidad exterior, en el reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de La Antigua Guatemala,

Luego se explica la metodología utilizada para realizar este trabajo, seguidamente se presentan los resultados obtenidos, para finalizar con las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

1. MARCO CONCEPTUAL.

1.1 Título del tema

“Estudio de la legislación publicitaria en Antigua Guatemala”

1.2 Antecedentes

En lo referente a legislación en Antigua Guatemala, existe la tesis de Carlos Enrique Morales Méndez de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala cuyo título es “La ineficacia de la ley protectora de la ciudad de la Antigua Guatemala, decreto Número 60-69 del congreso de la República de Guatemala y la urgente necesidad de establecer como delitos, las figuras jurídicas que actualmente están reguladas como faltas en dicho decreto”. Donde señala que la ley protectora de la ciudad de la Antigua Guatemala, adolece de una serie de deficiencias y que es necesario modificar el contenido de los artículos relativo a las sanciones que esta ley establece, ya que en ellos se observan contradicciones.

1.3 Justificación

La ciudad de Antigua Guatemala ha sido declarada Monumento Nacional, Ciudad Monumento de América y Patrimonio Cultural de la Humanidad, por lo que constitucionalmente debe sujetarse a régimen especial de conservación, con el propósito de preservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales, por haber sido declarada Patrimonio Mundial.

La Constitución Política de La República de Guatemala, en el Título II, Derechos Humanos, Capítulo II, Sección Segunda, Cultura, Artículo 60, indica que se prohíbe la enajenación, exportación o alteración, del Patrimonio cultural, salvo los casos que determine la ley.

Y el Artículo 61, con respecto a la protección del patrimonio cultural señala que la ciudad Antigua Guatemala debe conservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales a través de un régimen especial de conservación.

En este estudio se investigó si existen disposiciones y reglamentos con respecto a la publicidad exterior que garanticen la plena protección y conservación de la ciudad de Antigua Guatemala, así como si los mismos se cumplen o no.

Así mismo si existe alguna entidad descentralizada de Estado, científica, técnica, no lucrativa, con personalidad jurídica para ejercer derechos y contraer obligaciones con respecto a la regulación de la publicidad.

1.4 Planteamiento del problema

La ciudad de Antigua Guatemala, debe sujetarse a régimen especial de conservación, por haber sido declarada Patrimonio Mundial, debido a ello en este trabajo se plantean las siguientes interrogantes con relación a:

¿Cuál es la legislación y reglamentación que se aplica con respecto a la publicidad exterior de los letreros de los centros comerciales existentes en el casco urbano de la ciudad de Antigua Guatemala, declarada patrimonio cultural de la humanidad? Y si ¿Existe cumplimiento de la misma?

1.5 Alcances y límites

El estudio se realizó únicamente en 150 centros comerciales ubicados en el casco urbano de la ciudad, específicamente en la 4ta Calle y 5ta. Calle poniente y en la Calzada Santa Lucía Norte y Sur de la ciudad de Antigua Guatemala.

El periodo que abarcó el estudio fueron los meses de noviembre y diciembre del año 2006.

Este estudio se ciñó solamente al área mencionada y a los centros comerciales que se encontraban en la misma.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antigua Guatemala

A continuación se describen algunos aspectos importantes del lugar donde se llevo a cabo el estudio.

El escritor Carlos Humberto Quintanilla Meza, en su libro: Breve relación histórica geográfica de Sacatepéquez, (1994) hace mención de datos primordiales de Antigua Guatemala.

Indica Quintanilla (1994: p. 21) "Con este nombre es conocida oficialmente desde el 24 de julio de 1774, que otra fuera la MUY NOBLE Y MUY LEAL CIUDAD DE SANTIAGO DE LOS CABALLEROS DE GUATEMALA, entonces metrópoli del Reino de Guatemala, siendo en esa fecha cuando por primera vez se consignan en un documento oficial el de Antigua Guatemala.

En la actualidad Antigua Guatemala es la cabecera del departamento de Sacatepéquez, se localiza en el centro del país.

La ciudad de La Antigua Guatemala fue asentada oficialmente en el valle de Panchoy o pancán que significa: "Laguna Grande", el 10 de marzo de 1543 por disposición del licenciado Francisco Marroquín. Obispo de Guatemala, y el licenciado Francisco de La Cueva, en su calidad de Gobernadores interinos del Reino de Guatemala."

Quintanilla (1994: p. 23) "La Antigua Guatemala por su importancia histórica, cultural y religiosa es en su conjunto un importante centro de atracción turística para nacionales y extranjeros durante todo el año y dadas sus características especiales ha sido objeto de las siguientes distinciones: El rey Carlos V de España le otorgó como escudo de armas, el mismo de la Ciudad de Santiago de Guatemala, conferido en Medina del Campo el 28 de julio de 1532; el rey Felipe II de España le confirió el título de *Muy Noble y Muy Leal Ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala*, por la Real Cédula firmada en el Escorial el 10 de marzo de 1566; la Asamblea Nacional Constituyente el 17 de febrero de 1838, le otorga el título de *Ciudad Benemérita*, por haber sido esta ciudad el foco de insurrección que, el 18 de enero de ese año, desconoció el Jefe de Estado doctor Mariano Gálvez, cuya administración se llamo de los siete años: por decreto legislativo 2772 del Congreso de la República, del 30 de marzo de 1944, la declara *Monumento Nacional*; el Congreso de la República por Decreto 1524 del 12 de octubre de 1953, la declara *Capital de la república por un día*, siendo proclamada, *Ciudad Emérita* y declarada de interés Público y de conveniencia nacional su preservación como joya del Tesoro Centroamericano; la VIII asamblea del Instituto Panamericano de Geografía e Historia, el 7 de julio de 1965, la declaró *Monumento de América*.

La UNESCO en 1979, en Luxor, Egipto declaro a la Ciudad de Antigua Guatemala, *Patrimonio de la humanidad*, incluyéndola en la lista de Convención del Patrimonio Cultural Mundial de la UNESCO con el número 65; para perpetuar tan trascendental acontecimiento, la UNESCO hizo colocar una placa tallada en piedra, en la planta baja, lado oriente, del Palacio del Muy Noble Ayuntamiento, el 14 de agosto de 1985, en acto especial.

La ciudad de Antigua Guatemala, goza de excelente clima primaveral y su valle está rodeado de verdes colinas y por tres colosos volcanes: el de Agua, el de Fuego y el de Acatenango; su suelo lo riegan los ríos Guacalate o Magdalena, al poniente y corre de norte a sur; y su afluente, el río Pensativo que corre de oriente a poniente.”

A continuación se mencionan algunos de los sitios turísticos así como de lugares y edificios más importantes de la ciudad:

1. **Palacio de los Capitanes Generales:** Dicho edificio también es un atractivo turístico en el centro y la parte superior ostenta el escudo de la Casa de Borbón, labrado en piedra, con el nombre de Carlos III, este reinaba en España cuando fue su construcción, al oriente se encuentra una placa que está labrada en piedra en la que se puede leer el nombre del capitán general don Alonso Fernández de Heredia, el del ingeniero militar don Luis Díez de Navarro y el año 1764, al virar al poniente se puede apreciar el escudo de la ciudad de Santiago de Guatemala, dicha construcción fue debidamente autorizada por el Rey Carlos III por Real cédula del 13 de junio de 1763.
2. **Palacio del Muy Noble Ayuntamiento:** Este fue inaugurado el 19 de noviembre de 1743.
3. **La Catedral y Palacio Arzobispal:** Ambos fueron puestos al servicio religioso el 6 de noviembre de 1680.
4. **Antigua Real y Pontifica Universidad de San Carlos Borromeo:** La fundación de esta fue autorizada por Real Cédula del 31 de enero de 1676, en el año de 1936 fue declarada, Museo Colonial.
5. **Museo de Santiago:** (Palacio del Ayuntamiento)
6. **Museo del Libro:** Se encuentra situado en donde en 1660, se estableció la primera imprenta por iniciativa de fray Payo Enríquez de Rivera.
7. **Museo de Artesanías:** Se encuentra en donde funciono el Colegio Mayor Santo Tomás de Aquino.
8. **Templo y Convento de Nuestra Señora de La Merced.**

9. San Francisco de Asís: Es aquí en donde descansan los restos mortales de quien en vida fuera el beato Hermano Pedro de San José de Betancur, quien fundó el primer hospital para convalecientes y de la primera orden religiosa de Belén.

10. Nuestra Señora del Pilar: Lo que hoy conocemos como las Capuchinas, actualmente es sede de la oficinas del Consejo Nacional Para la Protección de La Antigua Guatemala (CNPAG).

2.1.1 Clima

Su clima es templado durante todo el año y oscila entre 16 y 18 grados centígrados.

2.1.2 Límites

Esta ciudad limita al Norte de los municipios de Jocotenango, Sumpango y San Bartolomé Milpas Altas; al Oriente con San Bartolomé Milpas Altas, Santa Lucía Milpas Altas y Santa María de Jesús; al Sur con Santa María de Jesús y, al poniente con santa Catalina Barahona, San Antonio Aguas Calientes y Ciudad Vieja, todos ellos del departamento de Sacatepéquez.

La ciudad está unida a la capital del país por excelente carretera asfaltada, distante de la misma

Su altura sobre el nivel del mar es de 1,530.27 metros y su extensión superficial de 78 kilómetros cuadrados.

2.1.3 Jurisdicción municipal

Dentro de la jurisdicción municipal cuenta con las siguientes aldeas: San Felipe de Jesús, que empezó a formarse a principios del siglo XVII; El Hato, San Mateo Milpas Altas; San Juan Gascón, fundada por don Gascón de Guzmán en el siglo XVI; Santa Inés del Monte Pulciano, fundada a fines del siglo XV; Santa Ana, fundada por el padre Juan Godínez en 1525; San Cristóbal El Bajo, fundado en siglo XVII, San Cristóbal El Alto, fundado en el siglo XVII; Santa Catalina Bobadilla, fundada por don Ignacio de Bobadilla en el siglo XVI; San Juan Del Obispo, fundado por el primer obispo de Guatemala Licdo. Francisco Marroquín en el siglo XVI.

San Gaspar Vivar, fundada por don Luis de Vivar en el siglo XVI; San Pedro las Huertas, fundada por don Pedro Becerra, tesorero de la Real Caja, después de la trágica inundación de la segunda Ciudad de Santiago de Guatemala que tuvo lugar la noche del sábado 11 de Septiembre de 1541, según el cronista don Francisco Antonio de Fuentes y Guzmán; y San Bartolomé Becerra, fundada según el cronista don Domingo Juarros en la labranza que era de don Bartolomé Becerra, es de observar que frente a la ermita de esta aldea se yergue una hermosa cruz tallada en piedra, al pie de la cual se lee la siguiente inscripción: "16 de Octubre de 1895, donada por la familia Gómez Quiñones", que se supone fue colocada en dicho lugar posteriormente.

2.1.4 Fiesta titular

La fiesta titular de Antigua Guatemala es llamativa debido a su colorido y tradición, se celebra el 25 de julio

2.1.5 Industria

Esta ciudad, cuenta con fábrica de muebles de madera tallada, pirograbado, fabricación de artículos en barro, fabricación de objetos ornamentales hechos de jade, joyas de jade, alimentos sacos para productos agrícolas, elaboración de calzado, fabricación de objetos en hierro forjado tales como balcones, bancos, cabeceras, sillas, candeleros, objetos en bronce, arcilla, tejidos típicos, beneficios de café, productos lácteos, la agricultura que resulta siendo su principal medio cultivando café, frijol, maíz, legumbres, frutas etc.

2.1.6 Religión

Aún y cuando la mayoría de sus habitantes profesan la religión católica, existen, en mínima parte, quienes profesan otras de distinta denominación.

Dado el espíritu religioso de sus habitantes, son muchas las festividades religiosas que tienen lugar en el transcurso de todo el año, constituyendo las más importantes: la del patrono de la ciudad, el apóstol Santiago, el 25 de julio, que se celebra con actos sociales, culturales, deportivos y religiosos a nivel nacional e internacional; la romería del primer viernes de Cuaresma y Semana Santa hacia el santuario de San Felipe de Jesús; siendo la más sobresaliente la conmemoración de la Semana Santa, en la que tiene lugar solemnes velaciones, caracterizadas por representaciones de los principales pasajes de la pasión de Cristo, sus huertos y conciertos de marchas fúnebres que son verdaderas expresiones de fe y devoción; así como las solemnes procesiones de Jesús Nazareno y Santísima Virgen de Dolores, en cuyo trayecto procesional pueden admirarse las famosas y tradicionales alfombras de pino, corozo, trébol, flores, frutas, aserrín, etc.

2.1.7 Poetas y Escritores Antigüenos

Que sobresalieron por su amor y dedicación a la poesía y arte literaria.

1. Rafael Landivar y Caballero.
2. Francisco Antonio de Fuentes y Guzmán.
3. Carlos Wyld Ospina.
4. César Brañas.
5. Luis Cardoza Aragón.
6. Flavio Atilano Gonzales
7. Fernando Juárez y Aragón.
8. Augusto Meneses
9. Francisco Morales santos.
10. Adrian Recinos.

2.1.8 Personajes Sobresalientes

Algunos de ellos:

1. Francisco Marroquín.
2. Francisco de la Cueva.
3. El beato Hermano Pedro de San José de Betancur.
4. Rafael Landivar y Caballero.
5. Fray Diego de La Cerda.
6. Bernal Díaz del Castillo.
7. Fray Antonio Marfil de Jesús.
8. Pedro Cortés y Larraz.
9. Pedro de Mendoza.
10. Mateo de Zúñiga.

Es notable la importancia de esta ciudad para el país, y como se mencionó anteriormente para Centroamérica, como en todo lugar en crecimiento turístico nacional y extranjero se ven en la necesidad de anunciarse, Antigua, no es la excepción ya que en ella se observa que la publicidad por radio, impresa y por televisión está presente, existe otro tipo de publicidad que es la exterior.

2.2 Publicidad Exterior

El valor comercial que tiene la publicidad como factor de influencias se basa no solo en hacer conocer las características y las cualidades de determinado producto o servicio sino en que este conocimiento sea compartido por otros. La publicidad testimonial es un ejemplo vivido de esta realidad: se elige un servicio o producto por que otros lo hacen

Según lo indica Ferraz (1996: p. 9) la "publicidad es un fenómeno de una complejidad tal, que obliga, a la hora de definirla, a adoptar un enfoque múltiple".

Para Bonta (1994: p. 113) Publicidad "es hacer público un mensaje sobre algo o alguien.

Dar a publicidad es lo opuesto a mantener en secreto; el discurso que hay detrás de toda la publicidad motiva a la gente a adherir a algo conocido por todos, algo público."

La publicidad exterior se denomina así porque tiene lugar fuera de casa, o sea, que sus soportes están localizados en el exterior de los hogares, tal vez sería más adecuado considerar como publicidad exterior aquella que se exhibe en lugares de acceso público tanto si este acceso es libre como si se exige algún tipo de pago previo, como billetes o entradas, aunque no fueran lugares o sitios exteriores, en el sentido literal de la palabra, como pueden ser: Estaciones de metro o ferrocarril; galerías; vestíbulos de locales; pasos subterráneos, u otros de características similares.

El medio exterior es uno de los más dinámicos y que más ha revolucionado en los últimos años, tanto en sus características técnicas como en su creatividad y lenguaje publicitario. La publicidad exterior tuvo, a principios del siglo XX, una dimensión artística que se manifestó en los carteles que realizaron conocidos artistas para difundir marcas comerciales, todavía hoy, estas utilizan los carteles como vehículo de comunicación publicitaria.

Con respecto a la Publicidad exterior la Enciclopedia Deusto de comunicación y publicidad (1990: p. 315) expone "La publicidad exterior es, posiblemente, el medio más antiguo que el hombre ha empleado para dar a conocer todo tipo de productos, servicios y actividades. Es un medio que en su concepción actual resulta muy heterogéneo y, por tanto difícil de definir. Históricamente el medio más representativo ha sido el cartel. No es hasta 1900 cuando Capiello da una visión netamente publicitaria del cartel. El producto es el foco de atención y el conjunto destaca del entorno que lo rodea. La técnica cartelista deriva más tarde la difusión de vallas publicitarias."

Para Russell (1994: p. 379) "La publicidad exterior no solo es la forma de publicidad más antigua, sino también la forma más antigua de comunicación de masas. Las pinturas en las paredes de las tumbas y las tablas de arcilla con inscripciones para el público datan de épocas del Antiguo Imperio Egipcio, de hace 500 años.

En épocas más recientes, los símbolos de las tabernas de Inglaterra del siglo XV servían como puntos de referencia, a la vez que ofrecían información sobre el alojamiento a los fatigados viajeros que, con mucha frecuencia eran analfabetas.

Los inicios del cartel exterior se pueden rastrear hasta el perfeccionamiento litográfico en 1796, fecha en que los carteles comenzaron a ser una forma de propaganda política y de publicidad muy popular. Los carteles fueron empleados de manera muy amplia por los colonizadores del territorio estadounidense durante la Guerra de Secesión, y pintores como Manet y Toulouse-Lautrec realizaron trabajos para la promoción de exteriores en la Francia del siglo XIX.

