

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Centro Universitario del Norte
Departamento de Estudios de Postgrado
Maestría en Educación
con Orientación en Medio Ambiente

TRABAJO DE GRADUACIÓN



MONOGRAFÍA

CONTAMINACIÓN VISUAL EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO
DE SALAMÁ, BAJA VERAPAZ

Hayron Benjamín Vásquez Torres

Cobán, Alta Verapaz, septiembre de 2015

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR MAGNÍFICO

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO

PRESIDENTE:	Lic. Zoot. M.A. Fredy Giovanni Macz Choc
SECRETARIA:	Licda. Floricelda Chiquin Yoj
REPRESENTANTE EGRESADOS:	Ing. Agr. Julio Oswaldo Méndez Morales
REPRESENTANTES ESTUDIANTILES:	Br. Fredy Enrique Gereda Milián PEM César Oswaldo Bol Ché

COORDINADOR ACADÉMICO

Lic. Zoot. Erwin Gonzalo Eskenasy Morales

DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

Ing. Agr. M.Sc. Alex Ernesto Chen Chiquín

CONSEJO ACADÉMICO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

PRESIDENTE:	Lic. Zoot. M.A. Fredy Giovanni Macz Choc
SECRETARIO:	Ing. Agr. M.Sc. Alex Ernesto Chen Chiquín
VOCAL I:	Ing. Agr. M.Sc. Oscar Alberto Flohr Droege
VOCAL II:	Lic. T.S. M.Sc. Victor Raúl Castillo Montejo



DEPARTAMENTO ESTUDIOS DE
POSTGRADO-DEP-
CENTRO UNIVERSITARIO DEL
NORTE-CUNOR-
Código Postal 16001 - Cobán Alta Verapaz
Teléfonos: 79521064-58745891
E-mail: deptopostgradocunor@yahoo.com



Ref. 15-DEP-25/2015
Cobán A.V., 03 de septiembre de 2015

M.A. Fredy Giovanni Macz Choc
Presidente de Consejo Directivo
Centro Universitario del Norte
Edificio.

Por este medio le envío un cordial saludo, deseándole éxitos en el desempeño de sus actividades académicas y administrativas.

Con base a mis atribuciones como Director del Departamento de Estudios de Postgrado del Centro Universitario del Norte y a los artículos 14 y 15, Sub-inciso 15.2 del Reglamento Vigente del Sistema de Estudios de Postgrado (SEP); y al Artículo 30 y 31 del Normativo del Departamento de Estudios de Postgrado del Centro Universitario del Norte, aprobado por el Consejo Directivo del CUNOR y el Consejo Directivo del SEP en el PUNTO SÉPTIMO, Inciso 7.3, Sub-incisos 7.3.1 y 7.3.2 del Acta No. 07-2014; y a la literal L, Inciso 30 y Sub-incisos 30.1, 30.2 y 30.3 de los procedimientos de Trabajos de Graduación de la Maestría en Educación con Orientación en Medio Ambiente del CUNOR, aprobado por el Consejo Académico de Estudios de Postgrado en el PUNTO TERCERO, Inciso 3.1, Sub-incisos 3.1.1., 3.1.2 y 3.1.3 del Acta 06-2010 de fecha 19 de julio de 2010 y en PUNTO SEGUNDO, Inciso 2.3, Sub-inciso 2.3.3 del Acta 17-2010 de sesión celebrada por el Consejo Directivo del CUNOR el día 28 de julio 2010.

Por lo anteriormente expuesto informo que la Tema Examinadora de Postgrado del Departamento de Estudios de Postgrado del Centro Universitario del Norte revisó y evaluó el informe final del trabajo de graduación denominado "Monografía: Contaminación Visual en el Área Urbana del Municipio de Salamá, Baja Verapaz", el que se emite dictamen favorable al estudiante Lic. Hayron Benjamín Vásquez Torres, carné 100018711, y pueda seguir con el trámite correspondiente a efecto se autorice el imprimase.

Sin otro en particular me despido de usted con las muestras de mi más alta estima y deferencia.

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

MSc. Alex Ernesto Chén Chiquín

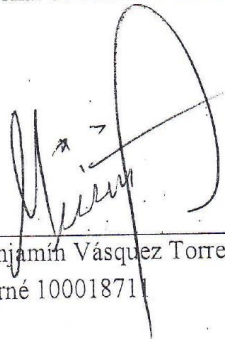
Director Departamento de Estudios de Postgrado
Centro Universitario del Norte, Cobán A.V.

c.c. Archivos.



HONORABLE COMITÉ EXAMINADOR

En cumplimiento a lo establecido por los estatutos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a consideración de ustedes la Monografía titulada: Contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz, como requisito previo a optar al título profesional de Maestro en Educación con Orientación en Medio Ambiente.



Hayron Benjamín Vásquez Torres
Carné 100018711



RESPONSABILIDAD

“La responsabilidad del contenido de los trabajos de graduación es del estudiante que opta al título, del asesor y del revisor, la Comisión de Redacción y Estilo de cada carrera, es la responsable de la estructura y la forma”.

Aprobado en punto SEGUNDO, inciso 2.4, inciso 2.4 del Acta No. 17-2 012 de Sesión extraordinaria de Consejo Directivo de fecha 18 de julio del año 2 012.

DEDICATORIA

A:

DIOS

Por ser el que guía mi camino y me guarda de todo mal; el hacedor de la vida, el Alfa y Omega

**UNIVERSIDAD DE
SAN CARLOS DE
GUATEMALA**

Por ser la máxima casa de estudios, que me brindó la oportunidad de superación y formación académica.

**TODAS LAS
PERSONAS QUE ME
HAN APOYADO**

ÍNDICE GENERAL

	Página
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	iii
RESUMEN	vi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO 1

1.1 Marco Conceptual

1.1.1 Antecedentes de la contaminación visual en otros países	5
a. Antecedentes de la contaminación visual en Salamá, B.V.	7
b. Primeras leyes, decretos y acuerdos municipales	9
1.1.2 Definición del problema	10
1.1.3 Justificación	10

CAPÍTULO 2

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Contaminación	13
a. Según el medio afectado	14
b. En función del método contaminante	15
c. Según la extensión de la fuente	16
2.1.2 Contaminación visual	16
a. Situación en Guatemala	17
b. Problemas que provoca	19
c. Medidas de mitigación	20
2.1.3 Educación ambiental	21
2.1.4 Base legal	23
2.1.5 La respuesta local	26
2.1.6 Consideraciones finales	27

CAPÍTULO 3

3.1 Marco Metodológico

3.1.1 Objetivos	29
a. General	29
b. Específicos	29
3.1.2 Metodología	30
a. Tipo de estudio	30
b. Primera fase	31
c. Segunda fase	35

d. Tercera fase	37
-----------------	----

CAPÍTULO 4

4.1 Presentación y discusión de resultados

4.1.1 Primera fase	39
4.1.2 Segunda fase	41
4.1.3 Tercera fase	46
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
APÉNDICES	57

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Rótulos y vallas publicitarias, según dimensión	42
Cuadro 2. Pintas en vías principales, según dimensión	43
Cuadro 3. Resultado de entrevista a conductores	43
Cuadro 4. Resultado de entrevista a miembros del Concejo Municipal	44

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Ingreso al área urbana de Salamá	111
Fotografía 2. Comparación de las señales de tránsito con las vallas publicitarias	112
Fotografía 3. Pintas de paredes en la salida principal de Salamá	113

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

B.V.	Baja Verapaz
INFOM	Instituto de Fomento Municipal
m	Metro

RESUMEN

La contaminación visual se da como resultado del abuso de ciertos elementos que alteran la estética, el paisaje y producen sobreexcitación visual agresiva, invasiva y simultánea, contra la cual no existe filtro ni defensa. Este fenómeno se vive también en el área urbana de Salamá, Baja Verapaz, donde los anuncios comerciales y político-proselitistas invaden la vida de miles de personas.

Por lo anterior, se realizó un estudio monográfico sobre el tema, que llevó implícita una propuesta de solución. Los pasos seguidos para su construcción, iniciaron con una investigación bibliográfica, donde a partir del trabajo de investigación aprobado, se procedió a la delimitación, elaboración del bosquejo preliminar, consulta a expertos y la recopilación de la información, de acuerdo con un orden lógico.

Después de lograr un adecuado sustento teórico, se determinó la cantidad de publicidad existente, especialmente vallas y pintas en el área urbana. Para realizarlo se utilizaron guías de observación y de entrevista. Se consideró oportuno ampliar el conocimiento sobre el tema y se recopilaron otros datos que ilustran sus efectos como

contaminantes visuales. Los resultados muestran que la contaminación existe, pero a un nivel bajo; por tanto, es el momento adecuado para implementar medidas y así mantener bajo control el problema; asimismo, garantizar a las actuales y nuevas generaciones, un ambiente amigable donde vivir.

Al entrevistar a miembros del Concejo Municipal se comprobó que, a pesar que existe una ley específica para el control de la contaminación visual, la municipalidad no cuenta con una normativa que pueda hacerla operativa en el ámbito local; por tanto, se elaboró una propuesta de Reglamento para la regulación de rótulos comerciales y publicitarios en el municipio de Salamá, Baja Verapaz. Para su elaboración se integró un equipo interdisciplinario, con amplia experiencia en el tema. Una evaluación realizada al producto generado muestra que cumple con los principios de generalidad, especificidad, claridad, imparcialidad, legalidad, aplicabilidad y contextualización. Una vez elaborada la propuesta, fue entregada a la Corporación Municipal.

Finalmente, se recomienda a la Municipalidad de Salamá la implementación del Reglamento, para la regulación de rótulos comerciales y publicitarios, e involucrar a estudiantes universitarios de diferentes carreras, en el estudio y elaboración de propuestas de solución al problema planteado. De esta manera se podría lograr un enfoque multidisciplinario que facilite respuestas integrales.

INTRODUCCIÓN

Cuando se piensa en contaminación, es normal imaginar lugares inhabitables y llenos de gases; sin embargo, existe un tipo de contaminación con la cual se puede vivir a diario y de la que muchas personas no advierten conscientemente sus negativos efectos, esta es la contaminación visual, el municipio de Salamá, Baja Verapaz no es ajeno a este fenómeno, especialmente el área urbana.

Es por ello que se realizó el estudio, no como una forma de buscar soluciones utópicas a una dificultad compleja e irresoluble, sino como una forma de encarar un problema incipiente y garantizar que en el futuro se mantendrá dentro de los límites esperados. De lograrse este propósito, se mejorará la calidad de vida de la población y la ciudad podría convertirse en un destino turístico.

En el desarrollo de esta monografía se encontraron aspectos positivos, tales como el Decreto Ley 34-2003, del Legislativo, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, las cuales facultan a las municipalidades ser los órganos

competentes en el cumplimiento de su contenido legal, en el ámbito local. Sin embargo, se comprobó que la municipalidad de Salamá no cuenta con una sección o departamento que se encargue para hacer cumplir este Decreto Ley. Tampoco tiene control sobre

las vallas publicitarias existentes en el municipio, desconoce la cantidad de estas, que cuentan con licencias o permisos vigentes; además, carece de un normativo que haga operativa la ley específica.

Como resultado del trabajo de investigación realizado con respecto al tema de la contaminación visual, se logró identificar el número de vallas publicitarias y pintas existentes en el área urbana del municipio. Asimismo, las características y otros detalles que constituyen factores de contaminación. También se elaboró una propuesta para responder a la problemática identificada.

Este informe está dividido en cuatro capítulos, el primero se denomina marco conceptual, y contiene antecedentes de la contaminación visual. Además, trata sobre la situación en el país, efectos, primeras leyes, decretos y acuerdos municipales, definición del problema, la justificación de la investigación y respuestas en el ámbito local, como una solución para mejorar la vida de los habitantes en general.

El segundo capítulo, marco teórico, incluye definiciones de la contaminación y la clasificación de la misma, se define la contaminación visual en las ciudades y posibles medidas de mitigación. Se describe la situación en Guatemala y los problemas que provoca la contaminación visual, la educación ambiental, base legal y la respuesta local a la problemática antes mencionada.

En el capítulo tres, marco metodológico, se presenta la hipótesis y los objetivos de la investigación, la metodología y sus fases para cumplir con los objetivos trazados, abordándose en tres fases, las cuales contemplaron la investigación documental y bibliográfica, la investigación de campo para confrontar los datos y elaborar la propuesta de reglamento normativo para mitigar la contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz.

En el capítulo cuatro, se discuten los resultados obtenidos, tanto en el trabajo de campo, como en el bibliográfico. Igual que en el capítulo anterior, sigue una secuencia marcada por los objetivos propuestos. La información se presenta en forma cuantitativa y cualitativa. También, se presentan conclusiones, recomendaciones y bibliografía. Finalmente, aparecen los apéndices, donde se encuentra la propuesta de reglamento para la mitigación de la contaminación visual.

CAPÍTULO 1

1.1. Marco Conceptual

1.1.1 Antecedentes de contaminación visual en otros países

La imagen urbana es un tema importante para las ciudades más pobladas del mundo, ya que involucra el entorno visual que se genera de manera espontánea conforme avanzan los asentamientos humanos en zonas urbanas; además, de la instalación de empresas comerciales, industriales y de servicios, que prefieren las calles y avenidas que son mayormente usadas para la movilidad urbana, y por otro lado, está la promoción publicitaria en anuncios de gran formato. Todo esto se ha convertido en un problema de carácter general, difícil de resolver por las autoridades competentes y que tiene íntima relación con el diseño gráfico.