Según Russell (1994: p. 381) "Los años de la década de los 90 han representado una verdadera transición para la industria de la publicidad exterior. Una economía blanda y el abandono del medio por parte de gran cantidad de anunciantes tradicionales han obligado a la publicidad exterior a evaluar de nueva cuenta su estrategia mercadotécnica. El principal de sus problemas es que, para la mayor parte de los anunciantes, la publicidad exterior es un medio secundario. Por tanto cuando se reducen los presupuestos para publicidad, como ha ocurrido en años recientes, la publicidad exterior es uno de los primeros candidatos a eliminar.

La publicidad exterior también ha sido afectada por críticas provenientes de diversos grupos de interés público y ambientalistas. Estas críticas aseveran que este tipo de publicidad es tanto una plaga en el paisaje, como un medio poco ético que busca llegar a las poblaciones del interior de las ciudades con publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco. Aunque gran parte de las críticas quizá sean injustas, muchos anunciantes de gran envergadura no desean formar parte de lo que a su juicio es medio controvertido.

En parte como consecuencia de las críticas, y en parte a raíz de consideraciones de mercadotecnia, en gran cantidad de los principales usuarios de la publicidad exterior ha reducido de manera significativa su presupuesto para este rubro. Nada se compara con la reducción de gastos por conceptos de tabaco. En 1979, el tabaco representaba alrededor de 40% de la totalidad de ingresos por concepto de publicidad exterior. Para el año de 1991 esta cifra a penas sobrepaso el 25%. Otra de las principales categorías de la publicidad exterior, la de las bebidas alcohólicas, redujo por igual su presupuesto en este tipo de publicidad, pero en menor grado que el tabaco.

Tal vez el principal beneficio que ha merecido la publicidad exterior es la fragmentación cada vez mayor de casi cualquier otro medio. Algunos ejecutivos de la publicidad señalan que la publicidad exterior bien puede ser el último de los medios de mercados masivos: "con menores porcentajes para las cadenas de televisión por cable, y el número cada vez menor de personas que leen periódicos, el único medio que llega a la gente fuera de su casa, es a la vez el único medio de alcance masivo."

Para concluir es necesario señalar que la publicidad exterior tiene más éxito cuando utiliza con base a objetivos de mercado definidos con gran precisión"

2.2.1 Diversidad de soportes de la publicidad exterior

Según lo indica la Enciclopedia Deusto de comunicación y publicidad (1990) La publicidad exterior está constituida por una variedad de soportes los más importantes son los siguientes:

1. Vallas urbanas.
2. Instalaciones deportivas.
3. Marquesinas.
4. Cabinas telefónicas.
5. Transportes o publicidad móvil (anuncios interiores, anuncios exteriores, anuncios en remolques).
6. Mupi.
7. Gigantografía.
8. Letrero.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

1. Vallas urbanas: Es la forma más conocida de publicidad exterior, hasta el punto que para muchos es sinónimo de la misma. Utiliza unos soportes especiales colocados en las vías públicas o en lugares visibles desde las mismas. El módulo estándar es de 4m x 3m, aunque se está generalizando las vallas dobles, o sea, de 8m x 3m.

1.1 vallas fijas o pintadas: en contraposición a las vallas estándar de papel, por tanto, lo de fija se refiere a la permanencia del mismo anuncio o mensaje por un periodo de tiempo largo; en general, de varios meses a un año, como mínimo.

Las vallas fijas permiten el empleo de diseños, formas y materiales poco comunes, la incorporación de corpóreos, y, en definitiva, la utilización de tres dimensiones; además el empleo de pinturas, efectos ópticos especiales, luz, etc. Es factible y frecuente.

1.2 Vallas fijas dinamizadas: Son aquellas que, aun estando fijas en un soporte, están provistas de un mecanismo temporizador, gracias al cual el anuncio cambia al cabo de unos minutos. Esto permite que se pueda realizar una secuencia de anuncios diferentes en la misma valla, mediante el giro de las estrechas franjas verticales en que está dividido el panel que presenta el anuncio.

Igualmente, un anuncio que tenga una configuración poliédrica puede girar sobre su eje vertical principal y presentarse a la visión del público la cara realmente operativa. Esta opción ofrece, además de su versatilidad, un plus de atractivo, con el que se puede conseguir llamar la atención del público más eficazmente."

1.3 Tamaño de las vallas: (Enciclopedia Deusto de comunicación y publicidad 1990: p. 331) "El tamaño de las vallas responde en la actualidad a medidas estándar, que se han adoptado para racionalizar el empleo de dicho soporte, de acuerdo con la evolución que ha tenido la publicidad en las últimas décadas.

Una parte importante de las vallas, el 79%, es de tamaño doble, o sea de 8m x 3m la medida estándar de 4m x 3m representa solamente el 19.8% y los tamaños inferiores a doce metros cuadrados solo alcanzan el 1,2%, del total de las vallas controladas. Es de resaltar la tendencia a ir aumentando el tamaño medio de las vallas. Así, en el año 1985 la superficie media era de 17,8 metros cuadrados, y cuatro años después. En 1989, esta superficie media queda establecida en 21,4 metros cuadrados."

- 2. Instalaciones deportivas:** En general se trata de carteles o vallas publicitarias que están situadas dentro de los recintos donde se celebran acontecimientos deportivos y, por extensión, cualquier tipo de manifestaciones que reúnan a un público numeroso. Los más frecuentes son: fútbol, automovilismo, golf, hípica, conciertos, etc. Estas vallas o carteles suele ser fijos, aunque se están empleando ya algunos que permiten la rotación de los anuncios durante el transcurso de la manifestación deportiva, cultural o de otra índole.

Este tipo de publicidad exterior tiene una máxima valoración cuando el evento es transmitido por las cadenas de televisión, esta publicidad se conoce entonces con el nombre de **publicidad estática**.

- 3. Marquesinas:** Constituyen uno de los soportes que en el año de 1989 ha tenido un mayor desarrollo, en comparación con el año anterior, forma parte del amueblamiento urbano que es bien acogido por el público al ofrecer ciertas comodidades en las paradas de autobuses."
- 4. Cabinas telefónicas:** Es otro soporte que ha tenido gran crecimiento en los últimos años, a pesar de haberse ralentizado algo en el último período, y que ofrece amplias posibilidades creativas como ha quedado demostrado en diversas campañas con gran impacto y notoriedad.
- 5. Transportes o publicidad móvil:** Frente a la característica de publicidad estática que presentan las vallas, las marquesinas, las cabinas y las instalaciones deportivas, existe otro tipo de publicidad exterior de gran interés e importancia, denominada, genéricamente **publicidad móvil**.

Este tipo de publicidad móvil, se aplica a todas las formas de publicidad incorporada a autobuses, metros, ferrocarriles, camiones, taxis, y en general a cualquier tipo de vehículos que admitan ser portadores de alguna forma de mensaje publicitario. Algunos profesionales incluyen, dentro de esta categoría de soportes, los carteles expuestos en paradas, estaciones o terminales por donde transitan los distintos vehículos mencionados. Sin embargo creemos que estas últimas ubicaciones deben ser tratadas como publicidad exterior estática y reservar la denominación de **publicidad móvil** para aquellos soportes que se desplazan, llevando consigo los mensajes.

Aunque en este medio los mensajes gráficos o impresos son los más habituales, importantes y numerosos, con cierta frecuencia están complementados por elementos sonoros e incluso, audiovisuales. Este tipo de aplicaciones tendera a incrementarse rápidamente, dadas las posibilidades tecnológicas disponibles en la actualidad.

(Enciclopedia Deusto de comunicación y publicidad 1990: p. 318) "Dentro de la publicidad móvil pueden distinguirse las cinco modalidades que se describen a continuación:

5.1 Anuncios interiores: Son aquellos anuncios colocados en el interior de los vehículos: tranvías, metros, autobuses, trenes, taxis, etc.

5.2 Anuncios exteriores: Tienen esta consideración los anuncios pegados o pintados en la parte exterior de los vehículos, básicamente en: autobuses, tranvías y camiones. Por lo general, son los laterales y la parte trasera los lugares transitados por el público objetivo al que se quiere hacer llegar el mensaje.

5.3 Anuncios en remolques: este tipo de soporte está formado por un remolque en el que está montada una valla, a dos caras, y que es arrastrado por un vehículo, turismo o furgoneta por lo general, a través de las calles y lugares transitados por el público objetivo al que se quiere hacer llegar el mensaje.

La construcción del soporte de estas vallas remolcadas requiere tener en cuenta ciertas exigencias técnicas que las hagan resistentes a la acción del viento e impedir que sean volcadas, dada la superficie de las mismas (doce metros cuadrados por regla general)

Como un caso general la publicidad exterior móvil, pueden considerarse las caravanas publicitarias que acompañan a algunos acontecimientos deportivos, principalmente grandes carreras ciclistas (Tour, Vuelta, etc.)"

6. **Mupi:** Mupi quiere decir (mobiliario urbano para la información); este medio exterior se encuentra ubicado en las paradas de autobuses, los mismos se han convertido en una tendencia publicitaria y estética. Los mupis son rótulos verticales, los cuales tienen una imagen, un mensaje corto y están iluminados por las noches.
7. **Gigantografía:** Es un cartel colocado en áreas exclusivas o terrenos en construcción, están ubicados a la altura de la banqueta; tienen reflectores que se encienden y apagan automáticamente, según el grado de la luz natural, tienen una imagen bastante visible y un mensaje corto.
8. **Letrero:** (Diccionario enciclopédico Universal Océano) "Palabra o conjunto de palabras escritas para hacer saber o publicar una cosa".

En publicidad exterior los letreros son aquellos que contienen el nombre de toda clase de establecimientos comerciales. Pueden ser pintados en muros, sobre piezas de madera o metal, fundidos en metal o forjados en hierro.

2.2.2 Características de la publicidad exterior

(Enciclopedia Deusto de Comunicación y Publicidad 1990: p. 321-323) "Una de las características más específicas de la publicidad exterior es que el anuncio permanece fijo, y la persona está expuesta a él por el hecho de encontrarse fuera de casa y trasladarse a algún lugar, salvo en el caso de la publicidad móvil, en el que permutan los papeles y es el individuo el que permanece fijo. Como el trayecto a recorrer es independiente de las vallas publicitarias que estén colocadas en el mismo, el cartel publicitario debe lograr que su mensaje llegue a su destinatario en una pequeña fracción de tiempo, mientras el anuncio permanece frente al individuo, al cruzarse este con el soporte.

La realidad es que las personas salen todos o casi todos los días de sus casas, y con frecuencia varias veces al día, quedando expuestas a la publicidad exterior.

Este considera, en consecuencia, como un medio de comunicación masivo, al abarcar amplias poblaciones y generar acumulación de contactos, en función del número de vallas contratadas.

Esta regularidad en los desplazamientos de las personas permite la realización de estudios sobre la cobertura y la repetición o acumulación de mensajes, correspondientes a un determinado número de emplazamientos-vallas-y según el tamaño de las ciudades o poblaciones donde están situados.

La publicidad exterior es un medio fuerte, violento, especialmente cuando las vallas son de gran tamaño. Resulta un medio muy selectivo bajo el punto de vista geográfico, puesto que permite su utilización en zonas muy concretas y definidas, al disponerse de los adecuados emplazamientos y poderse contratar, desde una sola valla a un circuito que sea claramente idóneo para los fines de la campaña.

La flexibilidad en el uso de este medio facilita el cumplimiento de las exigencias del plan de distribución comercial del anunciante y permite alcanzar la penetración deseada en los distintos mercados, dada la alta repetición que es posible conseguir con una acción de publicidad exterior localizada en la zona de influencia de dichos mercados.

La valla posee un carácter de novedad indudable, por lo que es adecuada a acciones de choque, de impacto potente. Algunos profesionales consideran que una valla es como un--flash--llamativo, una imagen--imán--, algo que evidentemente,--salta a la vista--este es uno de los motivos por los que el uso de las vallas se reduce a períodos de tiempo cortos, a lo sumo un mes, exceptuando las vallas fijas o pintadas cuyo contenido es diferente.

Por esto las vallas –la publicidad exterior por antonomasia–contribuyen a la formación y reforzamiento de la imagen del producto después de la acción de otros medios, en especial, prensa, revistas y TV. Se considera un excelente medio como complemento de los mismos y es adecuada para el lanzamiento de nuevos productos o marcas.

La publicidad en anuncios exteriores permite aprovechar creativamente los colores, con excelentes resultados, de esta manera es posible la reproducción, de los productos o de sus envases con sus colores reales, tal como el comprador se los encontrara en los puntos de venta.

El tamaño del anuncio impacta con fuerza y es posible que su visión se produzca durante el trayecto hacia el mercado o establecimientos vendedores, de manera indirecta repercute también en los mismos distribuidores y permite, incluso, su empleo mancomunado, haciendo, figurar, a pie del mensaje, el nombre y dirección del distribuidor o distribuidores más próximos, al emplazamiento de la valla, naturalmente, en aquellos casos en que esto sea conveniente para la acción comercial del anuncio.

Lo decisivo en la expresión del mensaje publicitario es que sea corto y contundente, de acuerdo con las características del medio. La heterogeneidad de este da lugar, así mismo, a que se lleguen a utilizar como soportes de publicidad exterior los materiales más insospechados.

Ello pone de manifiesto la idoneidad exterior para difundir eslóganes que, al cabo del tiempo, han llegado a popularizarse con éxito notable. Recuérdese, por ejemplo, el eslogan <<Mejores no hay>> utilizado por la marca Philips para publicar sus bombillas, que aparecía, entre otros <<soportes>> en las rocas situadas en los bordes de las carreteras españolas.”

2.2.3 Limitaciones de la publicidad exterior

La publicidad exterior presenta ciertas dificultades, puesto que con ella es difícil argumentar, la comunicación debe resultar implícita e instantánea, mediante imágenes visuales y no verbales de ahí la profesionalidad que se requiere para la creación de buenos anuncios para este medio.

Los costes por mil impactos (CPM), calculados sobre la población general resultan los más bajos, comparándolos con los restantes grandes medios publicitarios. Los costes de creación y producción de los materiales necesarios están a un nivel similar al de otros medios.

Como se ha comentado el mensaje, debe ser muy breve, por lo que no resulta apropiado para aquellos tipos de productos o de publicidad que requieran argumentaciones largas o precisen dar mucha información.

Esta brevedad en los mensajes, propia del medio, lo hace más adecuado para publicidad de tipo recordatorio o de complemento a anuncios difundidos por otros medios. También permite ofrecer un refuerzo extra en algún mercado o puntos concretos, en apoyo de la campaña general.

En poco tiempo que normalmente permanecen en contacto el mensaje y las personas destinatarias hace que, de no leerse en anuncio en aquel preciso momento, el individuo ya no podrá verlo, de no volver expresamente su vista hacia atrás. Deberá esperar para captar el mensaje, a pasar otra vez por el mismo lugar, o encontrar otra valla idéntica en su recorrido.

Otra limitación es la escasa selectividad de las personas destinatarias de la publicidad. Sin embargo algunas empresas realizan estudios de audiencia, y tienen clasificada, en función de las variables clásicas en investigación de mercados, a la población que discurre por los distintos emplazamientos o recorridos. Estas investigaciones permiten, al igual que ocurren con los lectores de un periódico, calcular los CPM útiles, o sea, sobre la población—objetivo (audiencia útil), y no sobre la audiencia total. Una cierta selectividad de los destinatarios se da en función de la zona donde estén colocadas las vallas.

Teniendo en cuenta que los anuncios en publicidad exterior están pocos segundos en contacto con el comprador o destinatario potencial, este debe poder captar el mensaje en una sola ojeada. Por ello conviene que el diseño contenga únicamente una sola idea y que sea comunicada instantáneamente, con la ilusión y/o un breve texto. Lo más aconsejable es que el anuncio contenga, a lo sumo, los siguientes cinco elementos:

- La ilustración (en general, fotográfica, aunque no necesariamente).
- Un breve texto, para reforzar la ilustración, si fuera preciso.
- Nombre de la marca con su logotipo.
- Reproducción del producto o envase.
- Eslogan, si es utilizado en la campaña."

2.2.4 Ventajas y desventajas de la publicidad exterior

Según Russell (1995: p. 382) "El punto más fuerte de la publicidad exterior radica en que puede ser la última oportunidad para llegar a un prospecto de compra con un mensaje publicitario visual. Sirve de complemento a la publicidad de otros medios con un recordatorio del producto que resulta difícil ignorar. Cuando el objetivo es ofrecer un producto ante un amplio sector de la población, la publicidad exterior tal vez sea el mejor medio para lograrlo. La rápida acumulación de exposiciones de la publicidad exterior es de especial importancia conforme los patrones de compras continúen dispersándose hacia centros comerciales suburbanos y a pequeños centros comerciales especializados.

Aunque la publicidad exterior puede contribuir a casi cualquier campaña publicitaria, tiene, al igual que todos los demás medios, sus puntos fuertes y sus puntos débiles, los cuales debe tomar en cuenta el encargado de la planeación de medios.

Entre las ventajas principales de la publicidad exterior destacan las siguientes:

1. **Alto alcance y alta frecuencia:** Los niveles de acumulación (alcance) y de exposición (frecuencia) de la publicidad exterior no pueden ser igualados por ninguno de los otros medios. Este tipo de publicidad es un medio intrusivo al cual no se puede ignorar y que siempre está presente, garantizando que el público verá sus mensajes a cualquier hora del día o de la noche.
2. **Alcance del público local:** A pesar que no se conoce a la publicidad exterior como un medio dirigido, es capaz de localizar determinados prospectos con base en un criterio geográfico local. Por ejemplo, las señalizaciones cercanas a las universidades, vecindarios con predominio de algún grupo étnico, centros comerciales o supermercados tienen probabilidades de llegar a un sector del público determinado.
3. **Bajos costos:** Entre las principales categorías de los medios, la publicidad exterior es, por mucho, la más barata. Por ejemplo, 1.00 dólar de publicidad genera de manera aproximada 40 lectores de periódico, 243 televidentes, 305 radioescuchas, y 1,136 testigos de publicidad exterior.
4. **Impacto creativo:** con sus grandes dimensiones y sus representaciones de gran colorido, la publicidad exterior resulta ideal para reforzamiento de combinaciones de medios.

Entre las desventajas de la publicidad exterior se encuentran las siguientes:

5. **Limitaciones creativas y bajos niveles de atención:** a consecuencia de que la exposición de la publicidad exterior es a la vez involuntaria y breve, hay muy poca profundidad de exposición, incluso entre los clientes más leales para con un producto. Se calcula que la mayor parte de las señales es vista en menos de 10 segundos por el promedio del público.
6. **Escasa selectividad del público:** como se menciona con anterioridad hay algunos segmentos del público a los que la publicidad exterior puede dirigirse de manera especial. Sin embargo en gran medida, este medio ofrece muy poca selectividad entre distintos grupos demográficos, y es en esencia, un medio de masas.
7. **Problemas de disponibilidad:** En algunas comunidades, la demanda por determinados sitios privilegiados para la colocación de publicidad exterior implica que no se puede complacer a algunos anunciantes con sus elecciones de ubicación de publicidad.

Es de suma importancia mencionar que para que la publicidad tenga un efecto satisfactorio es necesario que se incluya un buen proceso de comunicación, un aspecto importante que lo encontremos en nuestro diario vivir y en el constante contacto verbal y no verbal con las personas con quienes nos relacionamos, incluso cabe mencionar que aun no teniendo contacto con personas o directamente con objetos siempre nos mantenemos en comunicación con nosotros mismos."

2.2.5 Criterios de selección

Con respecto a los criterios para seleccionar los soportes de publicidad exterior la Enciclopedia Deusto (1990) señala seis criterios, de los cuales tres son del tipo cuantitativo y los otros tres son de tipo cualitativo.

Los criterios cuantitativos son:

1. **Geográfico:** Son múltiples los emplazamientos en los que están presentes los soportes de publicidad exterior, por lo que las zonas a cubrir con la campaña dispondrán, casi con seguridad, de una adecuada solución en el aspecto de cobertura geográfica. Se deben tener en cuenta tanto los soportes fijos como aquellos pertenecientes a la publicidad exterior móvil.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

2. **Temporal:** La permanencia de los carteles es flexible, siendo la duración más frecuente la de 10, 15 y 30 días, las vallas de papel, el tiempo de contratación dependerá muchas veces de las condiciones establecidas por los exclusivistas, aunque las duraciones mencionadas son las más comunes.
3. **Numérico:** El número de vallas disponible en una zona o en un circuito determinado tiene una gran importancia en cuanto el número y calidad de los contactos, en el coste de compra de los espacios y en los gastos de creación y producción de los carteles que sean necesarios para la campaña."

Los criterios cualitativos son:

1. **Formato:** Existe una gran variedad de formatos en función del tipo de soportes. Las más extendidas, las vallas, tienen como formato básico el de 4m x 3m. cada vez es más frecuente el uso de 8m. x 3m. para otro tipo de soportes hay que adecuarse a las medidas de los anuncios que cada uno de ellos tenga establecida. Cuanto más pequeño sea el tamaño del anuncio exterior, más fuerte deberá ser la densidad de su empleo; exigirá mayor número de soportes.
2. **Calidad de los emplazamientos:** El buen mantenimiento de las carteleras su iluminación nocturna, la visibilidad de las mismas ¡cuidado con los árboles que ocultan las vallas! Se pagan pero no se ven; el emplazamiento en zonas de tránsito y afluencia de población, la repetición y la cobertura, etc. Son algunos aspectos que deben tomarse en cuenta al juzgar la calidad de los emplazamientos ofrecidos o seleccionados.
3. **Calidad de los contactos:** La calidad o fuerza de los contactos en publicidad exterior se mide por el número de contactos, distribuidos por el día y habitante. Establecidos durante la permanencia de la campaña. El criterio de fuerza de un emplazamiento o de un circuito se refiere, por tanto, al número de veces que un anuncio es visto por día y habitante o transeúnte de la zona considerada."

2.3 Legislación y reglamentación que corresponde a la ciudad de Antigua Guatemala

Es conveniente conocer los conceptos de legislación y reglamento, es por ello que a continuación los encontramos.

Con respecto a este apartado el concepto de legislación lo define Cabanellas (1980: p. 116) como "La ciencia de las leyes. Conjunto o cuerpo de leyes que integran el derecho positivo vigente en un estado. Totalidad de las disposiciones legales de un pueblo o una época determinada.

Se divide la legislación:

- a) por la extensión de su contenido, en general, cuando abarca todas las leyes que regulan la vida jurídica, y en especial o particular, concretada a las disposiciones legales relativas a una rama del derecho;
- b) en relación al espacio, en universal, supuesta la existencia de un derecho común de la humanidad civilizada (v. Legislación comparada), y nacional, comprensiva de las leyes positivas que regulan el ordenamiento Jurídico de un estado o nación;
- c) en relación con el tiempo, en histórica, la que rigió en época remota o pasada y ya sin vigor, y vigente, la aplicable a la vida actual, por su fuerza compulsiva
- d) Por la especialización, existen tantas legislaciones como ramas jurídicas; y así se habla de legislación civil, penal, mercantil, laboral; o, de índole más concreta: de aguas, minas, hipotecaria, (v. Derecho positivo, formación de la ley, "Jus Edicendi", legislador, monografía, nomotesia)"

Con respecto a la reglamentación Cabanellas (1980: p. 648) la define como "La instrucción escrita para el régimen de gobierno de una institución o empresa. Disposición complementaria o supletoria de una ley (v.), dictada aquella por el Poder ejecutivo, sin intervención del legislativo y con ordenamiento de detalle, más expuesto a variaciones con el transcurso del tiempo. En el ejercito, las instrucciones o normas técnicas para las distintas armas y para describir y emplear su peculiar armamento.

Reglamento es toda disposición de carácter general que emana del órgano distinto del parlamento.

2.3.1 Constitución Política de la República de Guatemala

Antigua Guatemala es patrimonio cultural de Guatemala, según lo indica, el artículo 107 de la constitución de la República, toda riqueza arqueológica, histórica y artística del país; forma parte del tesoro cultural de la Nación y estará bajo la protección del Estado; y que los monumentos y reliquias son bienes de la Nación, y según lo preceptúa el inciso 6°. Del artículo 129 de la Constitución, la ciudad de La Antigua Guatemala, por su carácter de Monumento Nacional de América, merece especial atención del Estado, con el objeto de conservar sus características y resguardar sus tesoros culturales.

En el Título II, Derechos Humanos, Capítulo II, Sección segunda, Cultura dice literalmente:

Artículo 60. Patrimonio cultural. Forman el patrimonio cultural de la Nación los bienes y valores paleontológicos, arqueológicos, históricos y artísticos del país y están bajo la protección del Estado. Se prohíbe su enajenación, exportación o alteración, salvo los casos que determine la ley.

Artículo 61. Protección del patrimonio cultural. Los sitios arqueológicos, conjuntos monumentales y el Centro Cultural de Guatemala, recibirán atención especial del Estado, con el propósito de conservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales, estarán sometidos a régimen especial de conservación el Parque Nacional Tikal, el Parque Arqueológico de Quiriguá y la **Ciudad de Antigua Guatemala**, por haber sido declarados **Patrimonio mundial**, así como aquellos que adquieran similar reconocimiento

2.3.2 Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación, Decreto No. 26-97, reformado por el decreto numero 81-98

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la protección, defensa, investigación y recuperación de los bienes que integran el Patrimonio Cultural de la Nación. Corresponde al Estado cumplir con estas funciones por el -conducto del Ministerio de cultura y Deportes. (Reformado por el Decreto Número 81-98 del Congreso de la República de Guatemala).

Artículo 2. Patrimonio Cultural. Forman el patrimonio cultural de la nación los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología, y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional. (Reformado por el Decreto Número 81-98 del congreso de la República de Guatemala).

Artículo 3. Clasificación. Para los efectos de la presente ley se consideran bienes que conforman el patrimonio cultural de la Nación los siguientes:

I. Patrimonio Cultural Tangible:

a) Bienes culturales inmuebles.

1. La arquitectura y sus elementos, incluida la decoración aplicada.
2. Los grupos de elementos y conjuntos arquitectónicos y de arquitectura vernácula.
3. Los centros y conjuntos históricos, incluyendo las áreas que le sirven de entorno y su paisaje natural.

4. La traza urbana de las ciudades y poblados.
5. Los sitios paleontológicos y arqueológicos.
6. Los sitios históricos.
7. Las áreas o conjuntos singulares, obra del ser humano o combinaciones de éstas con paisaje natural, reconocidas o identificadas por su carácter o paisaje de valor excepcional.
8. Las inscripciones y las representaciones prehistóricas y prehispánicas.

b) Bienes Culturales muebles.

Bienes culturales muebles son aquellos que por razones religiosas o laicas, sean de genuina importancia para el país, y tengan relación con la paleontología, la arqueología, la antropología, la historia, la literatura, el arte, la ciencia o la tecnología guatemalteca, que provengan de las fuentes enumeradas a continuación:

1. Las colecciones y los objetos o ejemplares que por su interés e importancia científica para el país, sean de valor para la zoología, la botánica, la mineralogía, la anatomía y la paleontología guatemaltecas.
2. El producto de las excavaciones o exploraciones terrestres o subacuáticas, autorizadas o no, o el producto de cualquier tipo de descubrimiento paleontológico o arqueológico, planificado o fortuito.
3. Los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos, históricos y de sitios arqueológicos.
4. Los bienes artísticos y culturales relacionados con la historia del país, acontecimientos destacados, personajes ilustres de la vida social, política e intelectual, que sean de valor para el acervo cultural guatemalteco, tales como:
 - a) Las pinturas, dibujos y esculturas originales.
 - b) Las fotografías, grabados, serigrafías y litografías.
 - c) El arte sacro de carácter único, significativo, realizado en materiales nobles, permanentes y cuya creación sea relevante desde un orden histórico y artístico.
 - d) Los manuscritos incunables y libros antiguos, mapas, documentos y publicaciones.
 - e) Los periódicos, revistas, boletines y demás materiales hemerográficos del país.
 - f) Los instrumentos musicales.
 - g) El mobiliario antiguo.

II. Patrimonio cultural intangible:

Es el constituido por instituciones, tradiciones y costumbres tales como: la tradición oral, musical, medicinal, culinaria, artesanal, religiosa, de danza y teatro. Quedan afectos a la presente ley los bienes culturales a que hace referencia el presente artículo en su numeral uno romano, que tengan más de cincuenta años de antigüedad, a partir del momento de su construcción o creación y que representen un valor histórico o artístico, pudiendo incluirse aquellos que no tengan ese número de años, pero que sean de interés relevante para el arte, la historia, la ciencia, la arquitectura, la cultura en general y contribuyan al fortalecimiento de la identidad de los guatemaltecos. (Reformado por el Decreto Número 81-98 del Congreso de la República de Guatemala).

2.3.3 Ley de protección y conservación del patrimonio cultural y natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su zona de influencia Decreto Número 29-2005 en relación al Decreto Legislativo 60-69

Decreto Número 29-2005 El Congreso de la República de Guatemala

Considerando:

Que constitucionalmente la ciudad de La Antigua Guatemala debe sujetarse a régimen especial de conservación, con el propósito de preservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales, por haber sido declarada Patrimonio Mundial.

Considerando:

Que la ciudad de Antigua Guatemala ha sido declarada Monumento Nacional, Ciudad Monumento de América y Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que hace necesario establecer disposiciones que garanticen la plena protección y conservación de la ciudad de La Antigua Guatemala, en virtud que a la fecha han transcurrido más de treinta años desde que el Congreso de la República de Guatemala aprobó el Decreto Legislativo 60-69.

Por Tanto:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171 literal a) de la Constitución Política de la República de Guatemala.

Decreta:

La siguiente:

Ley de Protección y Conservación del Patrimonio Cultural Y Natural de la Ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto de la ley. Se declara de utilidad pública, beneficio social e interés nacional la protección, conservación restauración, reconstrucción, investigación y valorización del conjunto monumental de la ciudad de La Antigua Guatemala y su zona de influencia, así como el Patrimonio Cultural Tangible e Intangible, Mueble e Inmueble, y el Patrimonio Natural, sea de propiedad municipal, estatal o privada, cultura y expresión artística, histórica, urbanística y arquitectónica.

Se considera como Patrimonio Natural, el paisaje determinado por las formaciones geológicas y fisiográficas de la Zona de Influencia.

Capítulo II Ámbito de Aplicación

Artículo 2. Zonificación. Para los efectos de esta ley se definen y determinan las Zonas de Influencia, Principal de Máxima Conservación, de Amortiguamiento y Específicas de Conservación de la siguiente manera:

- a) **Zona de Influencia:** La totalidad del territorio correspondiente al municipio de La Antigua Guatemala.
- b) **Zona Principal de Máxima Conservación:** Es el espacio geográfico urbano arquitectónico de la ciudad de La Antigua Guatemala, de donde se localiza la mayor parte del Patrimonio Cultural de alto valor histórico, arquitectónico, artístico y arqueológico.
- c) Se determina como Zona de Máxima Conservación al territorio limitado así: partiendo del Puente Matazano, por la calle de Chipilapa hacia el Sur, Puente Belén, por la calle del Hermano Pedro hacia el Sur, Plazuela del Calvario, por el callejón del Calvario hacia el Poniente, Rastro Municipal, por el callejón del Rastro hacia el Norte, Puente del Rastro, por el callejón de Pavón hacia el Poniente, por la calle de Belencito o quinta avenida Sur hacia el Norte, por la calle Sucia o novena calle Poniente hacia el Poniente, por la carretera a Ciudad Vieja hacia el Sur, por la calle de San Luquitas hacia el Norte, por el callejón del Burrito hacia el Poniente, por la calle de San Bartolomé Becerra hacia el Norte, por la calle de la Pólvora y Landivar o quinta calle Poniente hacia el Oriente, por la calle de los Recoletos hacia el Norte.

Siguiendo por el callejón de Los Ojitos hacia el Poniente, por la calle de Salinas o segunda avenida de Cajón hacia el Norte, por la calle del Portal hacia el Oriente, Cruz de Piedra, por la calle Ancha de los Herreros hacia el Oriente, esquina de Sacateros, por la calle del Manchén hacia el Oriente, por la calle de la Joya hacia el Oriente, por la cuesta del Chucho hacia el Oriente, Plazuela de la Candelaria, por la calle de la Nobleza o primera avenida Norte hacia el Sur, Plazuela de Santa Rosa, por la Alameda de Santa Rosa hacia el Oriente, por el callejón de Santa Rosa hacia el Sur, por la calle de la Pila del Rubio hacia el Oriente, por la calle de los Duelos hacia el Sur, hasta llegar al punto de partida en el Puente de Matazano.

- d) **Zona de Amortiguamiento:** Es el área circundante a la zona Principal de Máxima conservación, en el cual las regulaciones de protección y conservación del Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala, se aplican en forma menos rígida y específica, con el propósito de lograr la integración del conjunto patrimonial. Se determina como Zona de Amortiguamiento de la ciudad de La Antigua Guatemala, al sector comprendido entre el límite de la Zona Principal de Máxima Conservación y la línea exterior que corre paralela a una distancia de quinientos (500) metros.
- e) **Zonas Específicas de Conservación:** Son los espacios geográficos urbanos arquitectónicos que concentran bienes culturales y naturales cuya protección y conservación es fundamental para el Patrimonio Cultural y Natural de La Antigua Guatemala; la normativa aplicable será igual a la Zona Principal de Máxima Conservación.

Se consideran Zonas Específicas de Conservación las siguientes:

1. Plaza, antiguo cementerio y Templo Católico de San Cristóbal El Bajo.
2. Plaza y Templo Católico de Santa Ana.
3. Plazuela y Ermita del Santo Calvario.
4. Ermita de Nuestra Señora de la Santa Cruz.
5. Plazuela y Ermita de Santa Isabel.
6. Plaza y Templo Católico de San Cristóbal El Alto.
7. Casa Patronal de la Finca Jauja.
8. Casa Patronal de la Finca La Felicidad.
9. Plaza, antiguo cementerio y Templo Católico de San Gaspar Vivar.
10. Plaza y Templo Católico de Santa Catarina Bobadilla.
11. Plaza, Auxiliatura Municipal, pilas de lavaderos públicos, Templo Católico, Capillas, Pozas, y Convento de San Juan el Obispo.
12. Plaza, Auxiliatura Municipal, Templo Católico, Capillas Pozas de San Pedro las Huertas.
13. Casco de la Finca Carmona.
14. Ermita en Ruinas de San Bartolomé Carmona en la Finca Carmona.