El caso de Ciudad Juárez, una gran urbe que ocupa el cuarto lugar en número de habitantes en México, según el último conteo oficial, esta frontera cuenta con 1 313 380 habitantes y una densidad de población de 4 853 habitantes por km², cifra contenida en el censo de población y vivienda 2 005, del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Se debe de agregar el fenómeno de la población flotante, como se denomina a todos aquellos que llegan a la ciudad, con el fin de transitar hacia Estados Unidos o bien probar suerte en la industria para después regresar a sus lugares de origen, eleva de manera considerable el número de pobladores. Ciudad Juárez tiene una vocación industrial que ha fomentado hasta llegar a ser un polo de desarrollo económico en el Norte de México.

Se refiere a otra ciudad afectada por este tipo de contaminación, por ejemplo, en la ciudad de Buenos Aires y su periferia, resulta prácticamente imposible que una persona ubicada en un lugar público o quien circula por la ciudad, ve miles de carteles por día. Hasta la misma publicidad de las empresas que comercializan la cartelería en vía pública, resalta un hecho paradójicamente elogiabile: “imposible de mirar”.

En muchos casos se han cortado árboles para instalar carteles o se han podado estos, para que los anuncios resulten más visibles, y aunque exista la prohibición de colocarlos sobre los árboles, finalmente los acomodan; el efecto es el mismo. Los carteles tapan la visión de un árbol de muchos años, cuya copa sería maravilloso poder disfrutar sin interferencia.

Es importante regular y crear los controles necesarios para proteger las características propias de las comunidades, la calidad de vida y la economía local; favoreciendo el respeto a la naturaleza, más allá del entorno en el que vivimos o de la conservación de un paisaje de especial belleza. A la larga, el respeto por la naturaleza

lleva a cambiar la forma de vivir y la actitud respecto a nuestro alrededor, incluso de nosotros mismos.

A diferencia de otras publicidades que se pueden elegir mirar o no, los carteles utilizan el espacio público, lo cual implica que son vistos por todo tipo de personas de cualquier edad, esto debería imponer una responsabilidad mayor, para que los mensajes no sean ofensivos. En el caso de la publicidad de cartelería no hay oportunidad de no verla, o cambiar el canal de televisión, están allí día y noche.

En la mayoría de las ciudades con auge económico, la contaminación visual tiene presencia, debido a la competencia por ocupar un espacio en la preferencia del consumidor; sin embargo, a los gobiernos le resulta difícil regular este tipo de contaminación por la importancia que cobra el movimiento de la economía y el sector que lo controla.

a. Antecedentes de la contaminación visual en Salamá, B. V.

La publicidad nace en los periódicos junto con los gestores, que eran personas que promovían anuncios para este medio impreso. Por los años 40, los anuncios eran muy primitivos y elementales, pero conforme transcurrió el tiempo empezaron a sofisticarse y fue así como en los años 50 nace el concepto de agencia publicitaria como tal.

En 1951 surge la primera agencia formal llamada “Representaciones Publicitarias”, fundada por Estela Molina S., quien en 1968 fue reconocida, por distintas asociaciones, como la “Pionera de la Publicidad en Guatemala”. Entre los años 55 al 60, fue cuando se dio un real florecimiento de las agencias. McCann Erickson fue la primera transnacional que se estableció en el país y Centro América. No fue del todo aceptada, porque las agencias locales consideraban que acabaría con su mercado.

La labor creativa de los países centroamericanos, generó la idea de regionalizar y fusionar el mercado, y fue ahí cuando se empezó a hablar del Mercado Común Centroamericano (MCCA), el cual está integrado por Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, rigiéndose por el Tratado de Managua, firmado en 1960 y sus protocolos modificatorios. Muchas agencias aprovecharon esta fase para tener una proyección regional.

De esta forma se fueron expandiendo hasta llegar a Salamá, Baja Verapaz. En el año de 1985 se creó el primer canal de televisión por cable, y posteriormente se empieza a dar un auge de la publicidad escrita, con la aparición de los rótulos luminosos y vallas publicitarias, los cuales ante la carencia de una regulación, los instalan donde les sea conveniente y con tamaños y medidas diversas.

b. Primeras leyes, decretos y acuerdos municipales

La Municipalidad de Guatemala, realizó el primer acuerdo municipal, el 4 de enero de 1982, con el objeto de regular y controlar la disposición de los desechos sólidos y hace mención de proteger el medioambiente, dándose así los primeros indicios de interés para crear medidas que protejan al mismo.

Con el propósito de controlar la publicidad móvil, la Municipalidad de Guatemala emitió el Acuerdo COM-035-08, Reglamento de Publicidad Móvil en el municipio de Guatemala, el cual regula las actividades de los vehículos que se dedican habitualmente a prestar servicios de publicidad móvil.

Estos acuerdos resultaron buenos ejemplos para las autoridades locales, especialmente para las municipalidades; hoy tienen la facultad de regular la publicidad, incluso emplearla como una fuente de ingresos monetarios, a través de las autorizaciones; todo por la problemática generada por la contaminación visual.

1.1.2 Definición del problema

La propagación de la publicidad escrita (vallas, pintas de paredes y carteleras) en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz, afecta el paisaje, la visibilidad de las diferentes señales de tránsito y otras advertencias; así como a conductores y

peatones en general. Asimismo, el poco control y reglamentación, hace que la problemática antes mencionada aumente considerablemente.

1.1.3 Justificación

El fomento del turismo en los pueblos, ciudades y países, entre otros, ha sido una de las soluciones para mejorar la economía y las condiciones de vida de sus habitantes, las autoridades del municipio de Salamá, Baja Verapaz, están promoviendo el turismo como una alternativa para mejorar la economía. Sin embargo, los recursos naturales y los lugares turísticos son escasos; por consiguiente, promover el turismo resulta difícil cuando se cuenta con pocos recursos.

El área urbana del municipio de Salamá guarda parte del proceso de la colonia, y lo natural se entremezcla con las viviendas y construcciones aledañas, lo cual forma bonitos paisajes. Sin embargo, la contaminación visual puede ser una condición negativa para los resultados que se dan al fomento del turismo local, nacional e internacional.

El análisis y regulación de la contaminación visual es esencial para el municipio de Salamá, especialmente porque se encuentra en vías de desarrollo y a futuro puede ser una ciudad modelo, brindando una mejor calidad de vida a sus habitantes y

visitantes en general; creando las condiciones necesarias para el ordenamiento territorial y publicitario que fomente el comercio sin alterar el medioambiente.

CAPÍTULO 2

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Contaminación

La contaminación es un fenómeno directamente relacionado con el aumento de la población, la globalización y el crecimiento comercial, aunado a la debilidad institucional y limitada conciencia ambiental. Dadas estas circunstancias, Salamá, la cabecera del departamento de Baja Verapaz, no es ajena a esta situación. Miller (1 994) la define como: “Todo cambio indeseable en las características del aire, el agua, el suelo o los alimentos, que afecta nocivamente la salud, la sobrevivencia o las actividades de los humanos u otros organismos vivos”. (Miller, 1 994 pág. 15).

En este caso se define como cambio indeseable por sus consecuencias perjudiciales para los humanos y demás organismos. Salgado, por su parte indica que: “Es la introducción de un elemento extraño, ajeno o impropio de cierto medio ambiente y que genera distorsión, molestia o afección a los elementos bióticos o abióticos del ecosistema puesto que éste no tiene la capacidad de absorber el contaminante”. (Salgado Cordero, 2 008, pág. 11).

Esta definición no se refiere como la anterior, a un cambio, sino a la introducción de un elemento extraño que afecta negativamente los elementos del ecosistema. Por la diversidad de tipos de contaminación que pueden darse, deben considerarse ambas definiciones, que resultan complementarias. Ahora bien, debe quedar claro que existen varios tipos de contaminación, de acuerdo con Twenergy, pueden clasificarse. “Según el medio afectado, en función del método contaminante y según la extensión de la fuente”. Tipos de contaminación. (Twenergy, 19 de septiembre de 2014). Recuperado de <http://twenergy.com/a/tipos-de-contaminación-525>

a. Según el medio afectado

“Se divide en atmosférica, que consiste en la presencia de sustancias que ponen en riesgo la salud y la vida de los seres vivos; además pueden dañar elementos materiales”. Contaminación atmosférica. (EcologiaHoy.com, 19 de septiembre de 2014). Recuperado de <http://www.ecologiahoy.com/contaminación-atmosférica> El daño puede darse a todos los niveles, local o global; como la destrucción de la capa de ozono o el calentamiento global. a) En cuanto a la hídrica, se manifiesta por la presencia de desechos en el agua. b) En el medio local las causas más frecuente, son el arrojado de desechos sólidos domésticos e industriales, la descarga de derivados del petróleo y de restos de agroquímicos. c) La contaminación del suelo, ocurre cuando se vierten en este medio, materiales diversos que no pueden ser degradados fácilmente.

b. En función del método contaminante

En este sentido, el método puede ser químico. Cuando se introducen elementos sintéticos de efecto nocivo: a) Radiactivo, como el desastre acaecido en Chernóbil, donde se dispersaron materiales radiactivos con graves consecuencias para todas las formas de vida. b) Térmico, en el que por la influencia humana se emiten fluidos a elevada temperatura. c) Acústico, por la presencia de altos decibeles en un lugar indeterminado, la publicidad, construcción, eventos diversos y la circulación de vehículos pueden ser algunas manifestaciones.

Otras formas de contaminación, en función del método, son: La visual, que afecta el paisaje natural por la presencia de torres, vallas publicitarias, pintas, basureros clandestinos, postes y cables. Lumínica, se refiere al uso de iluminación artificial excesiva. Electromagnética, es provocada por las radiaciones generadas por equipos electrónicos como móviles, ordenadores, televisión y antenas de telefonía. Microbiológica, causada especialmente por aguas contaminadas con heces u otros agentes similares, causa enfermedades como la tifoidea y rotavirus, entre otras. Genética, se origina debido a la transferencia no controlada de material genético en las plantas, actualmente ha provocado grandes debates a nivel global, ya que amenaza la biodiversidad genética.

c. Según la extensión de la fuente

La extensión de la fuente es puntual, cuando se posibilita identificar y localizar el agente contaminante en un lugar definido, por ejemplo, un desagüe o una chimenea. En el caso de la lineal, se produce a lo largo de una línea, por ejemplo, la contaminación por humo, ruido y desechos sólidos, que se genera a lo largo de una carretera. Finalmente, difusa que es cuando el contaminante llega en forma distribuida en un amplio sector, como la contaminación del suelo y agua por productos agroquímicos.

2.1.2 Contaminación visual

Por la importancia que tiene para la fundamentación del trabajo, la contaminación visual se trata en un apartado específico, con el fin de facilitar su comprensión y análisis. Al respecto, Raquel Acosta dice que:

“Contaminación visual se refiere al cambio o desequilibrio en el paisaje, ya sea natural o artificial que afecte las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes, es decir que abarca a cualquier elemento que distorsione la observación del paisaje natural o urbano. La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte o perturbe la visualización de un sitio, zona o paisaje, cargando aún más el espacio visual y superando la capacidad de absorción de datos que tiene el cerebro humano, con mensajes publicitarios comerciales u otros elementos que sobre estimulan a las personas”. (Acosta, 2 008. p.86).

A partir de la definición anterior, se afirma que la contaminación visual es el abuso de algunos elementos que trastornan la belleza natural del paisaje urbano o rural. Se caracteriza principalmente por una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea. Los elementos que la provocan son: vallas publicitarias, carteles, cables, antenas, postes y otros, que por su naturaleza no son considerados como contaminantes; pero que se convierten, por la manipulación indiscriminada del hombre. Intervienen negativamente y disminuyen la calidad de vida. El problema no se circunscribe a la estética, puede también afectar física y psicológicamente.

Uno de los contaminantes visuales más impactantes es la cartelería publicitaria, por su efecto inmediato crea sobre estimulación mediante la información confusa. El ambiente se torna caótico, por lo que excita, estimula y provoca ansiedad mientras dura el estímulo. Las empresas utilizan estos medios con el propósito de aumentar sus ventas, a través de la sensibilización de sus potenciales consumidores. Bajo ninguna circunstancia se considera el impacto sobre el ambiente y la calidad de vida de los ciudadanos.

a. Situación en Guatemala

Para ilustrar de mejor manera la situación que se vive en el país, en relación con la contaminación visual, se transcribe el siguiente texto, tomado

de la edición del diario *Prensa Libre* de fecha 9 de diciembre de 2013, titulado “Publicidad causa malestar”.

“Pilotos que circulan por la 4a. avenida y 4a. calle de la zona 1 de la ciudad de Escuintla solicitan a las autoridades municipales retirar una publicidad que dificulta la visibilidad del semáforo, ya que podría dar lugar a un accidente”. Publicidad causa malestar. (19 de septiembre de 2014). Recuperado de: http://www.prensalibre.com/escuintla/publicidad-causa-malestar_0_1044495584.html.

Mientras que el 25 de febrero del mismo año, aparece una denuncia pública sobre la contaminación visual, en el mismo diario.