15. Casco de la Finca San Ignacio.
16. Rastro Municipal de ganado mayor y menor.
17. Casco de la Finca Pavón.
18. Casco de la Finca Belencito.
19. Casco de la Finca El Pirú.
20. Casco de la Finca Tetuán.
21. Casco de la Finca Retana.
22. Ermita en Ruinas de San Andrés Deán en la Finca Retana.
23. Plata y Templo Católico de San Bartolomé Becerra.
24. Casa Patronal de la Finca Santa Teresa.
25. Cementerio General y Templo de San Lázaro.
26. Lazareto, Convento y Templo en Ruinas de la Recolección.
27. Ermita en Ruinas de la Santísima Trinidad.
28. Ermita de las Ruinas de Santiago.
29. Fuente de San Antón.
30. Colegio en Ruinas de San Antonio Abad.
31. Casco de la Finca El Portal.
32. Casco de la Finca La Azotea.
33. Plaza, Auxiliatura Municipal y Templo Católico de San Felipe de Jesús.
34. Pila de lavaderos públicos en el Llano de San Felipe.
35. Ermita en Ruinas de Nuestra Señora de los Dolores del Manchén.
36. Mirador y Monumento de la Cruz en el Cerro de la Candelaria.
37. Plaza y monumento al Apóstol Santiago en el Cerro de la Candelaria.
38. Plazuela y Ermita en Ruinas de Nuestra Señora de los Dolores del Cerro.
39. Plaza y Templo en Ruinas de Nuestra Señora de la Candelaria.
40. Ermita en Ruinas de Nuestra Señora de los Dolores del Llano.
41. Templo en Ruinas del Beaterio de Gentes Blancas de Santa Rosa.
42. Beaterio en Ruinas de Gentes Indias de Nuestra Señora del Rosario.
43. Casco y Molino de Trigo de la Finca la Charca.
44. Ermita en Ruinas de las Ánimas en la Finca la Charca.
45. Pila y lavaderos de Guarda de Ánimas.
46. Templo en Ruinas de Santa Inés del Monte Pulciano.
47. Plaza y Templo Católico de San Mateo Milpas Altas.
48. Antiguo acueducto de las Cañas.
49. Antiguo Molino de Pólvora en la Finca el Cabrejo.
50. Puente de las Cañas en la afluencia de los ríos Las Cañas, Manzano y Pensativo.
51. Puente de Colombia en la Carretera a Ciudad Vieja sobre el Río Pensativo.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Capítulo III

Organización Administrativa

Artículo 3. Consejo Para la Protección de La Antigua Guatemala. El consejo para la Protección de La Antigua Guatemala es una entidad descentralizada de Estado, científica, técnica, no lucrativa, con personalidad jurídica para ejercer derechos y contraer obligaciones. Podrá denominarse simplemente como "El Consejo" e identificarse con las siglas "CPAG".

Artículo 4. Funciones. Sin perjuicio de otras funciones determinadas en otras leyes, tratados y convenios ratificados por el Estado de Guatemala, son funciones del Consejo para la Protección de la ciudad de La Antigua Guatemala las siguientes:

- a) Cumplir y velar que se cumpla la presente Ley y los reglamentos.
- b) Formular la política de conservación y ordenamiento urbano de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia, dándolo a conocer al Honorable Consejo para la protección de la ciudad de La Antigua Guatemala para su aprobación e implementación;
- c) Promover y realizar la investigación del Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia, en los campos de su especialidad y en aquellos otros que interactúen en la protección, conservación, restauración, reconstrucción y valorización del Patrimonio Cultural y Natural para mantener la integridad y las características históricas, urbanísticas, arquitectónicas, arqueológicas, artísticas y naturales, especialmente en lo concerniente a su trazo, calles, plazas, atrios, conjuntos monumentales y monumentos dispersos;
- d) Fomentar, editar y difundir publicaciones de estudios realizados sobre el Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su zona de influencia;
- e) Velar por la protección y fomento de la cultura popular de la ciudad de La Antigua Guatemala, especialmente sus tradiciones, las artes y artesanías;
- f) Promover planes, programas, proyectos y facilitar las acciones para que los monumentos ubicados en la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia cumplan una función social y cultural en beneficio de la comunidad.
- g) Promover y propiciar programas de difusión cultural sobre la investigación, protección, conservación, restauración y valorización del Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su zona de Influencia.

Promover actividades de interacción entre la Municipalidad de La Antigua Guatemala, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, privadas y el Consejo, así como otras acciones coparticipativas en beneficio de la comunidad, conforme a los fines que establece la presente Ley;

- h) Establecer relaciones de cooperación técnica y financiera con organismos e instituciones nacionales e internacionales para el mejor logro de los programas y proyectos que planifique en Consejo, así como los que le sean presentados para su gestión por otros entes interesados;
- i) Propiciar la participación y organización ciudadana para la protección, conservación y valorización del Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia;
- j) Fomentar y establecer acuerdos con los propietarios de bienes culturales, muebles e inmuebles, para que los mismos puedan ser visitados por el público;
- k) Velar por la difusión de la presente Ley y sus reglamentos.

Artículo 5. Integración. El Consejo para la Protección de la ciudad de La Antigua Guatemala se integra por lo siguiente órganos:

- a) La Junta Directiva.
- b) Dirección Técnica.

Artículo 6. Junta Directiva. La Junta Directiva es la máxima autoridad del Consejo para la Protección de la ciudad de La Antigua Guatemala. Todas las instituciones representadas en la Junta Directiva son solidariamente responsables de las decisiones y acciones de sus representantes en el ejercicio de dicha representación.

Artículo 7. Integración. La Junta Directiva del Consejo para la Protección de la ciudad de La Antigua Guatemala se integra por:

- a) Un representante del Colegio de Arquitectos de Guatemala, preferentemente especializado en restauración de monumentos, bienes inmuebles y centros históricos;
- b) Un representante del Colegio de Humanidades de Guatemala, quien deberá ser profesional graduado en Arte, arqueología o historia;
- c) Un representante del Colegio del Ministerio de Cultura y Deportes, quien deberá ser profesional con especialización en restauración de monumentos, bienes inmuebles y centros históricos; o bien, profesional graduado en Arte, Arqueología o Historia;

- d) El alcalde de la ciudad de La Antigua Guatemala o un miembro titular del Consejo Municipal de La Antigua Guatemala;
- e) Dos representantes de reconocida honorabilidad, vecinos y residentes en la ciudad de La Antigua Guatemala, miembros de las Asociaciones Culturales o Clubes de Servicio legalmente constituidos que tengan su domicilio legal en el departamento de Sacatepéquez y su sede en la ciudad de La Antigua Guatemala, quienes serán electos a través de Asamblea General de Asociaciones Culturales o Clubes de Servicio que será convocada por la Municipalidad de La Antigua Guatemala;
- f) Un representante del Ministerio de Ambiente y Recursos naturales, especializado en materia de conservación ambiental;
- g) El conservador de la ciudad de La Antigua Guatemala; y,
- h) Un representante de la Academia Nacional de Geografía e historia.

Los miembros de la Junta Directiva durarán en el ejercicio a cargo un período de cuatro años improrrogables, a excepción del Alcalde de la Antigua Guatemala o el miembro titular de la Corporación Municipal, quien será sustituido cuando tomen posesión nuevas autoridades municipales.

El Presidente de la Junta Directiva será electo por mayoría de votos entre los miembros que integran la Junta Directiva y ejercerá dicho cargo para un período improrrogable de un año.

El conservador de la Ciudad tendrá voz y voto en las decisiones de la Junta Directiva; por la naturaleza del cargo no podrá presidir la Junta Directiva.

El presidente ejercerá la representación legal del Consejo; dicha representación podrá delegarla mediante mandato especial en el Conservador de la ciudad, en uno o más abogados colegiados activos, total o parcialmente, según el caso, con autorización de la Junta Directiva del Consejo.

Artículo 8. Atribuciones de la Junta Directiva. Son atribuciones de la Junta Directiva del Consejo para la Protección de la ciudad de La Antigua Guatemala las siguientes:

- a) Elegir y nombrar al Conservador de la ciudad de La Antigua Guatemala;
- b) Elegir y nombrar al Secretario de la Junta Directiva;
- c) Formular y aprobar la política de la institución;

- d) **Coadyuvar con la Municipalidad de La Antigua Guatemala para la elaboración del Plan Municipal de Protección, Conservación, Restauración, Reconstrucción y Valorización del Patrimonio Cultural y Natural de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de influencia; así como de las modificaciones sucesivas y su aprobación;**
- e) **Coadyuvar con la Municipalidad de La Antigua Guatemala en la formulación del Plan Maestro de Conservación y Ordenamiento Urbano correspondiente a la ciudad de La Antigua Guatemala, pudiendo para el efecto atender las recomendaciones y contenidos de los documentos nacionales o internacionales elaborados al respecto, y que a criterio de la Junta Directiva sean viables;**
- f) **Aprobar el proyecto anual de Presupuesto de Ingresos y Egresos del Consejo, así como las ampliaciones y modificaciones extraordinarias que se consideren indispensables;**
- g) **Elaborar el reglamento de la presente Ley, sus modificaciones y someterlos a la aprobación del Organismo Ejecutivo;**
- h) **Gestionar adscripciones; aceptar donaciones y colaboraciones provenientes de personas individuales o jurídicas, nacionales o internacionales;**
- i) **Fomentar la investigación histórica, urbanística, arquitectónica, arqueológica y artística de los bienes culturales de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia;**
- j) **Establecer y mantener actualizado el Registro General de Bienes Culturales, que comprenden los bienes arqueológicos, históricos, artísticos y arquitectónicos de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de Influencia;**
- k) **Emitir los dictámenes técnicos de los proyectos de urbanización y construcción de la ciudad de La Antigua Guatemala y su Zona de influencia y trasladarlos a la Municipalidad;**
- l) **Conocer y resolver los recursos administrativos que se presenten en contra del Conservador de La Antigua Guatemala;**
- m) **Autorizar la asesoría técnica gratuita a personas de escasos recursos cuando planifiquen proyectos de construcción o restauración de conformidad con el reglamento de esta Ley;**
- n) **Diseñar la política laboral del Consejo para la Protección de La Antigua Guatemala;**

- o) elaborar los reglamentos que le corresponda de conformidad con la presente Ley;
- p) otras que se deriven de la presente Ley o de otras disposiciones legales o convenios internacionales ratificados por el Estado de Guatemala.
- q) Crear la estructura técnica y administrativa de la Dirección Técnica, para el mejor cumplimiento de los fines de la presente Ley;
- r) Promover la participación ciudadana para la protección, conservación, restauración, reconstrucción y valorización del Patrimonio Cultural y Natural de La Antigua Guatemala en el ámbito de aplicación de la presente ley y sus reglamentos;
- s) Otras que se deriven de la presente Ley.

Capítulo IV **Régimen especial a que se sujetan los bienes Culturales**

Artículo 19. Prohibiciones. Queda prohibido en la ciudad de La Antigua Guatemala y sujeto a regulación en la Zona de Influencia:

- a) La desmembración, extracción, transporte y utilización de elementos arquitectónicos o artísticos de edificaciones antiguas, para ser utilizados en nuevas edificaciones.
- b) La edificación de construcciones de más de dos niveles, dentro del ámbito de aplicación de la presente Ley.
- c) La instalación de expendios o depósitos de hidrocarburos, sustancias inflamables o explosivas.
- d) La circulación de transporte pesado, sea este de carga o de pasajeros.
- e) La instalación de antenas para telefonía celular, radiotransmisión y telecomunicaciones.

Artículo 20. Características Urbanísticas. El Consejo velará por la conservación de las características urbanísticas, arquitectónicas, históricas y artísticas de la ciudad de La Antigua Guatemala, determinando para cada sector de la ciudad la volumetría adecuada de los inmuebles, así como lo referente a la modificación, alteración y transformación de las características arquitectónicas externas de los inmuebles, de conformidad con el Plan Maestro respectivo.

Artículo 21. Altura de las Edificaciones. La altura de las edificaciones deberá corresponder a las que establezcan en el Plan Maestro de Conservación, con relación al sector donde se ubiquen; sin embargo, en la Zona Principal de Máxima Conservación la altura máxima permitida no deberá ser mayor de seis metros con cincuenta centímetros, medidos desde la cumbrera de la cubierta al nivel promedio de la banqueta exterior.

En la Zona de Amortiguamiento, la altura máxima permitida será de siete metros, medidos desde la cumbrera de la cubierta al nivel promedio de la banqueta exterior.

Artículo 22. Uso y Destino. El uso y destino permanente o temporal de los monumentos, edificios públicos o religiosos deben ser autorizados por el Consejo. Se exceptúa expresamente cualquier utilización que altere la disposición y la morfología de los mismos, de acuerdo a su importancia histórica, arquitectónica, arqueológica o artística.

El reglamento de esta Ley establecerá las condiciones de uso, previo otorgamiento de fianza establecida por la Junta Directiva del Consejo.

Artículo 23. Bienes Muebles. Cualquier intervención que se realice en bienes muebles de importancia artística o histórica establecida por el Consejo, deberá ser previamente reportada al mismo. Si se establecieren procedimientos anómalos en dicha Intervención el Conservador lo pondrá inmediatamente en conocimiento de la autoridad competente

Artículo 18. Protección de los bienes patrimoniales culturales y naturales. Todos los bienes muebles e inmuebles catalogados como bienes patrimoniales culturales y naturales de cualquier titularidad, comprendidos dentro del ámbito de aplicación de esta Ley, estarán bajo la directa protección de Consejo y sujetos a su regulación.

Artículo 24. Avisos y anuncios. La colocación de avisos, anuncios o vallas en el polígono principal de la Zona Máxima Conservación y en el polígono de la Zona de Amortiguamiento de la ciudad de La Antigua Guatemala, se regirá por el reglamento emitido por el consejo, y en lo que fuere aplicable a la Ley de anuncios en vías Urbanas, vías extraurbanas y similares.

Capítulo V Sanciones

Artículo 29. Quien destruya, dañe, inutilice o de cualquier modo deteriore parcial o totalmente los bienes protegidos por esta Ley, será responsable de cometer delito contra el Patrimonio Cultural de la Nación y multado por autoridad judicial competente con ciento cincuenta mil quetzales a un millón y medio de quetzales, según la gravedad del caso y atendiendo a la importancia del bien destruido, dañado o inutilizado, sin perjuicio de lo que establecen otras leyes, ni de la restitución o reparación material del bien correspondiente, lo que se ordenara en la misma sentencia.

Artículo 30. Obras sin Licencia, Prohibiciones Expresa. Queda terminantemente prohibido el inicio de cualesquiera obras de construcción, reconstrucción, restauración o modificación de los bienes incluidos en la presente Ley sin haber obtenida la licencia municipal correspondiente, o actuando en contravención a lo dictaminado por el Consejo.

La persona natural o jurídica que no obstante esta prohibición expresa incurra en desacato de la misma, será responsable de conformidad con la ley y sancionado además con una multa en efectivo que le impondrá la autoridad judicial competente, la que dependiendo de la gravedad del daño causado o de la magnitud de la obra que estuviere realizando, aspectos que deberá informar el Conservador de la Ciudad al juez que conozca del caso, oscilara entre las cantidades de ciento cincuenta mil quetzales (Q. 150,000.00) a dos millones de quetzales (Q. 2,000,000.00).

Artículo 31. Hurto, Robo y Tráfico de Bienes Culturales. En lo relativo al hurto, robo y tráfico de bienes que constituyan Patrimonio Cultural de la Nación, se sancionará conforme lo establece el Código Penal.

2.3.4 La UNESCO y el patrimonio mundial

Antecedentes históricos de un tratado internacional:

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO- promueve en todo el mundo la identificación, la protección y la preservación del Patrimonio Natural y Cultural, el cual es considerado excepcionalmente valioso para la humanidad.

Aprobada por la Conferencia General de la -UNESCO- el día 12 de noviembre de 1972 y ratificada hasta la fecha por 149 Estados Partes, la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural es el más internacional de todos los instrumentos jurídicos en materia de conservación. La Convención se basa en la idea de que ciertos sitios naturales y culturales poseen un **valor universal excepcional**, y como tales constituyen un patrimonio común de la humanidad cuya preservación incumbe por consiguiente a la comunidad internacional en su totalidad.

Uno de los grandes méritos de la Conservación es haber sabido instaurar, sobre esas bases, una cooperación internacional sistemática en materia de conservación y protección de dichos bienes. Cada año los miembros del Comité Intergubernamental del Patrimonio Mundial otorgan subvenciones para financiar la ayuda de emergencia a algunos sitios en peligro, las actividades de protección realizadas en cooperación en cualquier rincón del planeta, la formación de personal y la labor preparatoria indispensable a toda inscripción de un bien en la Lista de Patrimonio Mundial, hasta fines del año 2005, aproximadamente 754 bienes de **valor natural y cultural universal excepcional** figuran inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial. De ellos, 149 bienes naturales, 582 bienes culturales y 23 mixtos. Se encuentran dispersos en el territorio de 129 Estados Partes.