“Pilotos y vecinos de varias cabeceras departamentales se quejan por la contaminación visual que generan las grandes cantidades de rótulos publicitarios, por lo que exigen que las autoridades municipales los regulen”. Sectores denuncian contaminación visual. (19 de septiembre de 2014.) Recuperado de: http://www.prensalibre.com/departamental/Sectores-denuncian-ontaminación-visual_0_872312817.html

Los niveles de contaminación visual son altos, especialmente en los centros urbanos y aumenta proporcionalmente con la cantidad de población. El municipio de Salamá no es la excepción, basta con salir a las calles o transitar por las carreteras aledañas para verificar esta circunstancia.

Quizá esto pueda explicar el desorden y abuso que se manifiesta en la ubicación de decenas de miles de vallas. El problema aumenta cada día, los comercios contratan empresas y personas especializadas en publicidad.

Lamentablemente, aunque existe una normativa legal, no se cuenta con reglamentos específicos para hacerla operativa. Además, cuando inician las campañas electorales, los partidos políticos abusan de todo tipo de publicidad, a pesar que los organismos reguladores hacen advertencias y recomendaciones. La debilidad institucional y los vacíos legales dejan impunes estos actos contra el ambiente, que se prolongan por años y afectan el paisaje.

b. Problemas que provoca

Todo tipo de contaminación tiene repercusiones negativas en los ecosistemas. La visual, también tiene serias incidencias, que en opinión de Nancy Barreto, pueden ser: Accidentes ocasionados por obstrucción visual, debido a la mala ubicación de vallas publicitarias, en ocasiones con fatales consecuencias; alteraciones del sistema nervioso, estrés, dolor de cabeza, mareos, ansiedad, distracciones, problemas de atención, baja eficiencia laboral, mal humor y agresividad. Puede haber otros daños como: “Impedimento de tránsito libre, afectación de la estética, desmejoramiento panorámico, desconcentración especialmente al manejar y ruptura del equilibrio ecológico por alejamiento de algunas especies animales, entre otros”. Contaminación visual. (19 de septiembre de 2 014). Recuperado de: <http://contaminacionvisualpoli.blogspot.com>

c. Medidas de mitigación

Se considera que el problema de la contaminación visual, no es de fácil solución y se debe tener claridad en que resulta imposible resolverlo totalmente; por tanto, una posición realista es aquella que busque mitigarlo. Para encontrar respuestas, se recurrió al estudio titulado: “La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela”, presentado por la Máster en gestión de la ciudad, Carmen Arelys Méndez Velandia, quien propone que:

“Una normativa que regule la contaminación visual debe abordar el fenómeno en su conjunto, ya que los elementos no son causantes del problema por sí solos, sino el abuso de ellos. Las normativas emanadas, deben buscar el bienestar general y no centrarse en la recaudación de impuestos, la participación ciudadana es fundamental para preservación de la calidad visual de los espacios públicos y la autogestión y auditoría social son recomendables, ejercer la tutela preventiva del estado mediante estudios de impacto ambiental y sociocultural; reordenar, rediseñar y reconstruir aceras; y proporcionar barreras visuales para ocultar la intrusión perjudicial”. (19 de septiembre de 2014). Recuperado de: <http://contaminacionvisualpoli.blogspot.com>

El Decreto Ley 34-2003, Congreso de la República de Guatemala, en los artículos 10 inciso d, 11, inciso b, d y h, menciona que todo rótulo o valla publicitaria deberá ser artística y con una presentación adecuada, de tal forma que no altere el paisaje u otro sitio de interés turístico, siendo esta una medida para mitigar la contaminación visual en las diferentes áreas del municipio de Salamá, Baja Verapaz. Sin embargo, para cumplir la normativa debe establecerse una unidad administrativa, como la de la

Municipalidad de Guatemala, que delega la función en la Dirección de Control Territorial. En el caso de la Municipalidad de Salamá, existe la Unidad de Gestión Ambiental Municipal.

2.1.3 Educación ambiental

Vilches y Gil (2003) afirmaron: “No es posible concebir la sostenibilidad ni sentar las bases de un futuro sostenible sin referirse a la educación y a la ética.” (p. 125). Es preciso reflexionar sobre esta idea, porque los problemas que se han descrito a lo largo del trabajo son producto de la poca efectividad del sistema para formar ciudadanos ambientales, capaces de renunciar a intereses personales, en aras de construir un mundo mejor y más sostenible.

En este sentido, tendría que iniciarse un amplio debate sobre la necesidad de implementar acciones de educación ambiental, en el ámbito formal y no formal. Además, se debe considerar la implementación de estrategias metodológicas adecuadas, que realmente impacten e induzcan al cambio y no simples explicaciones o lecturas de contenidos sin significado alguno, porque:

“La educación ambiental es algo que puede ayudar a transformarnos y a convertirnos en sujetos críticos de lo que ocurre en nuestro alrededor. Se convierte en un eje de articulación conceptual, metodológica y de significación dentro del currículo de la educación.”
(Mata Segreda, 2 002, p. 17).

Para resaltar lo anterior, es oportuno citar la preocupación mostrada en la conferencia de Tblisi que trata de vincular la educación con la vida cotidiana, al afirmar: “La Educación Ambiental forma parte integrante del proceso educativo, debería girar en torno a problemas concretos y tener carácter interdisciplinario”. (19 de septiembre de 2014). Recuperado de: http://www.marn.gob.gt/documentos/políticas/política_educación-ambiental_políticas.pdf. También debe considerarse que ninguna disciplina tiene exclusividad, al contrario, el éxito dependerá siempre de la integración que se logre a partir del reconocimiento de complementariedad.

La educación a través de la historia, en especial en épocas de crisis, se concibe como un medio excelente para lograr el perfeccionamiento humano. Para nadie es un secreto que la educación tradicional olvidó crear y valorizar los componentes de responsabilidad con la problemática ambiental, siguió esquemas fragmentarios de la realidad, promovió la división entre las ciencias sociales y las naturales, y desvinculó la relación entre las estructuras productivas y la destrucción del medio.

La parcialización de la realidad favoreció respuestas aisladas, escasas, poco procesadas y dificultó el camino para llegar a la esencia de las cosas para transformarlas hacia relaciones más armónicas con el entorno. Para enfrentar la crisis ambiental, se necesita, por tanto, una nueva educación. Se considera que no habrá soluciones reales mientras no se dé una transformación de la educación en todos sus niveles y modalidades y no haya un cambio en el paradigma educativo.

Mediante la nueva visión educativa, se busca la formación de seres activos en la solución de los problemas. Se demandan cambios de pensamiento y de conducta, se intenta formar hombres y mujeres diferentes. Una nueva educación requiere del replanteamiento de los procesos educativos en su conjunto y desarrollarse en un marco de nuevos enfoques, métodos, conocimientos y nuevas relaciones entre los distintos agentes educativos.

Se le otorga a la educación una importancia capital en los procesos de cambio, e insta a recrear una nueva educación que desarrolle nuevas relaciones entre los estudiantes y maestros, entre las escuelas y las comunidades y entre el sistema educativo y el conjunto de la sociedad; sin embargo, sus resultados se verán a largo plazo y se requiere de una auténtica voluntad política de los gobiernos y la participación de todos los sectores de la sociedad. Además, de una estructura legal bien fundamentada y una institucionalidad fortalecida.

2.1.4 Base legal

“El Estado, las municipalidades y los habitantes del territorio nacional están obligados a propiciar el desarrollo social, económico y tecnológico que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el equilibrio ecológico. Se dictarán todas las normas necesarias para garantizar que la utilización y el aprovechamiento de la fauna, de la flora, de la tierra y del agua, se realicen racionalmente, evitando su depredación”.

(Constitución Política de la República de Guatemala, 2 010, p. 45)

Según el contenido del texto, la responsabilidad por mantener el equilibrio ecológico es de todos (as) los guatemaltecos (as) y sus instituciones; sin embargo, algo que debe resaltarse es que se cita, expresamente a las municipalidades. Vale la pena, entonces, darse cuenta que estas, son órganos del Estado, responsables del gobierno municipal, que además gozan de autonomía. Lo anterior les convierte en instituciones ideales para el control de la contaminación visual, porque están totalmente descentralizadas y su gobierno tiene total representatividad por ser electo popularmente.

Como complemento de lo anterior, el artículo 253, *Constitución Política de la República de Guatemala*, sobre autonomía municipal, en su inciso c), asigna como una de las funciones de los municipios: “Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y el cumplimiento de sus fines propios”. Además, agrega que: “Para los efectos correspondientes emitirán las ordenanzas y reglamentos respectivos”. (Ibid, 1 985, p. 150).

En este punto, las municipalidades pasan a obtener un protagonismo legal, que las hace corresponsables del medioambiente, les obliga a cuidarlo en su jurisdicción y les faculta para emitir disposiciones locales, que hagan operativo el cumplimiento de la ley. El Decreto Legislativo 12-2002, *Código Municipal*, ratifica esta disposición en su artículo 35.

El Congreso de la República, en consideración al aumento desordenado de anuncios en las vías públicas promulgó el Decreto Legislativo número 34-2003, Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. Esta ordenanza trata con especificidad el tema de este trabajo y en su artículo 2, órganos competentes, dispone que:

“La aplicación de esta Ley y su reglamento, corresponde a las municipalidades de la República en sus respectivas jurisdicciones, sin alterar su espíritu, ni el de la legislación vigente y tratados internacionales de los que Guatemala sea parte, especialmente las normas relativas al entorno humano.

Se exceptúa la aplicación de la presente Ley por parte de las Municipalidades a las carreteras nacionales y departamentales que estén dentro de sus límites, las cuales serán reguladas por la sección de señalización y marcas de la Dirección General de Caminos.” Ley de anuncios de vías urbanas. (7 de octubre de 2014). Recuperado de: <http://www.oj.gob.gt/es/queesoj/estructuraoj/unidadesadministrativas/centroanalisisdocumentacionjudicial/cds/CDs%20leyes/2003/Leyes%20en%20PFD/Decretos%202003/Decreto%2034-2003.pdf>

Luego en otros artículos establece otra serie de disposiciones como requisitos de los anuncios, impuestos y exoneraciones, prohibiciones y recursos y sanciones. Aunque la ley está vigente, son pocas las personas que la conocen y las municipalidades aún no han asumido totalmente el rol que les corresponde desempeñar.

2.1.5 La respuesta local

En relación con la contaminación visual, un hecho interesante es la publicación de la Municipalidad de Guatemala, con fecha 25 de septiembre del año 2015, titulada: “Ayudemos a combatir la contaminación visual”, expone el problema de la proliferación de estructuras y los inconvenientes que generan. Como respuesta, propone a la Dirección de Control Territorial para coordinar estas acciones y habilita el correo electrónico anunciosdct@muniguate.com, los teléfonos 22858520 y 22858525, y el número de *Call Center* municipal 1551, para que los vecinos hagan las denuncias correspondientes.

En San Pedro Sula, Honduras, en vista que empresarios irrespetaron la ley y colocaron rótulos sin hacer los pagos correspondientes y con desorden, se presentó un reglamento para el control de la publicidad y mobiliario urbano. “El objetivo es ordenar la ciudad y evitar que la sigan tapizando con vallas, ‘mupis’ y rótulos de publicidad que han producido, según los encargados, una seria contaminación visual”. Municipalidad regulará contaminación visual. (7 de octubre de 2014). Recuperado de: <http://www.laprensa.hn/csp/mediapoll/sites/LaPrensa/Honduras/SanPedroSula/story.csp?cis=337171&sid=276&fid=98>

Se presentan dos respuestas dadas por municipalidades en contextos cercanos y con algún grado de similitud. En el primero se busca la sensibilización, participación y denuncia, como paso previo a implementar nuevas acciones. En el

segundo, hay más claridad, porque aunque no se tuvo la oportunidad de conocer el contenido del reglamento, se propone una medida que a largo plazo puede ser sostenible, siempre que se fortalezca la institucionalidad.

2.1.6 Consideraciones finales

La publicidad es un medio importante para el fomento del comercio y la industria; por tanto, se hace necesario para el éxito de los mismos, especialmente en una sociedad que cada vez se inserta más en la globalización económica. Lamentablemente, en muchos casos las empresas buscan la rentabilidad, sin considerar los daños que se pueden generar en el ambiente a largo y mediano plazo. Tratar de erradicarla es imposible, principalmente en un contexto donde la institucionalidad es sumamente débil y existen vacíos legales que dificultan el accionar de las autoridades. Sin embargo, las municipalidades pueden ser quienes propongan, reglamenten y apliquen normas, porque como se discutió anteriormente, tienen la potestad, capacidad y legitimidad requerida.

CAPÍTULO 3

3.1 Marco Metodológico

3.1.1 Objetivos

a. General

Describir la problemática de la contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz, para la construcción de un marco referencial que regule y controle la misma.

b. Específicos

- 1) Recopilar información sobre la contaminación visual en las ciudades y sus posibles medidas de mitigación
- 2) Cuantificar la publicidad, especialmente vallas y pintas en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz.
- 3) Proponer medidas para el control de la contaminación visual en el municipio de Salamá, Baja Verapaz.

3.1.2 Metodología

a. Tipo de estudio

El trabajo realizado tiene varios componentes que responden a los objetivos propuestos. La primera parte es de tipo documental, mientras que la segunda es descriptiva, construida sobre la base de trabajo de campo, y finaliza con la presentación de una propuesta entregada al Concejo Municipal para su estudio e implementación.