2.3.5 La Misión de la UNESCO

Consiste en:

- 1) Incitar a los países a firmar la Convención de 1972 y a velar por la Protección natural y cultural.
- 2) Incitar a los Estados partes de la Convención a proponer bienes nacionales para su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial.
- 3) Incitar a los estados a someter informes regulares sobre el estado de conservación de los bienes del Patrimonio Mundial situados en su territorio.
- 4) Suministrar ayuda de emergencia para preservar los bienes del Patrimonio Mundial que se hallen en peligro inmediato.
- 5) Promover el concepto de Patrimonio Cultural y Natural.
- 6) Fomentar la cooperación internacional respecto de la conservación del patrimonio.

2.3.6 Convención Para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural

El 21 de noviembre de 1972 la UNESCO instituyó lo que sin duda constituiría una de las convenciones más aplaudidas internacionalmente, Desde esa fecha, aproximadamente 754 sitios de los cinco continentes, han sido declarados patrimonio mundial y como tales se benefician de la protección de la UNESCO y de todo lo que ello conlleva y se detalla a continuación.

La conferencia general de la organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su 17º reunión, celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972.

Constatando que el patrimonio cultural y el patrimonio natural están cada vez más amenazados de destrucción, no solo por las causas tradicionales de deterioro sino también por la evolución de la vida social y económica que las agrava con fenómenos de alteración o de destrucción aun más terribles.

Considerando que la protección de ese patrimonio o la desaparición de un bien del patrimonio cultural y natural constituye un empobrecimiento nefasto del patrimonio de todos los pueblos del mundo.

Considerando que la protección de ese patrimonio a escala nacional es en muchos casos incompletos, dada la magnitud de los medios que requiera y la insuficiencia de los recursos económicos, científicos y técnicos del país en cuyo territorio se encuentra el bien que ha de ser protegido.

Teniendo presente que la constitución de la UNESCO estipula que la organización ayudara a la conservación, al progreso y a la difusión del saber, velando así por la conservación y la protección del patrimonio universal, además de recomendar a los interesados las convenciones internacionales necesaria para ese objeto.

Considerando que las convenciones, recomendaciones y resoluciones internacionales existentes a favor de los bienes culturales y naturales demuestran la importancia que tiene para todos los pueblos del mundo la conservación de esos bienes únicos e irremplazables de cualquiera que sea el país a que pertenezcan.

Considerando que ciertos bienes del patrimonio cultural y natural presentan un interés excepcional que exige se conserven como elementos del patrimonio mundial de la humanidad entera.

Considerando que, ante la amplitud y la gravedad de los nuevos peligros que las amenazan, incumbe a la colectividad internacional entera participar en la protección del patrimonio cultural y natural de valor universal excepcional prestando una asistencia colectiva que sin reemplazar la acción del Estado interesado la complete eficazmente.

Considerando que es indispensable adoptar para ello nuevas disposiciones convencionales que establezcan un sistema eficaz de protección colectiva del patrimonio cultural y natural de valor excepcional organizada de una manera permanente y según métodos científicos y modernos.

Habiendo decidido en su decimosexta reunión que esta cuestión sería objeto de una convención internacional.

Aprueba en este día 16 de noviembre de 1972 la presente convención.

2.3.7 Definiciones del Patrimonio Cultural y Natural

Artículo 1. A los efectos de la presente convención se considerara **"Patrimonio Cultural"**:

Los Monumentos: Obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte o de la ciencia.

Los Conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

Artículo 2. A los efectos de la presente convención se consideran **"Patrimonio Cultural"**:

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de estas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies de animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

Artículo 3. Incumbirá a cada estado tomar parte en la presente convención e identificar y delimitar los diversos bienes situados en su territorio y mencionados en los artículos 1 y 2

2.3.8 Reglamentación de publicidad exterior en Antigua Guatemala

En la actualidad se encuentra vigente el Reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de La Antigua Guatemala, fue creado por el departamento administrativo del consejo para la protección de la Antigua Guatemala el trece de enero de mil novecientos setenta y tres, en el que se tratan aspectos sobre anuncios en carreteras, los letreros o rótulos permitidos en los comercios, oficinas entidades públicas.

Considerando:

Que es necesario y urgente emitir las normas relativas a los letreros existentes en la ciudad y a los que en el futuro se coloquen, fijen o fraccionen dentro del área de protección de la ciudad, con el objeto de evitar que tanto aquellos como estos, afecte a las características de La Antigua Guatemala.

Considerando:

Que la anarquía existente a la fecha en esta materia es un grave problema que debe darse por concluido mediante la debida regulación, de acuerdo con la ley protectora de la Ciudad de Antigua Guatemala a modo de establecer las normas que tienden a resguardar el conjunto monumental, la zona de protección y conservación y áreas circundantes de la ciudad.

Por Tanto:

Con fundamento en los artículos 1º,2º,4º,5º, inciso 1,10,11,12,13,26 y 39 del decreto 60-69 del congreso de la república.

Acuerda:

Emitir el siguiente reglamento:
**Reglamento Relativo a Letreros en la
Ciudad, Zona de Protección y
Conservación y Áreas Circundantes de
La Antigua Guatemala**

I) Ámbito de aplicación:

Artículo 1º. El ámbito de aplicación de este reglamento comprende toda la zona de protección y conservación y perímetro urbano colonial establecidos en la "ley protectora de la ciudad de la Antigua Guatemala" y áreas circundantes.

Artículo 2º. Están afectos a las prescripciones de este reglamento, todos los letreros sobre la vía pública, en la vía pública o visibles desde la misma, incluso aquellos situados en lugares abiertos al público.

Artículo 3º. Para los efectos de esta reglamentación entiéndase por vía pública, el trazo urbanístico de la ciudad poblaciones aledañas, calles y plaza, así como carreteras de cualquier clase.

II) Categorías de Letreros:

Artículo 4º. Se establecen las siguientes categorías de letreros:

- a) Avisos: Son aquellos que se colocan provisional o permanentemente, con el objeto de promover o anunciar actividades, culturales, sociales, políticas, religiosas, deportivas, teatrales, cinematográficas, y similares, por medio de afiches, volantes, carteles o mantas.
- b) Anuncios: Comprende la propaganda comercial de toda clase de productos naturales o manufacturados y de los establecimientos que los produzcan o vendan.
- c) Señales: Comprende las indicaciones de tránsito, paradas de autobuses, numeración y nombre de calles y estacionamientos.
- d) Letreros: Son aquellos que contienen el nombre de toda clase de establecimientos, oficinas y entidades, públicas y privadas.

III) Avisos:

Artículo 5º. Los avisos serán permitidos únicamente en carteleras cuyas dimensiones, material y lugar de colocación deberán ser autorizadas previamente por este consejo.

IV) Anuncios:

Artículo 6º. Los anuncios de cualquier clase o tipo, son estrictamente prohibidos.

V) Señales:

Artículo 7º. Las señales actualmente existentes continuaran mientras el consejo elabora un proyecto para que las mismas no afecten el buen aspecto de la ciudad, mientras tanto, queda prohibida la colocación de nuevas señales sin la previa autorización de este consejo.

VI) Letreros:

Artículo 8º. Sólo se permitirá un letrero por establecimiento, oficina, o entidad de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- a) Podrán ser de cinco tipos: 1) Pintados directamente sobre los muros; 2) pintados sobre piezas de madera o metal; 3) fundidos en metal; 4) sobre azulejos de barro vidriado; y 5) forjados en hierro.
- b) En cualquier caso, los letreros deberán ser adosados al muro excepto con previa autorización de este consejo en casos especiales.
- c) Ningún letrero podrá sobrepasar un área de 0.50 metros cuadrados, incluyendo el marco.
- d) De preferencia deben utilizarse letras romanas, mayúsculas, o minúsculas, o combinación de ambas.

- e) Los letreros de establecimientos fabriles o comerciales solo deberán indicar el nombre propio y tipo de establecimiento.
- f) En caso de oficinas profesionales, el nombre del profesional y la profesión.
- g) Si se trata de oficinas públicas o privadas, el nombre propio de la oficina.
- h) Las instituciones o establecimientos que tengan emblema o marca debidamente registrado o autorizado, podrán incluirlo dentro del mismo letrero, siempre que su diseño se encuentre de acorde con las características de la ciudad

Todo dentro de las dimensiones indicadas en el inciso c) de este mismo artículo

VII) Anuncios en carreteras:

Artículo 9º. No se permitirán anuncios en carreteras de cualquier tipo, dentro de los siguientes trayectos a partir de la ciudad de la Antigua Guatemala.

- a) Hasta el Km. 4 en la carretera que conduce a la ciudad de Guatemala
- b) Hasta Alotenango, en la carretera que conduce a esta ciudad pasando por Ciudad Vieja.
- c) Hasta Santa María de Jesús, en la carretera que conduce a palín.
- d) Hasta la aldea de San Luis Las Carretas que conduce a Chimaltenango.

VIII) Versión a otros idiomas:

Artículo 10º. Todos los letreros deberán de redactarse en idioma español, con sujeción a las reglas gramaticales de la Real Academia de la lengua Española. Puede incluirse traducción a otros idiomas en cuyo caso la traducción deberá ir en caracteres de menor tamaño que el texto en español y deberá incluir por lo menos el francés y el inglés.

IX) Autorizaciones:

Artículo 11º. En todo caso los letreros deberán ser autorizados previamente por este consejo mediante solicitud que se presentara en formularios especiales, ante el conservador de la ciudad, quien resolverá la solicitud, cuando se trate de casos especiales, complejos dudosos o que susciten controversia entre el Conservador y el interesado, el asunto pasara a conocimiento del Consejo, el que resolverá en definitiva.

X) Letreros existentes:

Artículo 12º. Se concede un plazo improrrogable de doce meses contados a partir de la fecha en que entre en vigencia esta ley, a efecto de que sean retirados toda clase de letreros que no se ajusten a las normas de esta regulación.

Artículo 13º. Si los interesados no cumplieren con lo estipulado en el artículo anterior, este consejo los retirara a costa de los infractores, quienes serán consignados a los tribunales para los efectos consiguientes.

XI) Contravenciones:

Artículo 14º. Toda contravención a las disposiciones de este reglamento, se sancionara de conformidad con la "ley protectora de la Ciudad de la Antigua Guatemala."

XII) Casos no previstos:

Artículo 15º. Los casos no previstos en este reglamento serán resueltos por este consejo, previo informe circunstanciado del conservador, de conformidad con las disposiciones de orden público e interés social de la ley protectora de la Ciudad de la Antigua Guatemala.

XIII) Vigencia:

Artículo 16º. Este reglamento entra en vigor quince días después de su publicación en el Diario Oficial.

Artículo 17º. El conservador de la Ciudad, queda obligado a velar por el cumplimiento de este reglamento.

Dado en el salón de sesiones de Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala. A los veintitrés días del mes de Septiembre de mil novecientos noventa y dos.

2.4 Sanciones por incumplimiento del reglamento

Las sanciones emitidas por el Consejo para la protección de la Antigua Guatemala por el incumplimiento del reglamento mencionado anteriormente, obedecen a notificación ignorada por parte del titular o dueño del local en donde está colocado el letrero que no cumple con el reglamento, dicha labor está a cargo de la sección de control de construcción del consejo, quienes previo a realizar una supervisión y evaluación de faltas de los letreros, extienden una notificación de suspensión con 3 días plazos para hacer los cambios necesarios al letrero que no cumpla con los requisitos establecidos, si dichos cambios no han sido hechos en el tiempo definido el letrero es retirado y el caso es trasladado al departamento jurídico del consejo, quien luego de hacer las gestiones correspondientes pasa el asunto al juzgado de paz para que el juez de dicha institución determine las multas que oscilan desde veinticinco quetzales hasta quinientos quetzales.

La boleta de notificación para el retiro de letreros incluye los siguientes aspectos que son los que se evalúan:

- a) Si el rótulo del local está fuera de las dimensiones autorizadas.
- b) El rótulo no se encuentra adosado a la pared
- c) Si el local expone más de un rótulo

- d) El letrero no está escrito en idioma español.
- e) Los colores del letrero no son acordes a las características de la Ciudad.
- f) El diseño del letrero no es acorde a las características de la Ciudad.
- g) Las letras del letrero no son acordes a las características de la Ciudad.
- h) Se expone mercadería en la fachada del local.

Es importante mencionar que hay aspectos que no son sancionados y que están dentro de la reglamentación, tal como lo indica el técnico inspector III del consejo. David García, quien menciona que en múltiples ocasiones los letreros que se encuentran en otros idiomas y en letra pequeña regularmente no son sancionados y que en algunos casos letreros que sobrepasan el tamaño no son cuestionados.

2.5 Utilidad de los letreros en Antigua Guatemala

En esta ciudad observamos un constante movimiento de comercio, turistas, cultura etc. El hecho de ser una ciudad reconocida nacionalmente e internacionalmente hace que sean necesarios hoteles, centros comerciales, restaurantes, salas de Internet, agencias de viajes, agencias bancarias, entidades públicas, privadas, gubernamentales, que se ven en la necesidad de darse a conocer al público local o visitante, algunos optan por un espacio en las radios locales o bien en medios de comunicación impresos, como trifoliaries, bifoliaries, volantes y otros, existe otra forma de darse a conocer proyectando por medio de ellas su imagen como institución y servicios que presta, tales son los letreros que se encuentran en las entradas o adosados a las paredes o muros del comercio o cualquiera que fuera el establecimiento, los letreros proporcionan información y fijan un nombre único a cada lugar, por ejemplo se observa en un letrero de madera lo siguiente @CAFÉ inmediatamente denotamos que es un Café Internet, los letreros son aquellos que contienen el nombre del local o establecimiento.

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1 Tipo de investigación

Para llevar a cabo este estudio se utilizó la investigación de campo que corresponde a un tipo de diseño de investigación que según Sabino (2005) se basa en estimaciones obtenidas directamente de la realidad permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo general

Averiguar sobre la legislación publicitaria vigente en la ciudad de Antigua Guatemala

3.2.2 Objetivos específicos

- ◆ Detallar las características de los letreros de los comercios ubicados en el casco urbano de la ciudad de Antigua Guatemala
- ◆ Comprobar si existe cumplimiento del reglamento relativo a letreros de los comercios en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de La Antigua Guatemala.
- ◆ Establecer que letreros de los comercios no cumplen con el reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala.

3.3 Técnica

Recopilación bibliográfica y documental, observación directa.

3.4 Instrumento

Los instrumentos que se utilizaron fueron fichas bibliográficas de resumen, una guía de observación directa con los siguientes aspectos:

- ✚ Ubicación del comercio o local
- ✚ Posición del letrero.
- ✚ Características del letrero.
 - ✓ Tipo de letra
 - ✓ Tamaño del letrero
 - ✓ Material del letrero
 - ✓ Colores
 - ✓ Idioma en el que se encuentra escrito
 - ✓ Traducción al español.
 - ✓ Cumplen o no con la legislación o reglamento.
 - ✓ Artículo (s) que viola.

3.5 Población o universo

Los establecimientos, comerciales, institucionales, públicos y todo aquel lugar donde se encuentren letreros que los identifique como tal, dentro del casco urbano de la ciudad de Antigua Guatemala guardando sus límites hasta el km. 4 de la carretera que conduce a la Ciudad de Guatemala, limite hasta Alotenango, en la carretera que conduce a Ciudad Vieja, hasta Santa María de Jesús por carretera que conduce a Palín y hasta San Luis las Carretas Carretera a Chimaltenango.

3.6 Muestra

La muestra fue de 150 comercios ubicados en la 4ta. Calle poniente, 5ta. Calle poniente, Calzada Santa Lucía norte y Calzada Santa Lucía sur.

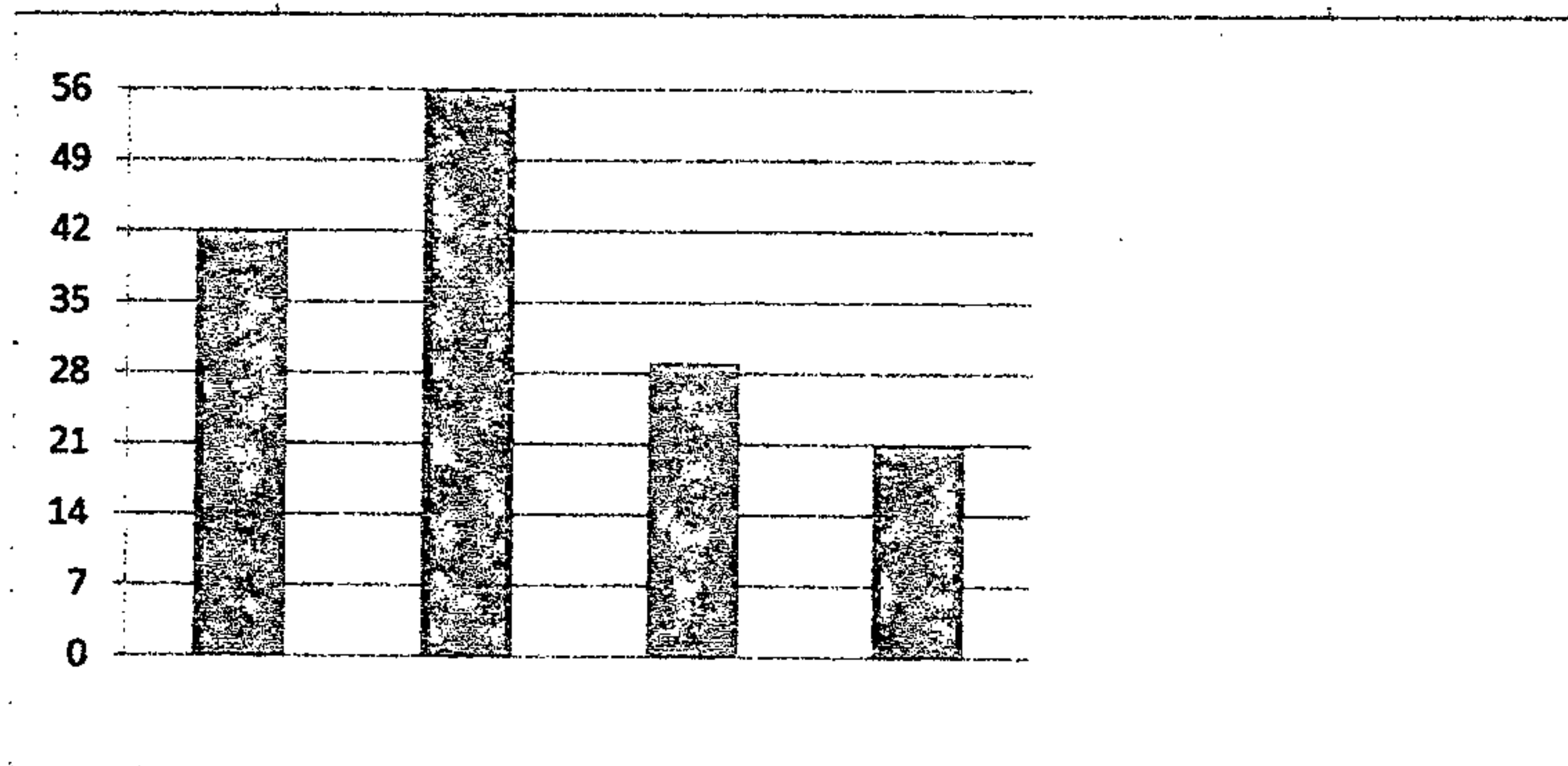
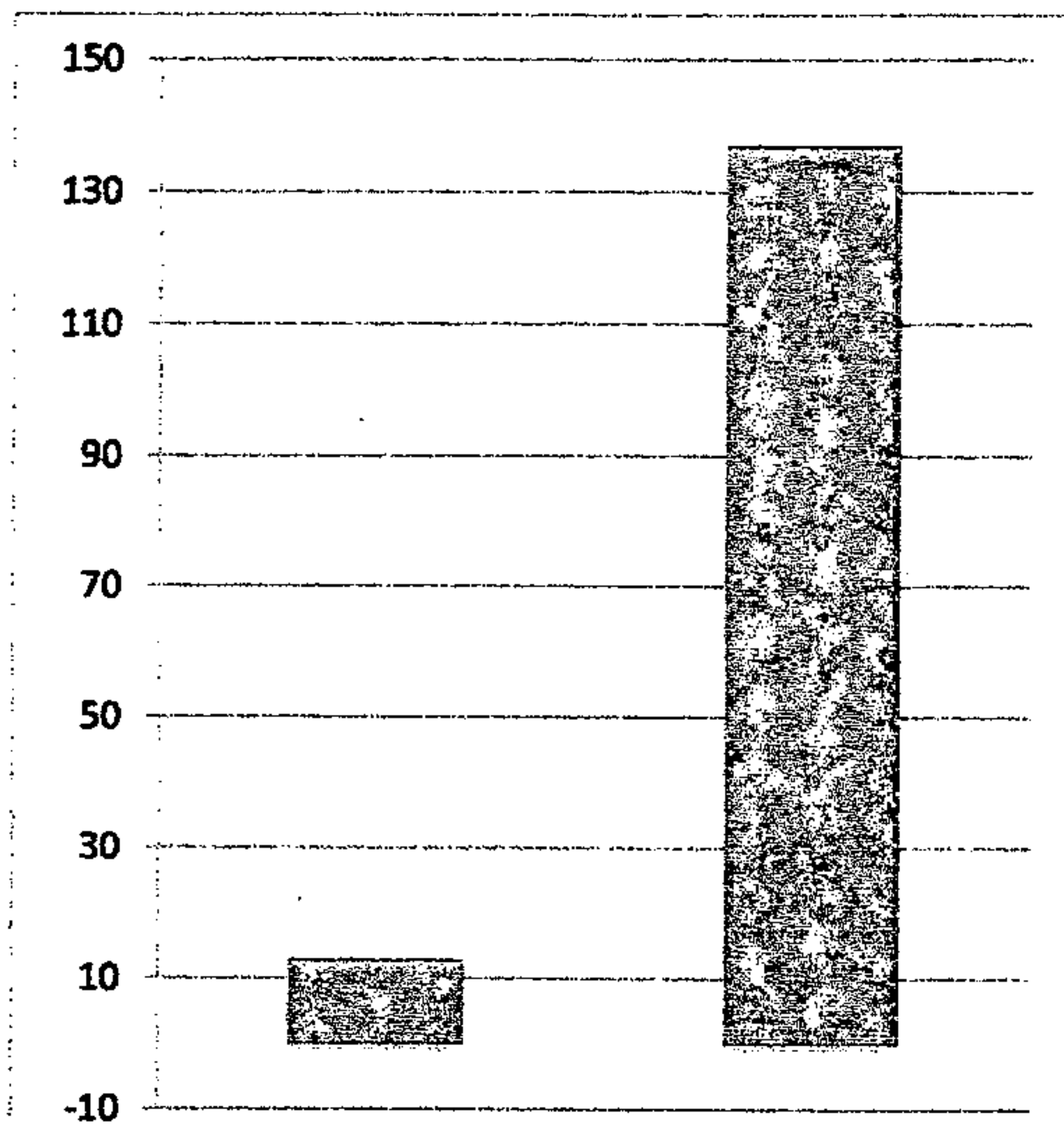
CAPÍTULO 4

PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.

A continuación se presenta la descripción de los resultados obtenidos de los 150 letreros de los comercios observados

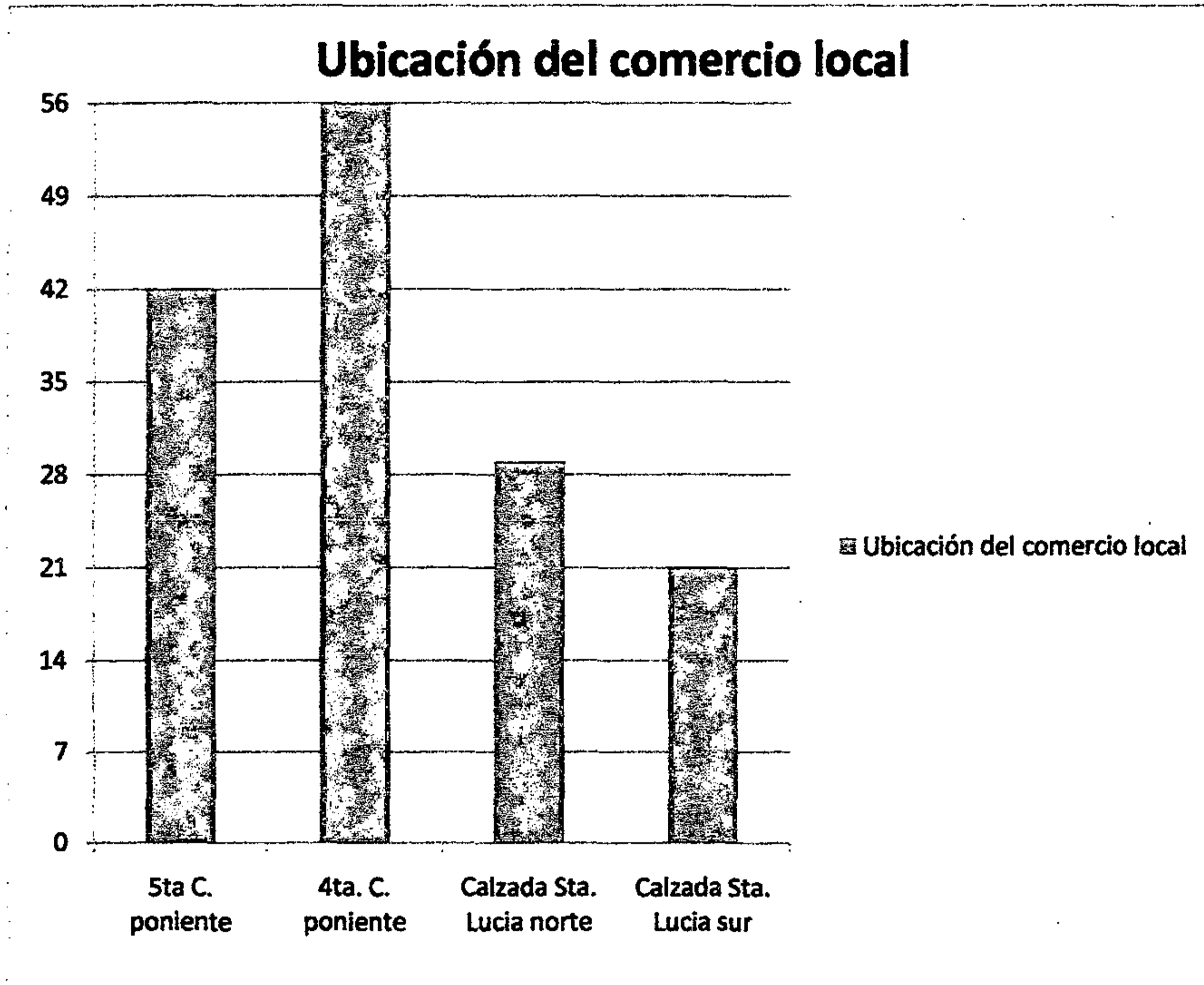
El mayor porcentaje de ellos 56% se encuentran ubicados en la 4ta. Calle poniente.

Las gráficas presentan datos en cuanto a la ubicación de los letreros del comercio, su posición, idioma, materiales de fabricación, letras y tamaño.



4.1 ¿Cuál es la ubicación del local comercial?

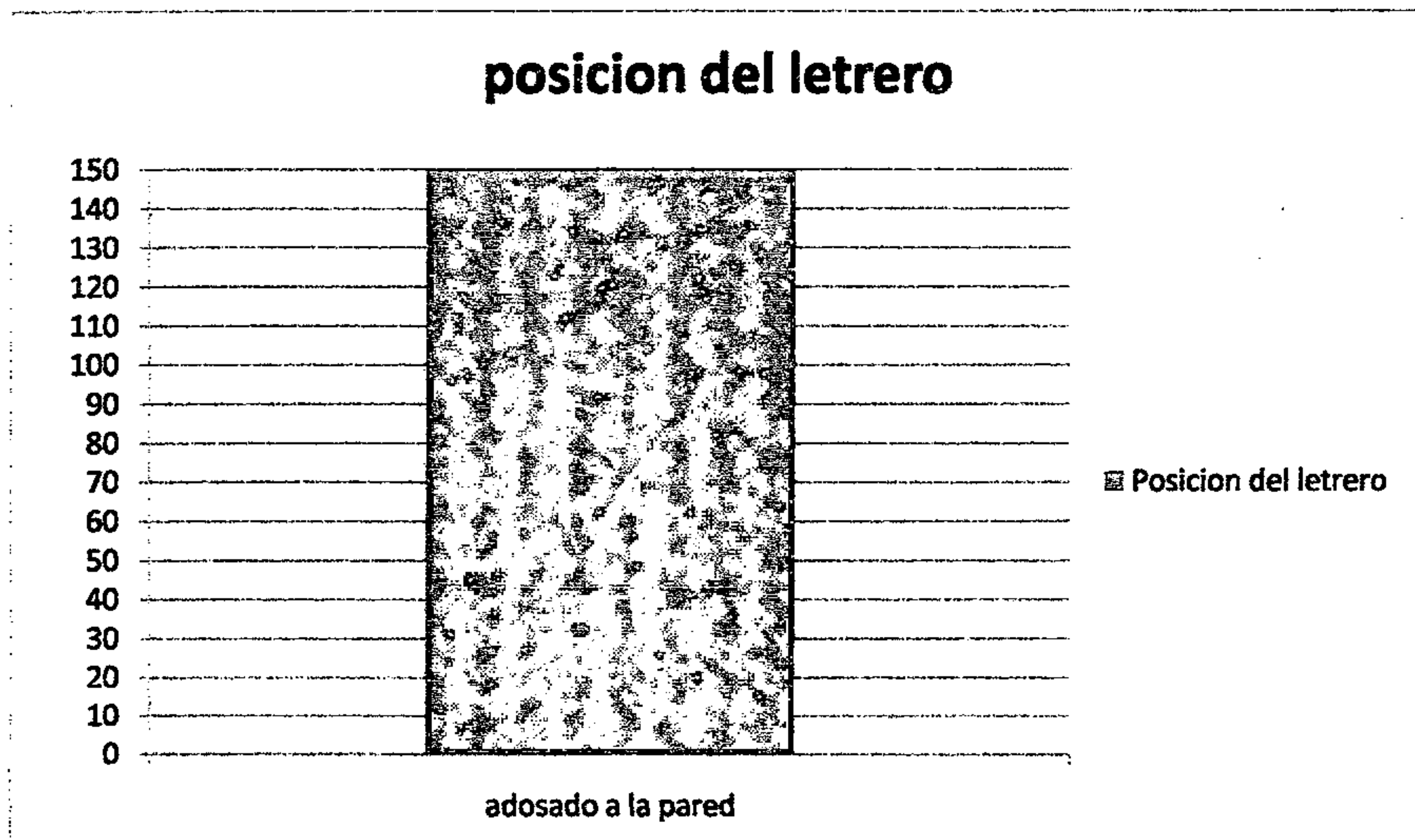
Gráfica No. 1



La ubicación de los 150 letreros de los comercios investigados es la siguiente: 42 se encuentran en la 5ta. Calle Poniente, 56 en la 4ta. Calle Poniente, 29 en la Calzada Santa Lucía Norte y 21 en la Calzada Santa Lucía Sur, lo que indica que en la 4^a. Calle poniente es el lugar donde se encuentran más letreros de centros comerciales con un total del 58% de la población investigada.

4.2 ¿Cuál es la posición del letrero del local?

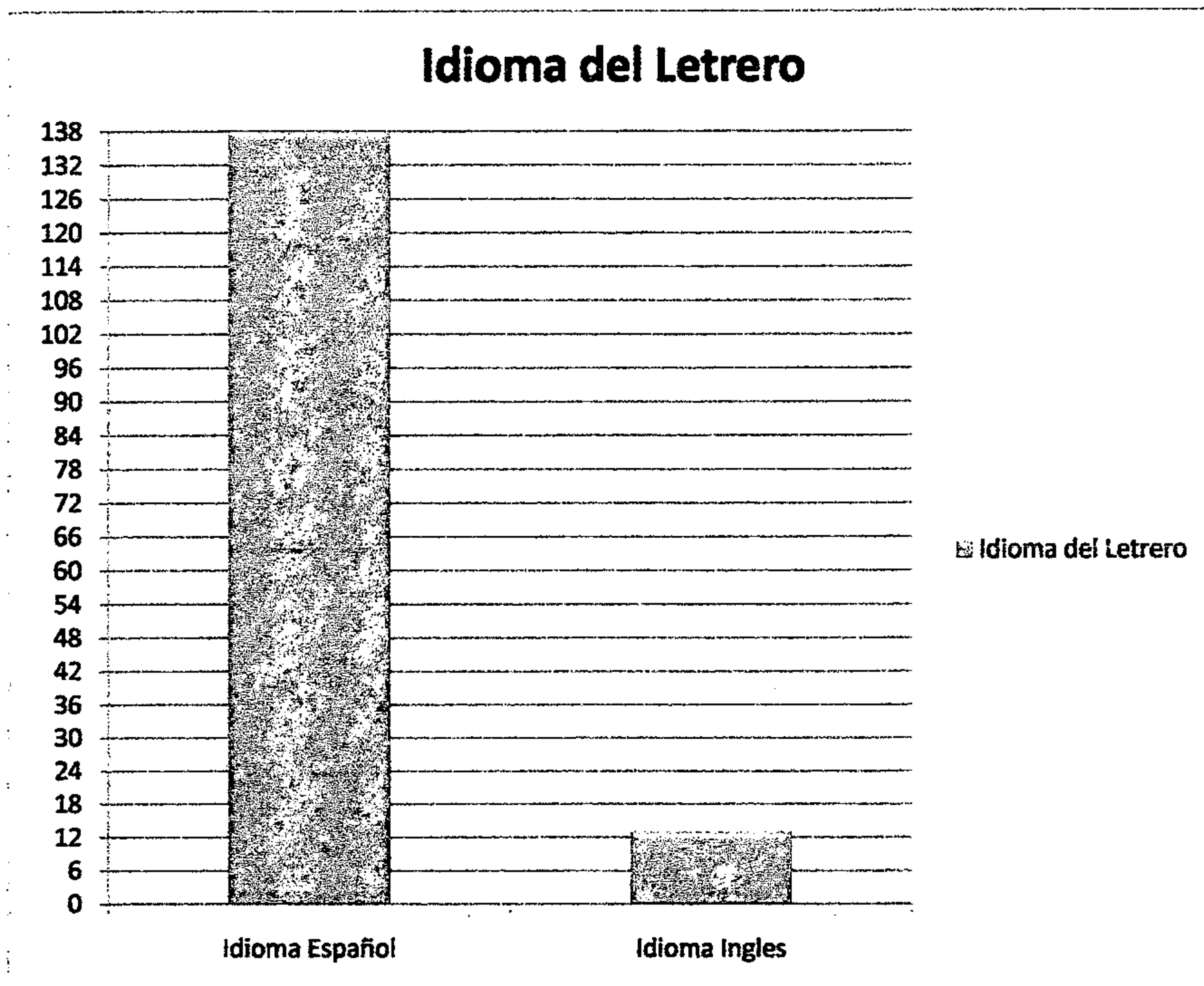
Gráfica 2



Los letreros de los 150 locales observados, se encuentran adosados a la pared, cumpliendo así a lo que indica el Reglamento relativo a letreros en la ciudad zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala capítulo VI, inciso (b) que literalmente dice "En cualquier caso, los letreros deberán ser adosados al muro"

4.3 ¿En qué idioma está escrito el letrero?