El paradigma metodológico es cuali-cuantitativo, porque algunos aspectos como cantidad o distancia de las carteleras publicitarias son cuantificables. Mientras que la explicación de lo que ocurre y la opinión de las personas que viven la realidad, corresponde a un fenómeno eminentemente social, subjetivo, y por tanto, cualitativo.

La unidad de análisis fueron vallas publicitarias y pintas, los sujetos, profesionales de diversas disciplinas (abogado, funcionario municipal e ingeniero); también fueron entrevistados miembros del Concejo Municipal y diez conductores.

b. Primera fase

Tuvo como propósito dar cumplimiento al objetivo, documentar e investigar sobre la contaminación visual en las ciudades y sus medidas de mitigación. Para el efecto se procedió de la manera siguiente:

- 1) Definición y delimitación del tema, de acuerdo con los elementos de estudio identificados en el objetivo. Uno de los aspectos que se consideró fue que por ser un proyecto aprobado, no era posible alejarse de los tópicos establecidos por la comisión de postgrado.
- 2) Formulación de preguntas guía, a partir de lecturas previas y conocimiento del medio. Después de definido y delimitado el tema, fue necesario profundizar en su conocimiento a través de la lectura. Simultáneamente, se realizó una inspección del contexto, para mantener la relación teoría-realidad, de manera que el análisis previo fuera pertinente. Luego de confrontar, aunque someramente, estos dos aspectos, se procedió a la formulación de interrogantes.
- 3) Identificación de temas y subtemas de estudio sobre la base de las interrogantes construidas y la base teórica existente. Aunque el tema estaba definido y delimitado, fue necesario revisarlo. Luego, fue relacionado con la revisión bibliográfica preliminar y con las

interrogantes surgidas en el proceso de observación. A partir de allí, se seleccionaron subtemas.

- 4) Elaboración de bosquejo preliminar. Los subtemas fueron ordenados con una secuencia lógica, en ningún momento se consideró la cronológica, porque el enfoque no era histórico. El ordenamiento dio como resultado el bosquejo preliminar de trabajo, como punto de partida para el trabajo eminentemente monográfico.
- 5) Una vez se logró una panorámica más clara del trabajo a realizar, se procedió a consultar con expertos sobre fuentes de investigación disponibles y la manera adecuada de abordar la temática. Los profesionales consultados pertenecían a Derecho, Agronomía, Educación, Psicología y personas con amplia experiencia en gestión municipal y territorial. De manera personal se contactó a profesionales del medio, y de forma telefónica o virtual con los de otros contextos.
- 6) Luego de la orientación de los expertos y la consulta inicial de fuentes, fueron localizadas las nuevas. Para el efecto se visitaron bibliotecas públicas y privadas; mientras que la localización se realizó en forma física y virtual. Cabe mencionar que debido a la escasez de material de este tipo en el medio, la mayoría fue encontrada a través de internet.

- 7) Una vez localizadas las fuentes, se construyó un fichero bibliográfico, para mantener los registros ordenados y disponibles. Después se seleccionaron únicamente las fuentes que se consideraron útiles y se descartaron las demás.
- 8) Recopilación de información. Por medio de fichas de contenido, especialmente de cita textual, resumen y paráfrasis, se recopiló la información. Cada ficha contenía: Autor, documento, página, tema, subtema y contenido, además de una numeración correlativa.
- 9) La información recopilada fue analizada, a través del examen individual de cada uno de los elementos que la componían, hasta lograr una visión de unidad, posteriormente se procedió a tratar de explicar el significado de la experiencia.
- 10) Redacción preliminar. Para la redacción del informe se partió de algunos criterios que orientaron el quehacer, entre ellos: Homogeneidad, para que cada subtema se relacionara directamente con el tema, del cual se había desprendido. Subordinación, los subtemas se ordenaron jerárquicamente, de manera que los de mayor generalidad estén al mismo nivel; mientras que los de menor jerarquía se incluyeron como subtemas de los primeros. Esta relación se refleja en los contenidos del trabajo. Secuenciación, los temas y subtemas se organizaron y trataron con un orden lógico.

Autonomía, cada parte del trabajo se abordó en un apartado específico. Por último, completitud, el trabajo abarcó la totalidad del tema planteado en el título.

- 11) El texto preliminar fue presentado para su revisión, ante un equipo multidisciplinario, formado por un abogado, un funcionario municipal y un ingeniero. Cada uno examinó el documento desde su particular perspectiva y presentó sugerencias y comentarios al autor.
- 12) Las sugerencias y correcciones fueron revisadas e incorporadas al trabajo, a partir de ellas se realizó la redacción de la versión final.

c. Segunda fase

Aquí se plantearon las acciones pertinentes para identificar la cantidad de publicidad, especialmente vallas y pintas en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz. Los pasos que se siguieron fueron:

- 1) Se concertó una reunión con miembros del Concejo Municipal, donde se les informó sobre los propósitos del trabajo, juntamente se analizaron los objetivos y los alcances que el trabajo podría tener

para el desarrollo del municipio. Se solicitó un mapa actualizado del área urbana del municipio para sectorizar y planificar el trabajo.

- 2) Definición de criterios para identificación de vallas publicitarias y pintas. Si bien el objetivo específico estaba orientado a identificar la cantidad de publicidad, especialmente vallas y pintas en el área urbana de Salamá; se agregaron otros elementos relacionados con la ley de anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares. Entre ellos:
 - i. No obstruye de la línea de visión de señales y vías.
 - ii. No desvirtúa los aspectos arquitectónicos de las fachadas o edificios cercanos.
 - iii. No se proyecta en la perspectiva de una calle, plaza, edificio o monumento, ni alterar el valor arquitectónico.
 - iv. No alteran o desfiguran los paisajes.
 - v. Su figura, diseño o grafismo en general, guarda el respeto a la dignidad humana y a los buenos usos de lealtad en el comercio.
 - vi. Son estéticos, tanto en su forma y contenido, como en relación con el paisaje circundante.
 - vii. No interfieren con las placas de nomenclatura de las calles o numeración de casas.

- viii. Tienen altura mínima a partir de las aceras o bordillos voladizos de dos metros setenta centímetros (2.70), mientras que los que están fuera de la línea de las aceras, de cuatro metros cincuenta centímetros (4.50).
 - ix. No están deteriorados ni producen ruidos, vibraciones u otro tipo de contaminación.
-
- 3) Se diseñaron los instrumentos para la recolección de la información, entre ellos: Mapa del área urbana de Salamá, guías de observación y de entrevista para miembros del Concejo Municipal; así como guía de entrevista para conductores. También se utilizó cámara fotográfica digital y cinta métrica.
 - 4) Se realizó un trámite ante la municipalidad, para que extendiera un documento de aval a la actividad y solicitaba a empresas y personas particulares su colaboración. Esta nota tuvo como objetivo garantizar la seguridad del investigador y evitar posibles malos entendidos que dificultaran la realización de su tarea.
 - 5) Se contrató y capacitó a dos personas para que asistieran, especialmente en la medición de los anuncios localizados.
 - 6) El recorrido para la recolección de información, se realizó principalmente en motocicleta, por la facilidad de encontrar parqueo

y llegar a lugares de difícil ingreso para un vehículo de cuatro ruedas; aunque en algunos casos se utilizó automóvil.

d. Tercera fase

En la tercera y última fase se elaboró una propuesta de reglamento para el control y regulación de la contaminación visual, la cual fue elaborada de la manera siguiente:

1. Se recolectó toda la información bibliográfica de leyes vigentes en el país, para verificar el normativo legal y jurisdiccional referente al tema de investigación.
2. Se solicitó apoyo a entidades que prestan asesoría legal y administrativa a las municipalidades, tales como el INFOM, contándose con la colaboración de dicha institución, y conformándose una mesa técnica para la elaboración de la propuesta del reglamento municipal.
3. Como una medida para mitigar la contaminación visual se presentó la propuesta al Honorable Concejo Municipal, para la revisión y aprobación correspondiente.

CAPÍTULO 4

4.1 Presentación y discusión de resultados

4.1.1 Primera fase

En esta fase se presentan los resultados que se obtuvieron en el desarrollo de la investigación bibliográfica y otras fuentes que ayudaron a fundamentar el trabajo realizado en las etapas siguientes:

- a. El tema fue contaminación visual, y el objeto de estudio contaminación visual en el área urbana. La delimitación espacial se circunscribió al área urbana de Salamá, Baja Verapaz. En cuanto a la temporalidad se realizó en el año 2 012.
- b. Para la orientación general del trabajo se formularon interrogantes, como las siguientes:
 - 1) ¿Cuál es la problemática de la contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz?
 - 2) ¿Qué información disponible existe sobre la contaminación visual en ciudades?

- 3) ¿Cuáles son las posibles medidas de mitigación?
- 4) ¿Qué cantidad de publicidad, especialmente vallas y pintas existen en el área urbana del municipio?
- 5) ¿Cuál es una propuesta viable para el control de la contaminación visual en el municipio?

Estas no fueron las únicas preguntas, de aquí se desprendieron otras, que luego de ser analizadas y jerarquizadas, fueron punto de partida para otras acciones secuenciales.

- c. Las preguntas y la revisión inicial de bibliografía dieron como resultado un bosquejo preliminar establecido de la manera siguiente:
 - 1) Contaminación visual.
 - 2) Definición.
 - 3) La publicidad como herramienta de ventas.
 - 4) Definición del problema.
 - 5) Fundamentación.
 - 6) Antecedentes de contaminación visual en países de la región.
 - 7) Antecedentes de contaminación visual en Salamá.
 - 8) Leyes, decretos y acuerdos municipales.
- d. Al consultar a los expertos, sugirieron modificar la estructura, de manera que quedó como se presenta en el trabajo final. Uno de los sucesos

importantes fue que al revisar el trabajo, no se había considerado la ley específica. A partir de lo anterior y por sugerencia expresa, se incluyó dentro del estudio el Decreto Legislativo No. 34-2003, *Ley de anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares*. Esta base permitió visualizar la propuesta.

- e. Al localizar las fuentes físicas y virtuales, se comprobó que en el medio, la disponibilidad del material impreso es escaso, por lo que se recurrió a fuentes de internet. Luego de la recopilación y análisis de información se redactó la versión preliminar. Para su revisión se contó con el apoyo de un equipo multidisciplinario.
- f. Después de la revisión, se incorporaron las correcciones y se elaboró la versión final del trabajo.

4.1.2 Segunda fase

Al conversar con miembros del Concejo Municipal de Salamá, estos estuvieron anuentes a colaborar con el estudio; además, se mostraron interesados en la propuesta. Coincidieron en afirmar que un estudio monográfico es importante, pero que no resuelve los problemas concretos que aquejan a la población. Asimismo, solicitaron que si era posible se trabajara en la reglamentación, con

apego a las leyes, mostrándose interesados en colaborar. También, proporcionaron el mapa del área urbana del municipio y una nota, donde solicitaban a organizaciones y personas particulares, la colaboración para el equipo investigador.

Los instrumentos fueron útiles para la recolección de la información; el mapa, facilitó la ubicación y sectorización. La guía de observación, juntamente con la cámara fotográfica y la cinta métrica, fueron las herramientas medulares y su uso permitió captar los datos siguientes:

Cuadro 1
Rótulos y vallas publicitarias, según dimensión

Dimensión	Cantidad	Porcentaje
5.00 x 3.00 m	56	33
3.00 x 2.00 m	37	22
1.50 x 1.00 m	75	45
Total	168	100

Nota: Datos recopilados de investigación de campo. Año 2 012.

Cuadro 2**Cantidad de pintas en vías principales, según dimensión**

Dimensión	Área	Cantidad	Porcentaje
6.00 x 3.00 m	18 m ²	65	31.55
3.00 x 2.00 m	6 m ²	94	45.63
2.00 x 2.00 m	4 m ²	47	22.82
Total	- -	206	100

Nota: Datos recopilados de la investigación de campo. Año 2 012.

Cuadro 3**Resultado de entrevista a conductores**

Aspectos	Respuestas
Existe contaminación visual	Sí, hay mucha basura en la ciudad, los rótulos dan mal aspecto y las ventas callejeras provocan desorden.
Problemas que causan vallas y pintas	Desesperan, aburren, ponen de mal humor, cansan, cuesta concentrarse, uno se siente abrumado, agitado e inquieto.
¿Qué se espera de las autoridades?	Que ordenen, se espera tener una ciudad limpia y agradable.

Nota: Datos recopilados de la investigación de campo. Año 2 012.

Cuadro 4**Resultados de entrevista a Concejo Municipal**

Aspectos	Respuestas
Gravedad del problema de contaminación visual	El problema aún no es grave, pero va en aumento. No se puede comparar con otras ciudades más grandes; pero tampoco se quiere llegar a esos niveles.
Problemas reales de la municipalidad para afrontar	Los grandes problemas de las municipalidades son financieros. Esto no ha permitido elaborar un reglamento y crear una unidad encargada de su cumplimiento.
¿Desde cuándo se incrementó el número de vallas y pintas?	Siempre ha habido desorden para ubicar anuncios; pero el problema real comenzó hace unos cinco años, cuando el comercio se hizo más fuerte.
¿Qué espera la Municipalidad como aporte?	Se necesita un reglamento.

Nota: Datos recopilados de investigación de campo. Año 2 012.