Gráfica 3

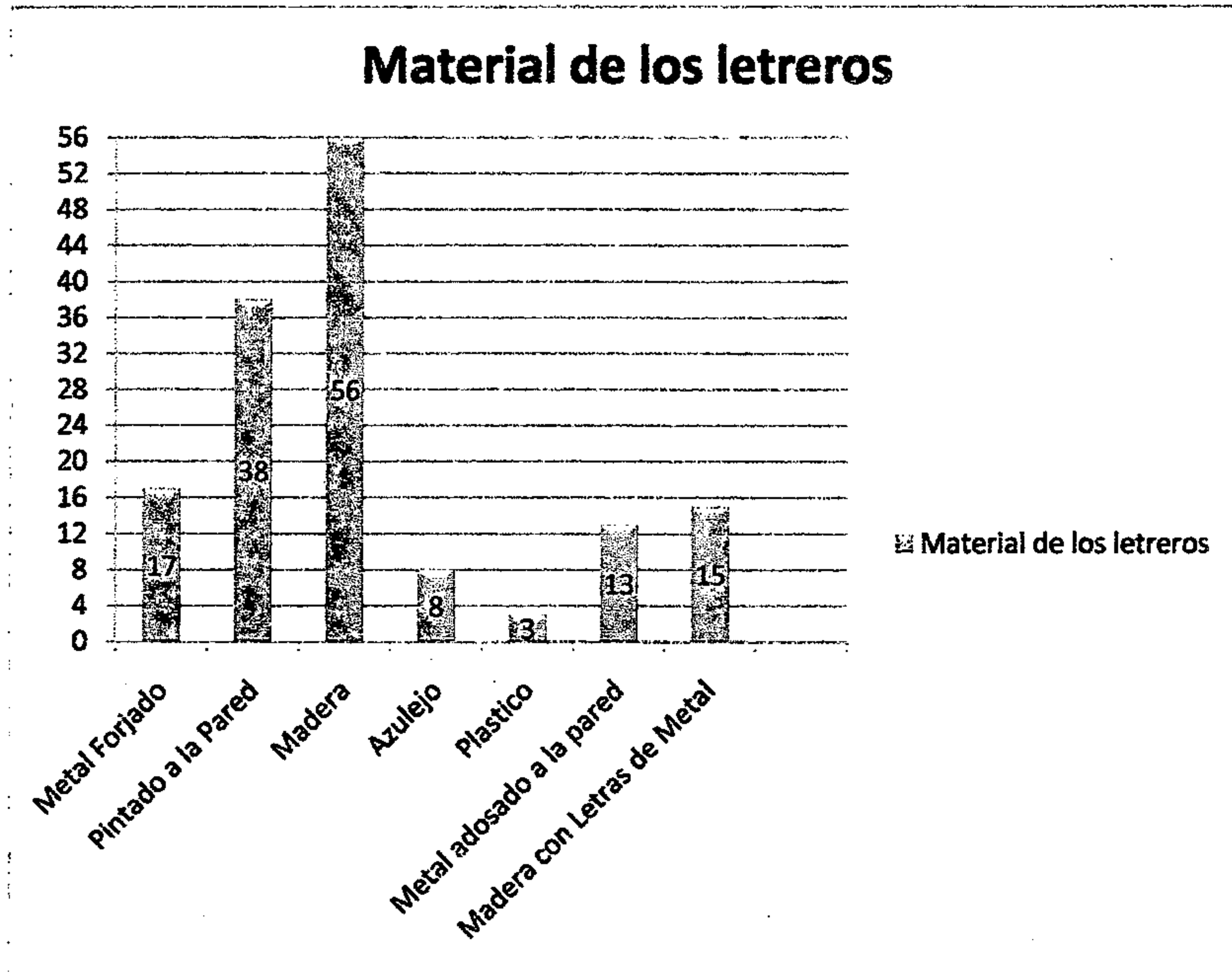


De los 150 letreros objeto de la muestra, 138 están escritos en idioma español cumpliendo así con lo que indica el Reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua en su inciso VIII, artículo 10 "Todos los letreros deberán de redactarse en idioma español, con sujeción a las reglas gramaticales de la Real Academia de la lengua Española Y 12 letreros están escritos en idioma inglés con su respectiva traducción al español, como lo indica este mismo artículo " Puede incluirse traducción a otros idiomas en cuyo caso la traducción deberá ir en caracteres de menor tamaño que el texto en español y deberá incluir por lo menos el francés y el inglés.

2 de los letreros observados no cumplen con este artículo, ya que se encuentran solamente en el idioma inglés.

4.4 ¿De qué material están elaborados los letreros?

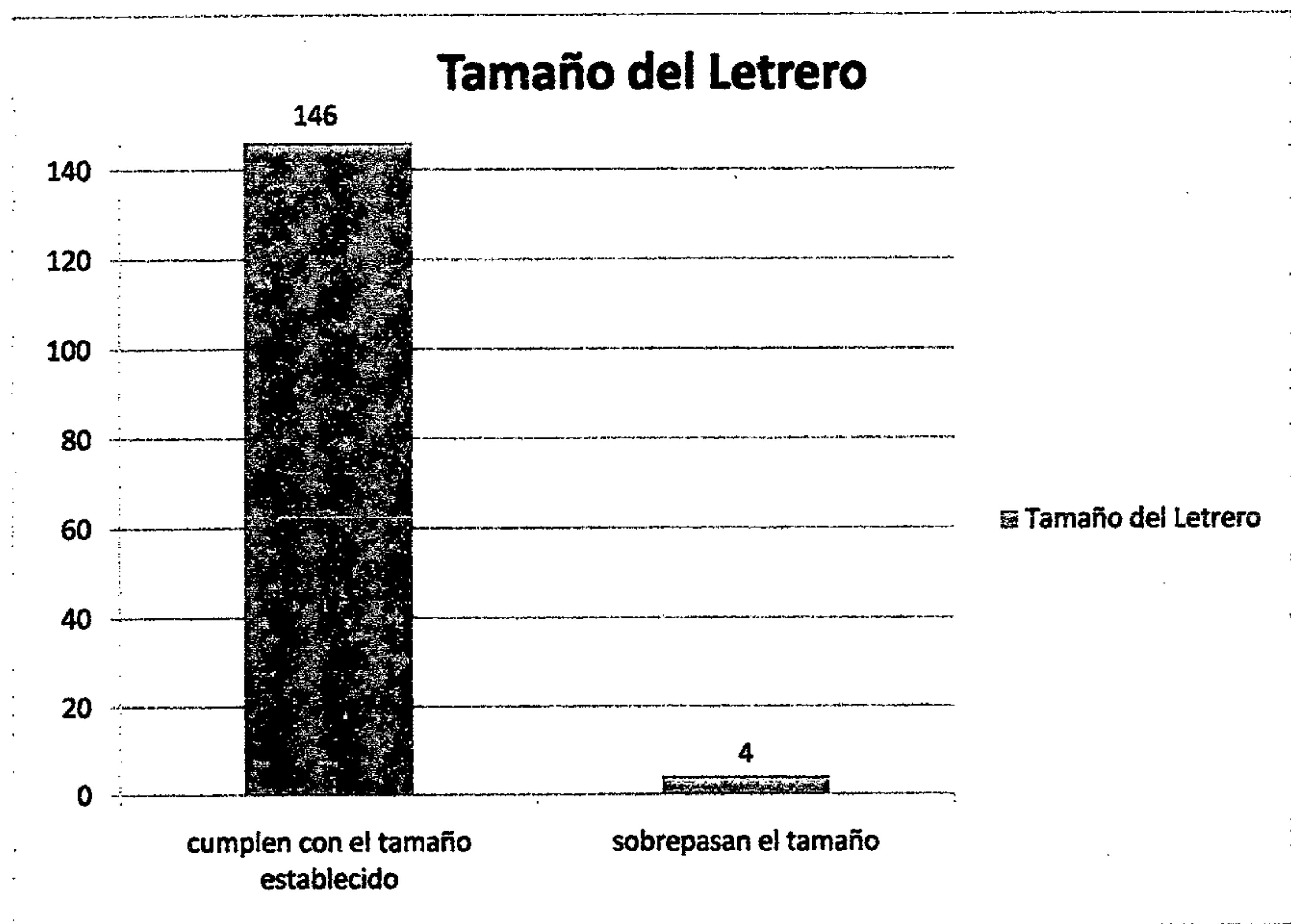
Gráfica 4



El material del cual estan elaborados los letreros observados, es el siguiente: 17 son de metal forjado, 38 pintados a la pared, 56 de madera, 8 en azulejo, 3 de plástico, 13 letras de metal adosadas a la pared y 15 de madera con letras de metal incrustadas, con respecto a los materiales estos responden a lo indicado en el Reglamento relativo a letreros en la ciudad ,zona de proteccion y conservacion y areas circundantes de la Antigua Guatemala, capitulo VI, inciso (a) que literalmente dice "Sólo se permitirá un letrero por establecimiento, oficina, o entidad de acuerdo con las siguientes especificaciones: Podrán ser de cinco tipos: 1) Pintados directamente sobre los muros; 2) pintados sobre piezas de madera o metal; 3) fundidos en metal; 4) sobre azulejos de barro vidriado; y 5) forjados en hierro.

4.5 ¿Cuál es el diámetro del letrero?

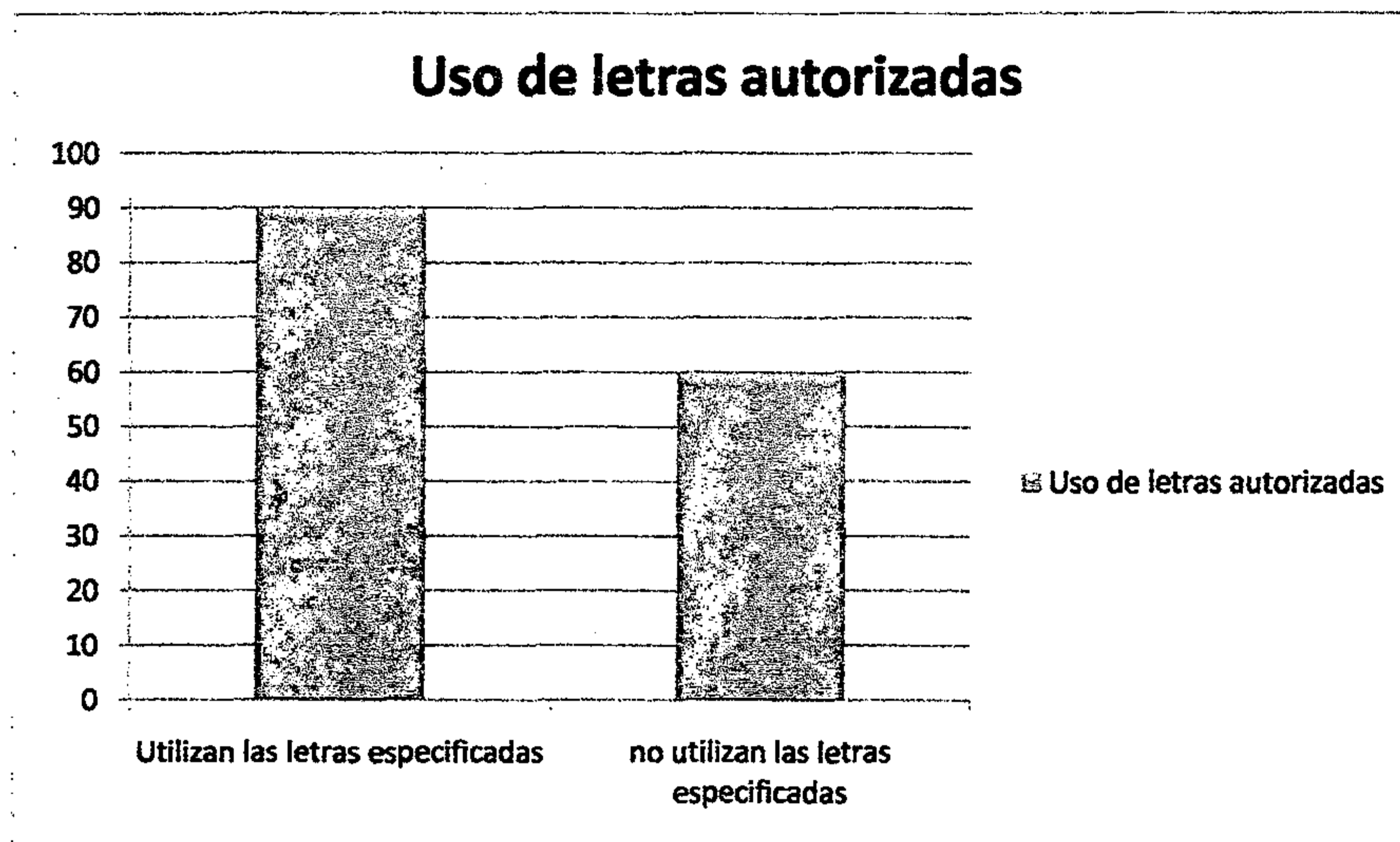
Gráfica 5



De los 150 letreros observados, 4 de ellos sobrepasan el diámetro establecido según el artículo 8 inciso C, en donde se indica que el letrero no debe sobrepasar un área de 0.50 cm incluyendo el marco.

4.6 ¿Qué letreros hacen el uso de letras autorizadas por el reglamento?

Gráfica 6



El 60% de los letreros observados, es decir 90 de ellos, toman en cuenta el inciso d) del artículo 8 en donde indica que de preferencia debe utilizarse letras romanas mayúsculas o minúsculas, o combinación de ambas. Y 60 letreros no hacen caso omiso a dicho artículo e inciso.

4.7 CONCLUSIONES

- ◆ Los letreros ubicados en la cuarta calle y quinta calle poniente, así como en la calzada Santa Lucía norte y sur, en su totalidad no cumplen con el reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala.
- ◆ La principal causa del incumplimiento del reglamento es la falta de licencia para colocar el letrero violando el artículo 11°. Relativo a autorizaciones por el consejo para su colocación, tomando como medida el retiro del mismo.
- ◆ El retiro de un letrero es ocasionado por el incumplimiento de los artículos del reglamento y consecuencia de ello el pago de multas que van de veinticinco quetzales hasta quinientos quetzales o el retiro definitivo del mismo, según lo determine el juez competente.
- ◆ De los 150 letreros observados el 100% de ellos cumple con el artículo 8°. Inciso (a) y (b) del reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala, los que indica los tipos de letreros, así como que los mismos deben ser adosados a la pared.
- ◆ En relación al cumplimiento del tamaño del letrero, 4 de los rotulos observados no cumplen con el artículo 8°, inciso (c) que indica que no debe sobrepasar un área de 0.50 metros cuadrados, incluyendo el marco
- ◆ Con respecto al tipo de letras romanas, mayúsculas o minúsculas o combinación de ambas que menciona el artículo 8°. inciso (d) del reglamento, de los 150 letreros observados no todos lo cumplen,
- ◆ El inciso (e) del artículo 8°. Del reglamento indica que los letreros de establecimientos fabriles o comerciales solo deberán indicar el nombre propio y tipo de establecimiento, los letreros existentes y que caben dentro de este inciso no cumplen a cabalidad con este enunciado, debido a que solamente se hace mención al nombre propio del establecimiento y no indican que tipo de establecimiento es, o sea si es fabril o comercial.
- ◆ En lo referente a lo que debe indicarse en el letrero según el inciso (f) en caso de oficinas profesionales, el nombre del profesional y la profesión , se ha observado que únicamente existen dos letreros de esta índole y ambos cumplen con el requisitos del inciso (f) del artículo 8°.