Los datos presentados muestran que en comparación con ciudades más grandes, el problema de contaminación visual aún es manejable, por lo que puede ser un buen momento para mitigar sus efectos negativos y mantenerlo bajo control. En opinión de miembros del Concejo Municipal, la instalación de vallas y pintas comenzó a aumentar en los últimos cinco años.

Al verificar los otros criterios contenidos en el instrumento, se determinó que algunos de los rótulos obstruyen la visión por su ubicación en lugares

inadecuados. Otro problema detectado fue que las señales de tránsito son pequeñas, con dimensiones de 1 m de largo y 0.5 m de ancho; mientras que los rótulos publicitarios son mucho más grandes y dificultan su visibilidad.

El Decreto 34-2 003, Congreso de la República de Guatemala, establece que la altura mínima a la que deben ubicarse es de 2.7 m a partir de las aceras y las que se encuentran fuera de la línea de estas a 4.5 m; sin embargo, existen casos en que la publicidad se encuentra sobre la acera, con lo que no solo afecta la visibilidad, sino el tránsito de peatones.

“Dentro de un plazo de sesenta días de concluido un proceso electoral, los partidos políticos y comités cívicos están obligados a retirar la propaganda electoral a favor de ellos o de sus candidatos. Vencido dicho plazo, cualquier autoridad, con autorización del Tribunal Supremo Electoral podrá retirarla, en cuyo caso el costo de retiro deberá ser deducido del pago de la deuda política cuando se tenga derecho a la misma”.

(Ley Electoral y de Partidos Políticos de Guatemala, 2 007, p. 32)

Se observó una considerable cantidad de publicidad de candidatos y partidos políticos, que participaron en el proceso electoral del año 2 011. Lo anterior muestra que la transgresión a la ley y la debilidad institucional se constituyen en factores de contaminación visual.

La colocación desordenada y sin control de las carteleras publicitarias a lo largo de las calles es un distractor para los automovilistas. En entrevista realizada,

un 60 por ciento indicó que le provoca estrés, debido a la sobreexcitación; además, dificultan la apreciación del paisaje.

Algunos de los anuncios cubren total o parcialmente placas de nomenclatura de casas o calles, o bien dificultan su localización, con lo que alteran el normal ritmo de vida de la población. Se encontraron algunos anuncios de lámina deteriorados, que aunque no ponen en riesgo la seguridad de las personas, sí producen vibraciones, ruidos y movimientos molestos para quienes se encuentran cerca.

Uno de los aspectos a considerar fue la época en la que se realizó el estudio, debido a que los índices más altos de contaminación visual suceden en dos momentos específicos. En primer lugar, durante la época electoral; y en segundo, durante el mes de diciembre cuando la publicidad comercial navideña inunda las calles.

4.1.3 Tercera fase

Al dar cumplimiento a las actividades de la tercera y última etapa del trabajo, en el cual se debía elaborar una propuesta para el control de la contaminación visual en el área urbana de Salamá, se obtuvieron los resultados siguientes:

En primer lugar, luego del acercamiento con los miembros del Concejo Municipal, la revisión de la legislación vigente y las recomendaciones de los expertos, se determinó que la forma ideal para responder al problema planteado era con la elaboración de una propuesta de reglamento.

Se logró la conformación de una mesa técnica, como estrategia destinada para conjugar conocimientos interdisciplinarios y para dar respuesta al problema. Para su integración se contó con el apoyo de la entidad principal, que presta asesoría legal y administrativa a las municipalidades, conocida como Instituto de Fomento Municipal (INFOM) y de los miembros del Concejo Municipal de Salamá.

El reglamento elaborado para mitigar la contaminación visual en el municipio de Salamá, cumple con los requisitos siguientes:

- a. Generalidad: El reglamento se aplica a todos los sectores y personas de la sociedad salamateca.
- b. Especificidad: Tiene un objeto claro y definido, mitigación de la contaminación visual en el municipio.
- c. Claridad: Su contenido no deja margen de duda, está redactado con corrección y apegado a las normas.

- d. Imparcialidad: No privilegia a un sector determinado y menos, perjudica a determinado grupo o persona.
- e. Legalidad: A partir de la premisa que un reglamento es un conjunto de normas administrativas subordinadas a la ley, obligatorias, generales e impersonales, se construyó con apego a las leyes vigentes.
- f. Aplicabilidad: El contenido es aplicable, no genera problemas a la autoridad ni a los vecinos.
- g. Contextualización: El reglamento contempla situaciones de carácter social, económico y cultural de la región.

El reglamento fue revisado por personal especializado, quienes plantearon algunas correcciones mínimas que fueron incorporadas al documento. Posteriormente se concertó una cita con el señor Alcalde Municipal y su Corporación, donde se les entregó la propuesta, para que luego de realizar los estudios y trámites correspondientes, se considerare su aprobación e implementación.

CONCLUSIONES

1. La contaminación visual en el área urbana de Salamá ha aumentado considerablemente en los últimos cinco años, debido al crecimiento de la actividad comercial. Además, en el mes de diciembre de cada año y durante los procesos electorales, es cuando este tipo de contaminación llega a sus niveles más altos. Entre las medidas de mitigación implementadas en otros contextos están la reglamentación y la incorporación del ciudadano a la fiscalización, a través de la denuncia telefónica o por correo electrónico.
2. La cantidad de rótulos y vallas ubicados dentro del área urbana de Salamá es de ciento sesenta y ocho (168), distribuidos de la manera siguiente: Cincuenta y seis (56) de cinco metros de largo por tres de ancho; treinta y siete (37) de tres metros de largo por dos de ancho; y setenta y cinco (75) de un metro y medio de largo por uno de ancho. En el caso de las pintas, sesenta y cinco (65) ocupan un área de dieciocho metros cuadrados; noventa y cuatro, seis; y cuarenta y siete, cuatro. Si bien la cantidad es mínima, la falta de criterios técnicos para su ubicación y construcción, provoca algunos problemas a transeúntes y automovilistas.

3. El Decreto 34-2 003, Congreso de la República de Guatemala, regula el problema de la contaminación visual, *Ley de anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares*, este faculta a las municipalidades para que controlen estas actividades. Con base en lo anterior, se elaboró una propuesta de reglamento para mitigar la contaminación visual en el municipio de Salamá, la cual fue entregada a los miembros de la Corporación Municipal, para que consideren su implementación.

RECOMENDACIONES

1. Que la Municipalidad de Salamá, Baja Verapaz, fomente el análisis y estudio de la contaminación visual en el municipio, con enfoque multidisciplinario, a través de los (las) estudiantes universitarios (as) de diferentes carreras que realicen prácticas, con el fin de encontrar nuevos elementos y plantear respuestas variadas al problema.
2. Realizar una limpieza de las vallas publicitarias en mal estado, con el propósito de mejorar el paisaje y el entorno urbano, y así eliminar algunos de los distractores que puedan afectar a los conductores automovilísticos y peatones en general.
3. Poner en vigencia la propuesta de reglamento elaborada en esta monografía, para regular y controlar la contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, y que como resultado de esta aplicación se mejore el paisaje urbano, con el fin de crear condiciones favorables para el fomento del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, Raquel S. (2 008). *Saneamiento ambiental e higiene de los alimentos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Brujas.

Asamblea Nacional Constituyente. (2 010). *Constitución Política de la República de Guatemala*. Guatemala: Tipografía Nacional.

Bustamante Alsina, Jorge. (1 995). *Derecho ambiental: Fundamentación y normativa*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Abeledo Perrot.

Cano, Guillermo. (1 978). *Derecho, política y administración ambiental*. Argentina: Editorial De Palma.

Congreso de la República de Guatemala. (2 007). *Ley Electoral y de Partidos Políticos* (Decreto 1-85). Guatemala: Librería Jurídica.

------. *Ley de anuncios en vías urbanas*. Recuperado el (7 de octubre de 2 014) de:
[http://www.oj.gob.gt/es/queesoj/estructuraoj/unidades
administrativas/centroanalisidocumentacionjudicial/cds/CDs%20leyes/2003/
Leyes%20en%20PDF/Decretos%202003/Decreto%2034-2003.pdf](http://www.oj.gob.gt/es/queesoj/estructuraoj/unidadesadministrativas/centroanalisidocumentacionjudicial/cds/CDs%20leyes/2003/Leyes%20en%20PDF/Decretos%202003/Decreto%2034-2003.pdf)

------. (2 002). *Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente* (Decreto 68-86). Guatemala: Editorial Piedra Santa.

Juste Ruíz, José. (1 999). *Derecho internacional del medio ambiente*. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill.

Lemus, Luis Arturo. (1 998). *Pedagogía: Temas fundamentales*. Guatemala: Editorial Piedra Santa.

Mata Segreda, Alejandrina Et.Al. (2 002). *Dimensión ambiental: Estrategias e innovaciones para la formación docente*. Costa Rica: CECC.

Méndez Velandia, Carmen Arellys. (2 013). *La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela*. Recuperado el (13 de marzo de 2 013). de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/29444/1/27882-170527-1-PB.pdf>

Miller G., Tyler. (1 992). *Ecología y medio ambiente*. México: Grupo Editorial Iberoamérica.

Municipalidad de Guatemala. *Ayudemos a combatir la contaminación visual*. Recuperado el (25 de septiembre de 2 014) de: <http://www.muniguate.com/index.php/component/content/article/67-viapublica/14772-contaminacion>.

------. *Contaminación visual en la ciudad*. Recuperado el (7 de octubre de 2 014) de: <http://www.muniguate.com/index.php/emetra/67-viapublica/1308-contaminacion-visual>.

Municipalidad de San Pedro Sula, Honduras. *Municipalidad regulará contaminación visual*. Recuperado el (7 de octubre de 2 014) de: <http://www.laprensa.hn/csp/mediapool/sites/LaPrensa/Honduras/SanPedroSula/story.csp?cid=337171&sid=276&fid=98>

Organización de las Naciones Unidas. *Conferencia intergubernamental de Tbilisi*. Recuperado el (19 de septiembre de 2 014) de: http://www.marn.gob.gt/documentos/politicas/politica_educacion_ambiental_politicas.pdf

Perilla, Nancy; Barreto, Yinneth y Cuevas, Cirley. *Contaminación visual*.

Recuperado el (20 de octubre de 2 009) de: <http://contaminacionvisualpoli.blogspot.com>.

Real Academia de la Lengua. (2 001). *Diccionario de la lengua española y de nombres propios*. Barcelona, España: Grupo Editorial Océano.

Salgado Cordero, Marvin Jonatán. (2 008). *Conceptos ambientales*. México: snt.

Sandoval, Melvin. *Publicidad causa malestar*. Recuperado el (19 de septiembre de 2 014) de: http://www.prensalibre.com/escuintla/Publicidad-causa-malestar_0_1044495584.html.

Tipos de contaminación. Recuperado el (19 de septiembre de 2 014) de: <http://twenergy.com/a/tipos-de-contaminacion-525>

Vilches, A. y D. Gil. (2 003). *Construyamos un futuro sostenible: diálogos de supervivencia*. Madrid, España: McGraw-Hill.



Adán García Véliz

Adán García Véliz
Licenciado en Pedagogía e Investigación Educativa
Bibliotecario

APÉNDICES

APÉNDICE 1
PROPUESTA DE REGLAMENTO

MUNICIPALIDAD DE SALAMÁ, BAJA VERAPAZ

ACUERDO MUNICIPAL No. _____
REGULACIÓN DE RÓTULOS COMERCIALES Y PUBLICITARIOS EN EL
MUNICIPIO DE SALAMÁ, BAJA VERAPAZ
EL HONORABLE CONCEJO MUNICIPAL DE SALAMÁ, BAJA VERAPAZ

CONSIDERANDO

- I. Que de conformidad con el artículo 253 de la *Constitución Política de la República de Guatemala* y lo dispuesto en el artículo 35 incisos a) e i) del *Código Municipal* contenido en el Decreto número 12-2002 del Congreso de la República, el Gobierno Municipal corresponde con exclusividad al Concejo Municipal, el cual está facultado para emitir sus Acuerdos, Reglamentos y Ordenanzas Municipales.

- II. Con fundamento en lo considerado y en lo que para el efecto establecen los artículos 253, 254, 255 y 260 de la *Constitución Política de la República de Guatemala*; 3, 5, 9, 33, 35, 38, 4 y 67 del *Código Municipal*, contenido en el Decreto Número 12-2002 del Congreso de la República.

- III. Que en el proceso de elaboración de este Acuerdo participó un equipo multidisciplinario de profesionales; asimismo, se realizaron las consultas a los sectores involucrados en esta temática, formulándose así la versión final.

- IV. Que es necesario establecer los derechos y obligaciones que deben ser observados, tanto usuarios como beneficiarios, de la instalación de los rótulos en los espacios públicos.

TÍTULO I
DISPOSICIONES INICIALES
CAPÍTULO ÚNICO
OBJETO FINALIDAD

Objeto del Acuerdo

Artículo 1. Este acuerdo tiene por objeto regular la ubicación, instalación, modificación y retiro de toda clase de rótulos comerciales y publicitarios, instalados o a instalar en el espacio público o privado, visible desde el espacio público en el Municipio de Salamá, Baja Verapaz.

Finalidad

Artículo 2. Las regulaciones contenidas en este Acuerdo, se aplicarán teniendo como finalidad contribuir al desarrollo ordenado de la ciudad; el orden y la seguridad jurídica en el movimiento publicitario; procurando la seguridad de la población; y disminuir la tendencia a la contaminación visual ascendente.

Autoridades competentes

Artículo 3. Los encargados de aplicar y hacer cumplir este Acuerdo es el Juez de Asuntos Municipales, quien será apoyado por los empleados de la Oficina de Planificación Municipal, la cual será la encargada de emitir los permisos establecidos en el artículo 57, inciso penúltimo de este acuerdo.

Sujetos de aplicación

Artículo 4. Los sujetos de aplicación de este Acuerdo, son las personas naturales y jurídicas, que se dediquen a la instalación de rótulos en todas sus formas, o aunque no se dediquen a esta actividad como giro principal, anuncien un servicio o producto.

Tasas municipales por permiso para instalación

Artículo 5. Todo permiso para instalación de rótulos estará sujeto al pago de tasas municipales fijadas en el Acuerdo regulador de las tasas del municipio de Salamá, Baja Verapaz, exceptuando lo estipulado en el artículo 6 este Acuerdo.

Autorización para instalación de rótulos

Artículo 6. Se requerirá solicitar autorización para la instalación de rótulos en los casos siguientes:

- a) Los rótulos gubernamentales que estén instalados dentro del perímetro de funcionamiento de la institución, siempre que estos anuncien su quehacer diario institucional.
- b) Los rótulos en los que se anuncien eventos religiosos, siempre que estén ubicados en las instalaciones de las entidades de naturaleza religiosa.
- c) Rótulos que indiquen el desarrollo de actividades sin fines de lucro.
- d) Rótulos que informen sobre campañas de beneficio social en asociación con el municipio.
- e) Para la instalación de un único rótulo que no exceda de 0.50 metros cuadrados de área de publicidad en vivienda o en tiendas de barrios, repartos, colonias, residencias o cualquier otra comunidad habitacional, siempre que anuncie su propia actividad.
- f) los rótulos con información indicativa de un proyecto, que se instale de conformidad con lo establecido en la *Ley de Compras y Contrataciones del Estado*.

Para la obtención de esta autorización el (la) interesado (a) deberá presentar declaración jurada en la que conste la descripción del rótulo que será instalado y la temporalidad del evento a realizar.

Prohibiciones

Artículo 7. Se prohíbe la instalación de rótulos en los casos siguientes:

- a) Publicidad que atente contra la moral y las buenas costumbres.
- b) Que la publicidad que contenga sea contraria a las leyes de la República de Guatemala.
- c) Rótulos ubicados en pasos a desnivel, cordones, puentes, postes, en las sombras de las paradas de buses, árboles, rocas sobre el pavimento de las vías públicas, monumentos, en los edificios y en sus entornos declarados patrimonios históricos culturales, ni sobre señales de tránsito ni que los obstaculicen visualmente, ni en los lugares donde pueda perjudicar o comprometer el tránsito rodante o la seguridad del peatón.
- d) Rótulos ubicados en aceras y arriates, a excepción de los instalados en mobiliario urbano propiedad de la municipalidad.
- e) Los rótulos salientes sobre las aceras que sobresalgan más de un tercio del ancho de la misma y en arriates laterales o centrales.
- f) La instalación de rótulos en las plazas, parques y en un radio menor a 75 metros lineales, contados a partir del perímetro exterior o en su defecto el cordón, con la excepción de los rótulos adosados en pared y los rótulos a nivel de piso propiedad de la municipalidad y los ya instalados, en virtud de contrato suscrito con la municipalidad.
- g) La instalación de rótulos en techos y azoteas, excepto cuando en estas últimas, mediante un estudio técnico estructural se demuestre la capacidad de resistencia de la sobrecarga, este estudio deberá estar firmado por un profesional responsable.

- h) Aquellos que por su ubicación, dimensión o materias empleadas en su construcción o instalación pongan en riesgo la vida, integridad física de las personas, seguridad de los bienes y ocasionen molestias a los vecinos del lugar donde pretenden instalar.
- i) No se permitirá instalar rótulos con volumetría en las estructuras que integran el mobiliario urbano en la ciudad.
- j) La instalación de rótulos que obstruya el libre tránsito y los accesos en las aceras a las personas en la ciudad.
- k) La instalación de rótulos con alturas que sobrepasan los 6.00 metros, medidos desde el nivel del piso terminado o rasante hasta el borde inferior del rótulo y con un área publicitaria mayor de 15.00 metros cuadrados, en zonas residenciales, de desarrollo restringido y máxima protección.
- l) La instalación de mensajes políticos partidistas en mobiliario urbano.
- m) La instalación de pantallas electrónicas.
- n) Que se agreguen elementos diferentes de los solicitados y autorizados por las delegaciones distritales correspondientes.
- o) Pinta y pega en postes del alumbrado público y telefonía.
- p) La instalación en zonas de retiro.
- q) El permiso y autorización para la instalación de rótulos que no estén regulados en este acuerdo.
- r) El permiso y autorización para la instalación de rótulos en el área de giro de las aceras, con excepción de los rótulos con nomenclatura.

Daños a terceros

Artículo 8. Los daños que se originen a terceros como consecuencia de la caída de cualquier estructura con o sin rótulo, es responsabilidad del propietario del rótulo o de quien haya solicitado el permiso. Se excepciona los daños provocados por desastres originados por fenómenos naturales o por fuerza mayor.

TÍTULO II DEFINICIONES CAPÍTULO ÚNICO

Definiciones

Artículo 9. Las definiciones y conceptos básicos necesarios para la comprensión y aplicación de las regulaciones de este acuerdo, son las siguientes:

Acera: Sección de la vía pública diseñada y designada para la circulación peatonal.

Arriate: Es la parte acotada de un jardín, es una barrera protectora entre el acceso peatonal y la vía vehicular que se utiliza para fines ornamentales y de arborización y que forma parte del paisaje urbano.

Área publicitaria: Es el espacio donde se exhibe o proyecta un mensaje publicitario directo o inducido para la información o comercialización de bienes y servicios.

Autorización: Documento emitido por el Juez Municipal o funcionario delegado para la instalación de publicidad que no persigue la venta de productos y/o servicio o que persiguiéndolos no excedan las medidas establecidas en el artículo 6, literal f) de este Acuerdo, en lugares determinados por la misma.

Azoteas: Última losa sin techar de un edificio de varios niveles de altura.

Calificación del lugar: Resolución de la Oficina de Planificación del área urbana de Salamá, donde indica los requerimientos para el asentamiento de los usos señalados como condicionados en la matriz de usos de suelo del Plan de Zonificación del municipio para una parcela.

Cara: Es la parte del rótulo sobre la cual se coloca o se pinta el anuncio publicitario o la propaganda que es visible.

Cordón: Borde de concreto, piedra o ladrillo que delimita el ancho de rodaje de una vía pública.

Derecho de vía: El área destinada al uso de una vía pública a partir de la zona de verja comprendida por acera, arriate y rodaje en ambos lados de la vía, que incluye la zona de retiro si existiere en el derecho de vía.

Espacio privado: Inmueble propiedad de particulares que se delimita con la línea de propiedad.

Espacio público: Es la red de espacios conformada por el conjunto de espacios abiertos de dominio público y uso social, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación, a la satisfacción de necesidades colectivas de la población.

Estructura de doble cara: Medio publicitario que consiste de dos mensajes, cuyas caras están orientadas en direcciones opuestas.

Estructura doble: Medio publicitario instalado uno sobre el otro, en la misma estructura y con las mismas dimensiones, pudiendo ser estos de doble cara.

Estructura publicitaria: Elemento de soporte que se utiliza para instalar publicidad en espacio público o privado.

Licencia: Documento donde consta la autorización para trabajar en la instalación de rótulos, la cual tiene una vigencia de un año fiscal, previo a cancelar la tasa municipal correspondiente.

Línea de construcción: Resolución de la Oficina de Planificación Municipal de Salamá, por medio de la cual se señalan los derechos de vía del sistema vial a una parcela.

Límite de propiedad: Lindero que limita el derecho de propiedad sobre un terreno.

Matriz de usos del suelo: Instrumento técnico derivado del Plano de Zonificación de Usos del Suelo, en la cual se efectúan cruces de los diferentes usos del suelo por compatibilidad o incompatibilidad para deducir el uso más frecuente y más aceptable del suelo en determinada zona o región.

Manta publicitaria: Rótulo publicitario elaborado en tela, vinil, manta u otro material flexible, que se utilizan por un período limitado y en dimensiones definidas, para anunciar un evento público, ventas y ofertas.

Mobiliario urbano: Es un bien mueble que ocupa un espacio público, con publicidad o sin ella, de carácter público o privado, que es complementario a la infraestructura municipal, tiene un fin social y de servicio público, además, de reforzar la imagen de la ciudad.

Pancarta o banner: Cartel de gran longitud, impreso en material flexible.

Pantalla electrónica: Es aquel rótulo que su leyenda es móvil y funciona a través de una programación de tiempo.

Pasarela: Paso o puente construido para la circulación peatonal, ya sea para librar obstáculos naturales como ríos, quebradas o desniveles del terreno, o arterias vehiculares.

Permiso para instalar rótulos: Resolución emitido por el Juez de Asuntos Municipales o Funcionario Delegado que permite instalar rótulos en el lugar determinado, según las especificaciones técnicas establecidas en este acuerdo, previo pago de la tasa municipal correspondiente.

Permiso para construcción: Resolución de la Oficina de Planificación Municipal, que se concede al constructor para ejecutar una obra de construcción, previa presentación del proyecto/plano, con todos sus diseños y memorias debidamente selladas y firmadas por los profesionales responsables.

Predio: Inmueble que no posee construcción.

Publicidad: Es toda acción encaminada a llamar la atención del público para difundir algo o promover la venta de productos y servicios. Cualquier conjunto de medios que se utiliza para divulgar o extender la noticia de las cosas o los hechos, actividad tendiente a influir sobre el consumidor y a inducirle a adquirir determinados productos o servicios.

Publicidad directa: Se percibe a través de una leyenda, figura y otros.

Publicidad inducida: Se percibe a través de elementos, figuras y otros, de forma caprichosa, características de un bien o servicio sin contener una leyenda.

Rótulo: Todo letrero, leyenda o mensaje con el que se avisa o se anuncia de forma inducida o directa, con iluminación interior o exterior y en su forma puede ser plana o volumétrica.

Rótulo a nivel de piso: Aquel cuya publicidad es de tipo plana y está instalado desde el piso.

Rótulo adosado: Es aquel que va adherido o sujeto a una superficie rígida.

Rótulo combinado o con volumen proyectado: Aquel instalado sobre una cartelera, combinándose este con formas volumétricas, y que forman un solo rótulo.

Rótulo comercial: Es el distintivo de un local, empresa o comercio.

Rótulo con proyección óptica: Aquel que puede ser proyectado a través de mecanismos electrónicos o eléctricos.

Rótulo en mobiliario urbano: Es la publicidad plana que forma parte de la cabina telefónica, pasarela, banca, basureros y similares.

Rótulo en tres dimensiones o volumétrico: Aquel instalado sobre una estructura, que simula una forma o figura real, y que puede ser apreciado desde todos sus ángulos.

Rótulo pintado: Aquel que está pintado sobre cualquier superficie.

Rótulo publicitario: Anuncia productos o servicios.

Rótulo multifacético: Aquel que funciona con sistema de animación electrónica y que presenta continuamente uno o diferentes mensajes publicitarios.

Rótulo saliente: Aquel instalado perpendicular a una superficie rígida y que se proyecta a espacio público.

Rótulo temporal: Todo rótulo que por sus características no requiere de una exhibición prolongada, y por tanto, su permiso tiene una vigencia que no excede de 30 días.

Valla: Toda estructura o armazón que contiene un rótulo con publicidad o sin ella.

Vías de circulación mayor: Son aquellas vías de circulación de tránsito permanente, cuyo ancho de rodaje es mayor a 18.00 metros.

Vías de circulación menor: Son aquellas vías de circulación de tránsito permanente, cuyo ancho de rodaje es menor a 18.00 metros.

Vía pública: Es el área colectiva destinada para uso de la circulación peatonal y vehicular.

Zona de retiro: Es la destinada a ornamentación, visibilidad y futura ampliación de las vías de circulación, en la cual no se permitirá ningún tipo de construcción. Las construcciones destinadas a la industria, al comercio y los servicios, así como los edificios habitacionales de apartamentos, podrán utilizar la zona de retiro para estacionamiento vehicular, siempre que no forme parte de la norma exigida.

**TÍTULO III
RÓTULOS
CAPÍTULO I
CLASIFICACIÓN DE RÓTULOS**

Clasificación

Artículo 10. Los rótulos se clasificarán de la manera siguiente:

- a) Rótulos comerciales.
- b) Rótulos publicitarios.
- c) Rótulos en mobiliario urbano.
- d) Rótulos en centro histórico.

Rótulos comerciales

Artículo 11. Se consideran rótulos comerciales los elementos siguientes:

- a) Rótulo adosado
- b) Rótulo a nivel de piso terminado.
- c) Rótulo pintado.
- d) Rótulo saliente.

Rótulos publicitarios

Artículo 12. Se consideran rótulos publicitarios los elementos siguientes:

- a) Rótulo sobre estructura (valla).
- b) Rótulo adosado.
- c) Rótulo a nivel de piso terminado.
- d) Rótulo temporal.
- e) Rótulo con proyección óptica.

Rótulos en mobiliario urbano

Artículo 13. Se considera rótulo en mobiliario urbano los elementos siguientes:

- a) Rótulo en cabinas telefónicas.