- ◆ El inciso (g) hace mención de las características que deben cumplir los letreros de oficinas públicas y privadas, en la muestra tomada de 150 letreros 3 de ellos son de éste carácter cumpliendo con el inciso (g) de el ya mencionado reglamento, en relación al inciso (h) las instituciones con emblema, marca o logotipo que han incluido estos en sus letreros no presentan ninguna anomalía, ya que estos emblemas, logotipos y marcas han sido debidamente registradas y autorizadas y su diseño se encuentran de acuerdo a las características de la Ciudad
- ◆ De los 150 letreros objeto de estudio se estableció que 2 de ellos no cumplen con el capítulo VIII, artículo 8º del reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala, que indica que los letreros en otro idioma deben tener su traducción en el idioma español

4.8 RECOMENDACIONES AL CONSEJO PARA LA PROTECCION DE ANTIGUA GUATEMALA

1. Proporcionar toda la información necesaria y referente a la colocación de letreros a los comerciantes de Antigua Guatemala.
2. Hacer especial énfasis en el artículo 10 del reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala.
3. Darle seguimiento a los letreros recién colocados para verificar si cumplen con el reglamento ya mencionado.

4.9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Báez Everts, Carlos, 2000, La comunicación efectiva, Santo Domingo República Dominicana, Editorial Búho.
- Cabanellas, Guillermo, 1980, Diccionario enciclopédico de derecho usual, Buenos Aires Argentina, Editorial Heliasta S.R.L.
- Congreso de la República de Guatemala Decreto Número 34 – 2003, Guatemala Tipografía Nacional.
- Corporación Municipal de Guatemala, 1998, Reglamento de rótulos y anuncios para el municipio de Guatemala, Guatemala
- Diccionario enciclopédico universal, 1998, Barcelona España, Editorial Océano. 6V.
- Enciclopedia Deusto de Comunicación y Publicidad, 1990, Barcelona España, Editorial Planeta-De Agostini. 6v.
- Ferraz Martínez, Antonio, 1996, Cuadernos de lengua Española, 3ª. Edición, España, Iberia Libros. 68 p.
- Hicho de León, Gilma Nora, 2001, Consideraciones generales sobre la ley de rótulos y el derecho al paisaje desde la perspectiva del medio ambiente, tesis Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
- Ley de rótulos y anuncios en carreteras y vías públicas urbanas, Reformas (1999, febrero del 2002), Guatemala, diario de Centro América
- Marroquín García, Irma Yolanda, 1994, Diagnostico de la legislación publicitaria en Guatemala, Tesis, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la comunicación.
- Morales Méndez, Carlos Enrique, 1997, La ineficacia de la ley protectora de la ciudad de La Antigua Guatemala, decreto número 60-69, del congreso de la república de Guatemala y la urgente necesidad de establecer como delitos, las figuras jurídicas que actualmente están reguladas como faltas en dicho decreto, tesis Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.
- Patricio Bonta, Mario Farber, 1994, 199 preguntas sobre marketing y publicidad, España, Grupo editorial Norma. 178p.

- Quintanilla Meza, Carlos Humberto, 1994, Breve relación histórica geográfica de Sacatepéquez, Guatemala. s.e.

- Reglamento relativo a letreros en la ciudad, zona de protección y conservación y áreas circundantes de la Antigua Guatemala. 1999 Guatemala, S.E.

Rodríguez Pineda, Irma Beatriz, 2000, Legislación publicitaria aplicada a creativos y agencias de publicidad, Tesis, Licenciada en ciencias de la comunicación, Guatemala, Universidad de san Carlos de Guatemala, Escuela de ciencias de la comunicación.

- Russell, J. Thomas, 1994, Publicidad de Otto Kleppner, México, editorial Hispanoamericana. 865p.

- Sabino, Carlos. 2005 El proceso de investigación. Disponible en línea. <http://paginas.ufmt.edu.sabino/pl.htm> (Consulta efectuada el 3 de septiembre del 2007)

- Santaella, Manuel, 1989, El nuevo derecho de la publicidad, España, Editorial Civites.

- Zamora y Castillo, Luis Alcalá, 1980, Diccionario enciclopédico de derecho usual, 14ª. Edición, Buenos Aires Argentina, Editorial Heliasta. 5v.

- <http://www.congreso.gob.gt> Consulta (6 de septiembre del 2007)

- <http://www.decretoscongreso.gob.gt/leyes.asp> Consulta (6 de septiembre del 2007)

- <http://unesco Guatemala.org/publicaciones> Consulta (11 de septiembre del 2007)

- <http://onu.org/organizaciones> Consulta (20 de septiembre del 2007)

ANEXOS.

A continuación se presenta:

1. Mapa de antigua Guatemala
2. Fotografías de letreros ubicados en la 4ta y 5ta. Calle poniente así como un letrero ubicado en la calzada Santa Lucía Norte, los cuales están elaborados con:

2.1 Azulejo Vidriado.	Fotografía 1
2.2 Metal forjado.	Fotografía 2
2.3 Letrero elaborado en bronce.	Fotografía 3
2.4 Pintado a la pared.	Fotografía 4
2.5 Letrero de madera con letras insertadas de metal.	Fotografía 5
2.6 Letras de metal incrustadas en la pared.	Fotografía 6

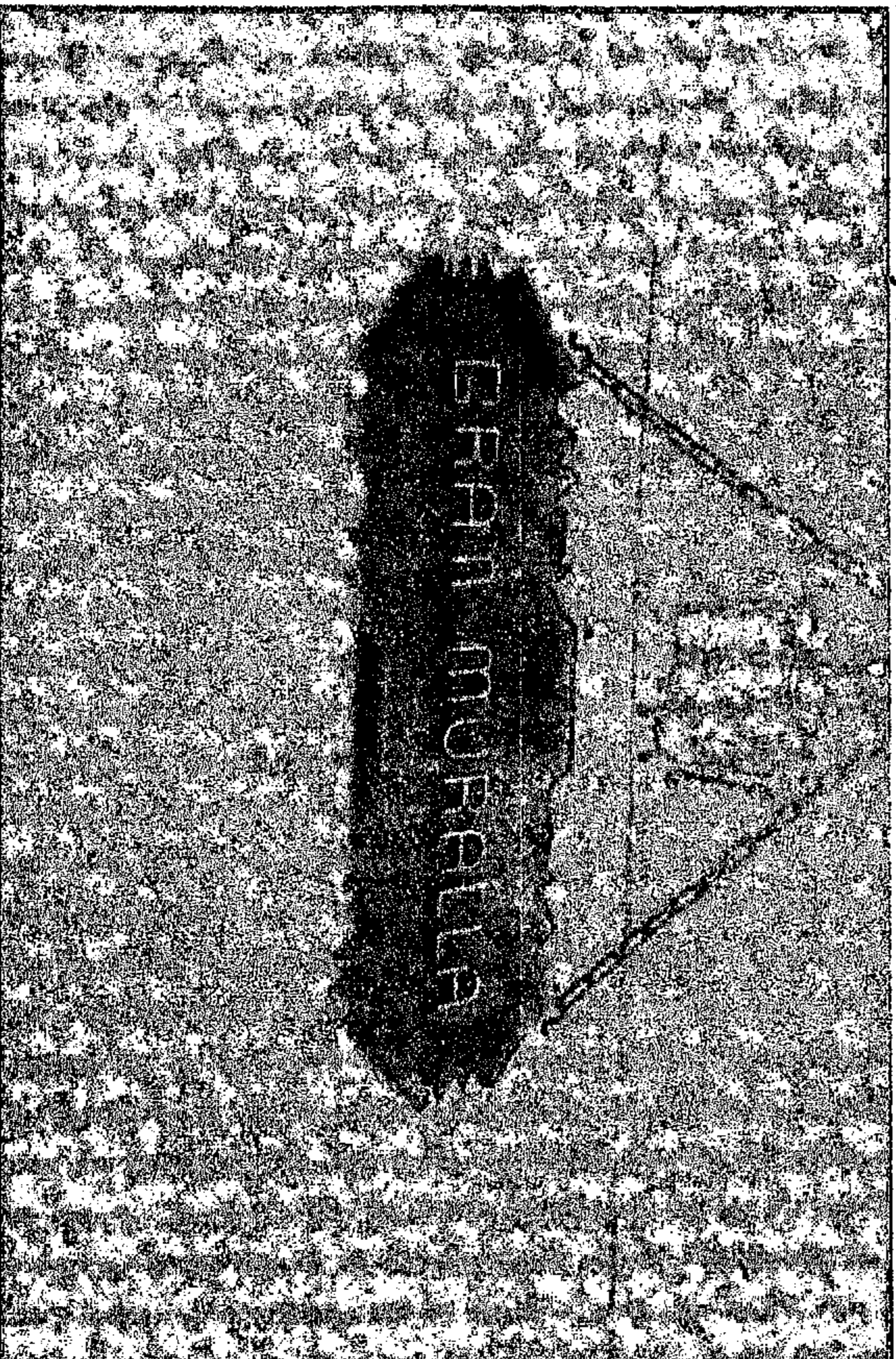
2 Fotografías: Letreros ubicados en la 4ta. Calle Poniente

2.1 Azulejo vidriado.



-1-

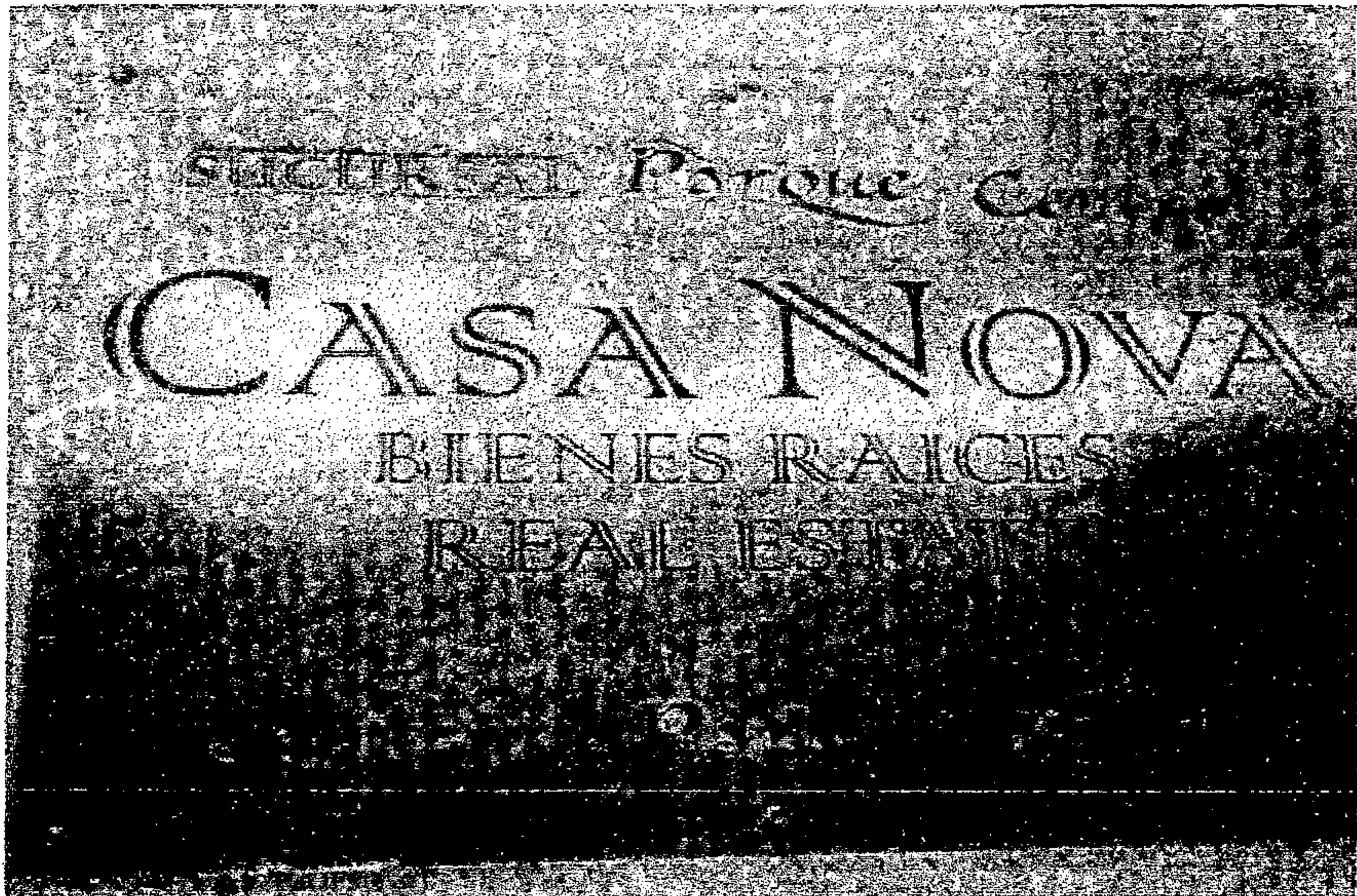
2.2 Metal Forjado



-2-

Letreros ubicados en la 5ta.Calle Poniente.

2.3 Elaborado en Bronce



-3-

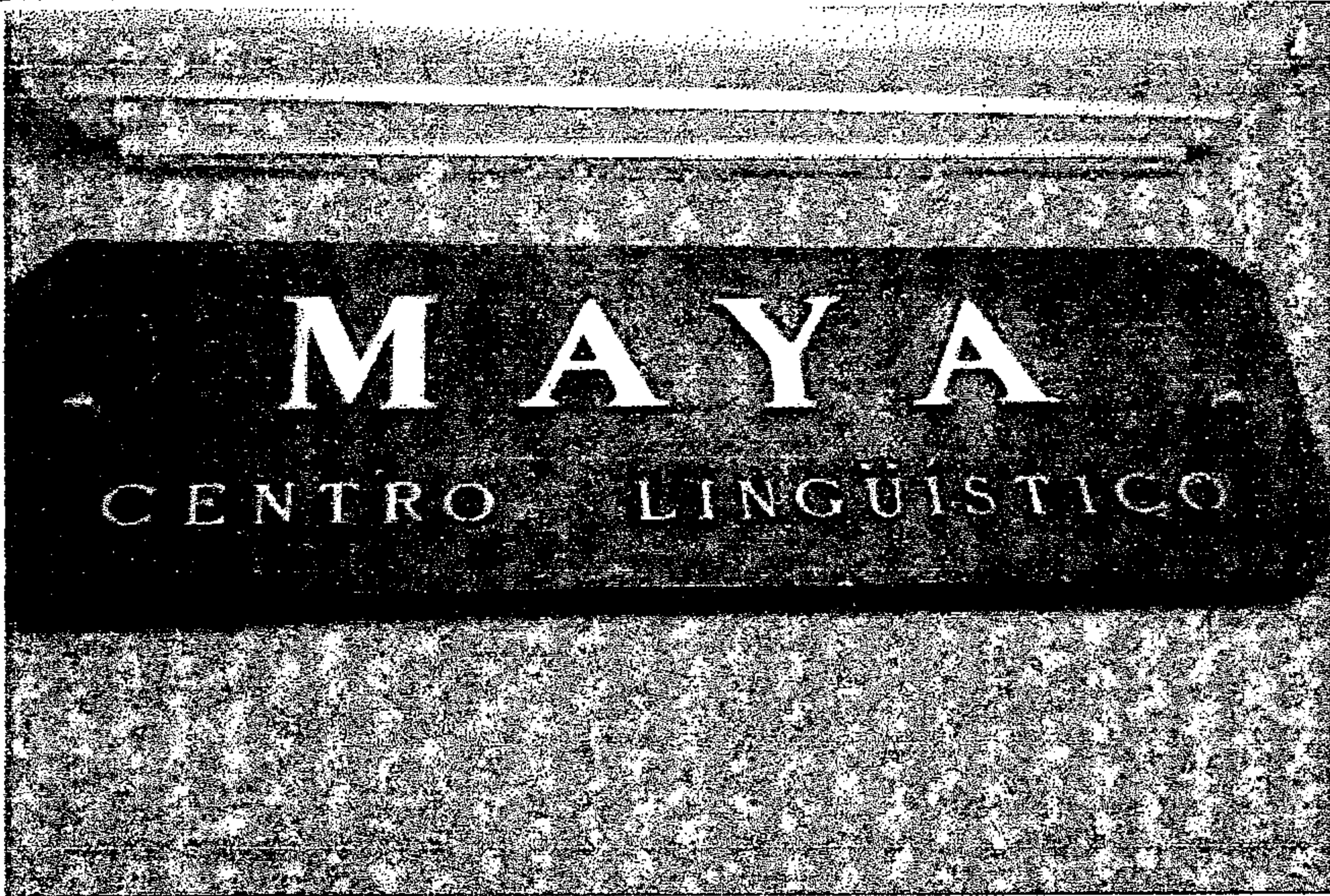
2.4 Pintado a la pared



-4-

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

2.5 Letrero de madera con letras insertadas de metal



-5-

Letrero Ubicado en la Calzada Santa Lucía Sur

2.6 Letras de metal incrustadas en la pared



-6-