- b) Mantas sujetas en postes.
- c) Rótulo en bancas.
- d) Rótulo en paradas de buses.
- e) Rótulo en nomenclatura.
- f) Rótulo en kiosco.
- g) Rótulo en pasarela.
- h) Rótulo en centro histórico.

Especificaciones para todo tipo de rótulo

Artículo 14. Las especificaciones técnicas para todo tipo de rótulos son las siguientes:

- a) El grosor de los rótulos será de treinta centímetros, excepto en el caso de los rótulos regulados en el artículo 21 de esta ordenanza, en los que la Oficina de Planificación Municipal establecerá este grosor. Esta disposición es aplicable a los rótulos temporales y volumétricos.
- b) Todo rótulo instalado en edificios no deberá obstruir ningún tipo de circulación, iluminación, ventilación o visibilidad hacia las calles.
- c) Se permitirá instalar rótulos en zonas de entretenimiento y turismo, tal y como se regulan en los planes y microplanes de ordenamiento vigentes, cuyo uso de suelo esté destinado para actividades turísticas y de entretenimiento.
- d) Los rótulos podrán tener iluminación interna y/o externa.

CAPÍTULO II RÓTULOS COMERCIALES

Especificaciones generales

Artículo 15. Los rótulos comerciales tendrán un área de hasta 2.00 metros cuadrados.

Rótulos adosados

Artículo 16. Los rótulos adosados tendrán las especificaciones siguientes:

- a) En edificaciones de más de un nivel no deben obstaculizar las salidas de emergencia, iluminación, ventilación y la visibilidad desde los mismos.
- b) Cuando se trate de edificaciones de un nivel, locales o apartamentos en condominios comerciales y/o profesionales, los rótulos adosados se instalarán sobre la parte superior de puertas o ventanas y su área publicitaria será hasta 2.00 metros cuadrados. Únicamente se autorizará un rótulo por cada uno de los locales.
- c) Cuando se trate de edificios y condominios comerciales y/o profesionales visibles desde el espacio público, se permitirá únicamente la instalación de un rótulo adosado por fachada, que identifique el nombre del edificio y condominio comercial y/o profesional.
- d) En las edificaciones de más de un nivel, se autoriza la instalación de rótulos adosados, si el rótulo se ubica a una altura mínima de 3.00 metros, el área publicitaria permitida será de 1.50 a 2.00 metros cuadrados.

- e) Se permitirán rótulos en muros frente a la vía que no sobresalgan al espacio público y que su marco esté integrado a dicho muro, este rótulo debe estar iluminado con un área publicitaria no mayor a 1.00 metros cuadrado, se podrán instalar hasta tres rótulos por inmueble con una separación de 25 centímetros entre ellos, en zonas destinadas a comercio y servicio; y su altura mínima de instalación será de 2.60 metros medidos desde el nivel del piso terminado o rasante al borde inferior del rótulo.

Rótulo a nivel de piso

Artículo 17. Los rótulos a nivel de piso tendrán las especificaciones siguientes:

- a) El rótulo deberá iniciar a partir de una altura mínima de 35 centímetros en el borde inferior, desde el nivel del piso terminado. El área de publicidad permitida será hasta 2.00 metros cuadrados.
- b) No se permitirán rótulos volumétricos ni con volumen proyectado.

Rótulos pintados

Artículo 18. Se permitirá la instalación de rótulos pintados únicamente en tiendas de barrios, repartos, colonias, residenciales o cualquier otra comunidad habitacional, siempre que anuncie su propia actividad, con un área publicitaria hasta 0.50 metros cuadrados.

Artículo 19. Se permitirá la instalación de rótulos salientes únicamente en vías de circulación menor, hasta un tercio del ancho de la cebra, con las regulaciones siguientes:

- a) El área de publicidad será hasta 0.50 metros cuadrados.
- b) La altura mínima de instalación del rótulo será de 2.60 metros, hasta una altura máxima de 5.00 metros, medidos desde el borde inferior del rótulo hasta al nivel del piso terminado o rasante. En ningún caso deberá sobrepasar la altura de la fachada del edificio.
- c) Los rótulos salientes se permitirán hasta un tercio de la acera.
- d) El espesor de los rótulos salientes será hasta 0.20 metros.

CAPÍTULO III RÓTULOS PUBLICITARIOS

Rótulos sobre estructura (valla)

Artículo 20. Los rótulos sobre estructuras (vallas) tendrán las especificaciones técnicas siguientes:

- a) En los rótulos instalados sobre vallas no se permitirá que el área de su publicidad sobresalga de la línea de propiedad del inmueble donde se ubique.
- b) Cuando se trate de vallas con iluminación externa, los elementos que iluminarán estarán colocados, en el borde superior o inferior del marco, sin sobrepasar la línea de propiedad.

- c) El área publicitaria no debe ser mayor de 75.00 metros cuadrados ni menor a 2.01 metros cuadrados.
- d) La altura de la valla medida desde el piso terminado o rasante será como mínimo 2.60 metros y máximo de 22.00 metros hasta el borde superior del área de su publicidad.
- e) Se permitirá la combinación de rótulos planos con figura y/o volumen saliente, únicamente en los que su área publicitaria sea de 30.01 metros cuadrados hasta 75.00 metros cuadrados.
- f) Cuando se trate de establecimientos para servicios en particular que formen parte del edificio o centro comercial y/o profesional, que se encuentren frente a la vía pública, se permitirá un rótulo sobre estructura visible desde la vía pública para cada establecimiento, con una altura máxima medida desde el nivel del piso terminado o rasante al borde superior del rótulo de 10.00 metros y mínimo de 6.00 metros medidos al borde inferior. El área publicitaria máxima permitida será de 5.00 metros cuadrados.
- g) Los tipos de valla a instalar pueden ser: Sobre estructura a nivel del piso, minivalla, valla estándar, valla espectacular, valla super espectacular y multifacéticos.

Rótulo sobre estructura a nivel del piso

Artículo 21. Cuando se trate de edificio y centros comerciales y/o profesionales de uno o más locales, se permitirá un rótulo visible desde la vía pública, que identifique los establecimientos que funcionan en él, estos rótulos pueden tener hasta 14.10 metros

cuadrados, este tipo de rótulos se considera sobre estructura con una base con altura mínima de 0.60 medida desde el nivel del piso terminado o rasante hasta el borde inferior del rótulo, la altura total de este rótulo será de 10.00 metros y el ancho de 1.50 metros.

Mini valla

Artículo 22. Los rótulos con una base cuya altura desde el nivel del piso al borde inferior del rótulo oscile entre 2.60 a 6.00 metros y su altura total entre el nivel del piso hasta el borde superior del rótulo no sea mayor a 22.00 metros, el área publicitaria permitida será de 2.01 a 5.00 metros cuadrados y se denominará minivalla. El distanciamiento entre ellas será de 50.00 metros, medidos en cualquier sentido.

Valla estándar

Artículo 23. Los rótulos con una base cuya altura desde el nivel del piso al borde inferior del rótulo oscile entre 9.00 a 12.00 metros y a su altura total entre el nivel del piso hasta el borde superior del rótulo no sea mayor a 22.00 metros, se permitirá un área publicitaria de 5.01 a 30.00 metros cuadrados y se denominará valla estándar. El distanciamiento entre ellas será de 100.00 metros medidos en cualquier sentido.

Valla espectacular

Artículo 24. Los rótulos con una base cuya altura desde el nivel del piso al borde inferior del rótulo oscile entre 12.01 a 15.00 metros y su altura total entre el nivel del piso hasta el borde superior del rótulo no sea mayor a 22.00 metros, se permitirá un área publicitaria de 30.01 a 63.00 metros cuadrados y se denominará valla espectacular. El distanciamiento entre ellas será de 200.00 metros medidos en cualquier sentido.

Valla super espectacular

Artículo 25. Los rótulos con una base cuya altura desde el nivel de piso al borde inferior del rótulo oscile entre 15.00 metros y su altura total entre el nivel del piso hasta el borde superior del rótulo no sea mayor a 22.00 metros, se permitirá un área publicitaria de 63.01 a 75.00 metros cuadrados y se denominará valla super espectacular. El distanciamiento entre ellas será de 300 metros medidos en cualquier sentido.

Rótulos en estructura sobrepuestos o dobles

Artículo 26. Las especificaciones para todo tipo de rótulo sobre estructuras son las siguientes:

- a) Únicamente se autoriza la instalación de dos rótulos como máximo sobre la misma estructura, y podrán tener dos caras cada rótulo. Su distanciamiento será de 300 metros entre este tipo de rótulos. El área publicitaria de estos rótulos será de 30.00 a 75.00 metros cuadrados, considerando esta área la suma total de los 2 rótulos, con una altura total medida desde el nivel del piso terminado o rasante al borde superior del rótulo de 22.00 metros.
- b) En ningún caso se permitirá que dos rótulos sobrepuestos se modifiquen a un solo rótulo.

Rótulos adosados

Artículo 27. Los rótulos adosados tendrán las especificaciones siguientes:

- a) En edificaciones de más de un nivel no deben obstaculizar las salidas de emergencias iluminación, ventilación y la visibilidad desde los mismos.
- b) En la edificaciones de más de un nivel, se autoriza la instalación de rótulos adosados, si el rótulo se ubica a una altura mínima de 6.00 metros, el área publicitaria permitida será de 2.01 a 5.00 metros cuadrados.
- c) En las edificaciones de más de un nivel, se autoriza la instalación de rótulos adosados, si el rótulo se ubica a una altura mínima de 15.00 metros en adelante, el área publicitaria permitida será hasta 75.00 metros cuadrados.
- d) Se permitirá rótulos en muros frente a la vía que no sobresalga al espacio público y que su marco esté integrado a dicho muro, este rótulo debe estar iluminado con un

área publicitaria no mayor de 1.00 metros cuadrados, se podrán instalar hasta tres rótulos por inmuebles con una separación de 25 centímetros entre ellos, en zonas destinadas a comercio y servicio; y su altura mínima de instalación será de 2.60 metros medidos desde el nivel del piso terminado o rasante al borde inferior del rótulo.

- e) Se permitirá instalar rótulos a lo largo de comisas y marquesinas de los edificios que no sobrepasen el ancho de las mismas.
- f) Se permitirá instalar rótulos en paredes laterales, como se especifica en el literal c) de este artículo.

Rótulo temporal

Artículo 28. Lo rótulos temporales como las mantas, pancartas o banners, pendones, toldos, globos, elementos inflables y similares, se podrán instalar de forma plana y volumétrica.

Rótulos planos

Artículo 29. Las especificaciones técnicas de los rótulos planos son:

- a) La instalación puede ser de forma vertical u horizontal.

- b) La altura de instalación del rótulo medida desde el nivel del piso terminado o rasante hasta el borde inferior del área publicitaria será mínima de 2.60 metros y máxima de 17.00 metros.
- c) El área de publicidad para los rótulos temporales será como mínimo 1.50 metros cuadrados y máximo 10 metros cuadrados, excepto las mantas que se encuentran reguladas en el artículo 42 de esta ordenanza.
- d) Solamente se permitirá la instalación de mantas en edificios anunciando un evento, cuya actividad se realizará en el mismo.

Rótulos volumétricos

Artículo 30. Las especificaciones técnicas de rótulos volumétricos son:

- a) En el caso de rótulos con sistema de aire que puedan adoptar diferentes formas, los tensores que sirven como medio de sujeción de la estructura no deberán obstaculizar la libre circulación en ceras o calles.
- b) No se autorizarán rótulos temporales del tipo volumétrico que contengan gases inflamables o cualquier sustancia tóxica.
- c) También se consideran rótulos temporales los regulados en el artículo 36 de esta ordenanza.
- d) La altura máxima permitida para los rótulos volumétricos será hasta 22.00 metros y no deberán interferir las líneas de transmisión ni sobrepasar los linderos de otras propiedades.

Rótulos a nivel de piso terminado

Artículo 31. Lo rótulos a nivel del piso terminado se podrán instalar en:

- a) Arriates, zonas verdes o en espacios privados.
- b) En inmuebles baldíos o en proceso de construcción.

Rótulos a nivel de piso terminado que se instalen en arriates, zonas verdes o en espacios privados

Artículo 32. Las especificaciones de los rótulos a nivel de piso terminado que se instalen en arriates, zonas verdes o en espacios privados son las siguientes:

- a) El rótulo podrá tener dos caras opuestas y deberá iniciar desde el nivel del piso hasta una altura máxima de sesenta centímetros en el borde inferior. El área de publicidad máxima permitida será de dos metros cuadrados por cada cara.
- b) Los rótulos de propiedad privada en espacio público, se permitirá sin instalación como parte de un conjunto en las sombras de paradas de buses; y a dentro del espacio privado como en centros comerciales, profesionales y/o en establecimientos de servicio, siempre que sean perceptibles desde la vía pública.
- c) Los rótulos deberán ser instalados a una distancia mínima de 25.00 metros de cualquier otro rótulo de este mismo tipo de rótulos o de un rótulo urbano, medidos en cualquier sentido.
- d) En arriates y zonas verdes no se permitirán rótulos volumétricos, ni con volumen proyectado, únicamente se autorizará su instalación en centros comerciales y de

servicios, siempre que sean perceptibles desde la vía pública. Su volumen permitido será hasta 3.00 metros cúbicos.

Rótulo a nivel de piso terminado que se instalen en inmuebles baldíos o en inmuebles en procesos de construcción

Artículo 33. Las especificaciones de los rótulos a nivel de piso terminado que se instalen en inmuebles baldíos o en inmuebles con procesos de construcción son las siguientes:

- a) El rótulo deberá iniciar desde el nivel del piso terminando a partir de una altura mínima de 35 centímetros en el borde inferior. El área de publicidad máxima permitida será de 2.60 metros de alto por 4.70 metros de largo.
- b) Se permitirá sin instalación en predios baldíos y/o en proyectos en proceso de construcción, sobre la línea de propiedad del inmueble cuando la finalidad sea el cierre total del inmueble.
- c) Cuando el rótulo cuente con iluminación externa, los elementos que iluminarán, estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 1.00 metro de la cartelera.
- d) No se permitirán rótulos volumétricos ni con volumen proyectado.
- e) Estos rótulos deberán ser instalados de forma individual o uno contiguo al otro, no pudiendo excederse de cuatro rótulos seguidos, separándolos de otro conjunto igual de cuatro rótulos por medio de un espacio igual a un rótulo.
- f) Estos rótulos no podrán instalarse a menos de 25.00 metros lineales de otro rótulo de cualquier tipo.

Rótulo multifacético

Artículo 34. Las especificaciones técnicas para este tipo de rótulo son:

- a) Se permitirá la instalación de rótulo multifacético y los de leyenda móvil.
- b) Se permitirá la ubicación de estos rótulos en el espacio privado perceptibles desde la vía pública, siempre que no afecten las señales de tránsito, ni la concentración de los conductores.
- c) Deberán colocarse a una distancia no menos de 400.00 metros entre rótulo y rótulo del mismo tipo.
- d) Los rótulos instalados a una altura de 3.00 a 6.00 metros, el área publicitaria permitida será de 2.01 a 5.00 metros cuadrados.
- e) Los rótulos instalados a una altura de 6.01 a 15.00 metros, el área publicitaria permitida será de 5.01 a 30.00 metros cuadrados.
- f) Cuando se trate de rótulos con iluminación externa, los elementos que iluminarán estarán colocados en el borde superior del marco y no deberán sobresalir más de 1.50 metros del rótulo.
- g) Solo se permitirá su instalación sobre estructura.

Rótulo con proyección óptica

Artículo 35. Los rótulos con proyección óptica tendrán las especificaciones siguientes:

- a) Se autoriza su proyección sobre pantallas o superficies rígidas. Podrán ser ubicadas únicamente en centros comerciales o de servicios y que sean perceptibles desde la vía pública.
- b) Podrán ubicarse solo en paredes laterales de los edificios comerciales, en ningún momento en fachadas principales.
- c) Cuando se proyecte sobre pantalla el diseño de las estructuras se sujetarán en lo regulado en los artículos 24 y 25 de esta ordenanza.
- d) El área de proyección máxima permitida será de 63.00 metros cuadrados.

CAPÍTULO IV RÓTULOS EN MOBILIARIO URBANO

Especificaciones técnicas generales

Artículo 36. Las especificaciones generales de los rótulos en mobiliario urbano son las siguientes:

- a) No se permitirá ningún tipo de rótulo de carácter permanente o temporal en mobiliario urbano a menos de diez metros del radio de giro de una calle, siempre que no obstruya la visibilidad de conductores.
- b) En las aceras y/o pasos peatonales de noventa centímetros de ancho o menos no se permitirá publicidad, y en aquellas mayores a esa medida se podrá permitir publicidad, respetando ese ancho para el paso de las personas.

Rótulo en cabinas telefónicas

Artículo 37. Se permitirá como máximo dos rótulos por cabina que formen un solo cuerpo con ella, sin sobresalir de su estructura, no podrán cubrir más del sesenta por ciento del área total de la cabina del teléfono público. Los rótulos deberán tener iluminación propia.

Rótulos en pasarela

Artículo 38. Las especificaciones técnicas de los rótulos en pasarelas son las siguientes:

- a) Solamente se permitirá un rótulo por lado en el techo de la pasarela, cuya área publicitaria máxima será todo el largo del puente peatonal por 2.00 metros de alto; deberán contar con iluminación interna y estarán ubicados sobre la estructura de la pasarela, debiendo cumplir con el artículo 57, inciso tercero de esta ordenanza.
- b) La distancia mínima en un rótulo en pasarela con cualquier otro rótulo publicitario ubicado en el espacio público, deberá ser de 25.00 metros, con excepción de rótulos en paradas de buses.
- c) La distancia mínima entre un rótulo en pasarela con un rótulo de más de 15.00 metros cuadrados de área publicitaria será de 50.00 metros.

Rótulo en parada de buses

Artículo 39. Se autorizará rótulo a nivel de piso en mobiliarios para paradas de buses propiedad de esta Municipalidad, siempre que forme un conjunto con las paradas de buses, permitiendo la instalación de dos por parada de buses, con dos caras opuestas en cada uno y que no obstaculicen la visibilidad de los usuarios de los buses. Este conjunto deberá tener una distancia mínima de 25.00 metros con cualquier rótulo en mobiliario urbano.

Rótulo en bancas

Artículo 40. Solo se permitirá la instalación de rótulos en los respaldos de la bancas; no podrán utilizar más del cuarenta por ciento del mismo; debiendo ser un rótulo por banca.

Mantas sujetas en postes

Artículo 41. En los postes no se permitirá instalar rótulos, excepto cuando se trate de sujetar mantas que contengan publicidad de tipo temporal, la cual deberá estar a una altura de 3.00 metros, y nunca deberá sobresalir al rodaje de la vía pública. Este tipo de rótulo estará sujeto de poste a poste en un mismo lado de la acera, tendrá un área de publicidad máxima de 1.50 metros de alto por 7.00 metros de largo.

Rótulos en kioscos

Artículo 42. Se permitirá la instalación de publicidad en kioscos solamente en la fachada que da hacia la acera o paso peatonal, lo cual no podrá exceder el cuarenta por ciento. La distancia entre este tipo de rótulos con cualquier otro tipo será de 25.00 metros.

Nomenclatura con rótulo

Artículo 43. Las especificaciones técnicas de la nomenclatura con rótulo son las siguientes:

- a) La nomenclatura con rótulo se instalará en esquinas, sobre la acera o arriates, dentro del radio de giro de calles, debiendo respetarse los lugares definidos para el acceso de personas con capacidades especiales y pasos peatonales.
- b) Los rótulos que se autoricen en nomenclatura serán de tipo inducido o directo por medio de logotipos o formas, nombres o marcas; y no excederán de dos rótulos por cada poste, debiendo ser de dos caras.
- c) La nomenclatura deberá instalarse por distritos, barrios, colonias o urbanizaciones, con el objetivo de unificar el modelo a instalar en una determinada zona, a fin de contribuir con la estética y ordenamiento de la ciudad. Este tipo de proyectos será resuelto por el Concejo Municipal.
- d) En todo cruce de calle, únicamente se permitirá la instalación de rótulos con nomenclatura en esquinas opuestas.

- e) En las calles en forma de “L” se permitirá la instalación de nomenclaturas con rótulos en una solo esquina.
- f) En las calles en forma de “T” se permitirá la instalación de nomenclaturas con rótulos en cualquiera de sus esquinas.
- g) En la nomenclatura en rótulos deberán emplearse materiales que sean visibles o refractarios para una mejor visibilidad, ya sea de día o noche, y deberán contar con iluminación.
- h) Cada rótulo contará con una placa o área publicitaria, la cual puede ser formando una pieza o en dos piezas. El área publicitaria permitida será hasta 0.50 metros cuadrados, pudiéndose dividir dicha placa o área publicitaria en 0.25 metros cuadrados cada una.
- i) La altura mínima de instalación de la nomenclatura con rótulo será de 2.60 metros medidos desde el nivel de piso terminado o rasante hasta el borde inferior del rótulo.
- j) En el caso que la publicidad sea una figura irregular esta no deberá ser volumétrica y si es plana no deberá sobresalir del área permitida en el literal h) de este mismo artículo.
- k) Pueden ubicarse en inmuebles de esquina, a noventa grados en ambas direcciones, adosados a las paredes, siempre y cuando cuente con la autorización por escrito del propietario del inmueble.

TITULO IV
CAPÍTULO I
DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTOS

De la licencia para trabajar en la instalación de rótulos

Artículo 44. Para trabajar en la instalación de rótulos, los interesados deberán obtener una licencia, que será extendida por el Departamento de Licencias, Matrículas y Permisos, cuya vigencia será de un año fiscal. Si la solicitud es por primera vez, se podrá hacer en cualquier fecha; la renovación de la licencia deberá solicitarse en los primeros quince días del mes de enero y solamente presentará los requisitos establecidos en el número 1) literales a), c), i), d) del artículo 45, de este Acuerdo.

Requisitos para obtener licencia

Artículo 45. Para obtener la licencia será necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Persona jurídica.
 - a) Llenar el formulario respectivo.
 - b) Fotocopia de la escritura de constitución de la persona jurídica y fotocopia del NIT de la empresa debidamente certificada.
 - c) Solvencia municipal.
 - d) El pago de la tasa municipal para la obtención de la licencia, tal como está establecido en el Acuerdo regulador de las tasas del municipio de Salamá.

- e) Fotocopia del DPI y la credencial del representante legal debidamente inscrito.
- 2) Persona natural.
- a) Llenar el formulario respectivo.
 - b) Fotocopia de DPI y NIT.
 - c) Solvencia municipal.
 - d) El pago de la tasa para la obtención de la licencia, tal como está establecido en la Acuerdo Regulador de las Tasas del Municipio de Salamá.
 - e) Las personas naturales que no se dediquen a la instalación de rótulos como actividad principal, pero que anuncien un servicio, no están obligados a solicitar licencia para ejercer la actividad publicitaria.

Fianza

Artículo 46. En el caso del artículo anterior se exigirá la presentación de una fianza, según la cantidad de estructuras instaladas o a instalar, según la tabla siguiente:

- a) De 0 a 50 estructuras de rótulos: Q5 000.00
- b) De 51 a 100 estructuras de rótulos: Q8 000.00
- c) De 101 a más estructuras de rótulos: Q12 500.00

La fianza deberá ser presentada para cumplir con las responsabilidades civiles y/o administrativas que sugieren y por daños a los habitantes y transeúntes.

La fianza hecha efectiva en cumplimiento a lo establecido en el inciso anterior, deberá renovarse en un plazo de quince días hábiles, por un monto igual, caso contrario los permisos de instalación de rótulos serán revocados. La fianza deberá tener una vigencia de 18 meses como mínimo.

Las fianzas presentadas en el Departamento de Licencias, Matrículas y Permisos, deberán ser remitidas a la Tesorería Municipal.

Del permiso para instalar rótulo

Artículo 47. Previo a instalar cualquier rótulo, los interesados deberán tramitar el permiso en la Oficina del Juez de Asuntos Municipales, previo pago del mismo, de conformidad con el Acuerdo Regulador de las Tasas del Municipio de Salamá.

Si la solicitud es por primera vez, se podrá hacer en cualquier fecha; la renovación del permiso deberá solicitarse en los primeros quince días del mes de enero siguiente y solamente presentar el formato lleno de la solicitud, solvencia municipal, el pago de la tasa por inspección en este rubro y copia del permiso del año anterior.

Al otorgar un permiso, el distrito entregará un diseño para que el solicitante elabore un distintivo que contendrá el nombre de la empresa, el número de la licencia, número de permiso y la vigencia del mismo. El interesado deberá colocarlo en un lugar visible del rótulo.

Todo rótulo que su área publicitaria sea mayor de 5.01 metros cuadrados y una altura mínima de 9.00 metros, así como los rótulos en pasarelas deberán solicitar a la Oficina de Planificación Municipal de Salamá; línea de construcción, calificación de lugar y permiso para construcción, que deberá presentar aprobados al momento de solicitar el permiso de instalación del rótulo.

En el caso del inciso anterior, se requerirá que el interesado presente a la Municipalidad, la recepción final de obras al estar instalado el rótulo.

Vigencia del permiso

Artículo 48. El permiso para cada título tendrá una vigencia de un año fiscal. Si la solicitud es por primera vez, se podrá hacer en cualquier tiempo del año, si es por segunda vez en adelante deberá solicitarse en los primeros quince días del mes de enero.

Cuando se trate de rótulos de carácter temporal, el permiso tendrá una vigencia de 30 días, exceptuando los volumétricos inflables, globos y similares que únicamente se autorizan por 15 días. En ambos casos se pagará la tasa municipal correspondiente.

Cuando se trate de las autorizaciones establecidas en el artículo 6 de esta ordenanza en los literales del b), c) y d) tendrán una vigencia de 30 días; las establecidas en los literales a) y e) serán anuales; y las del literal f) mientras dure la construcción.

De los requisitos de permiso

Artículo 49. Para la instalación de rótulos en cualquier tipo de estructura en el espacio público o privado exhibido hacia la vía pública desde cualquier punto, el interesado deberá presentar ante las Unidades de Coordinación de Ordenamiento Territorial del Distrito respectivo, los requisitos siguientes:

1. Llenar el formulario correspondiente, dirigido al Señor Alcalde o al Funcionario delegado por el Concejo Municipal, deberá presentarse debidamente firmado por el solicitante propietario o del representante legal de la persona jurídica.
2. Fotocopia certificada de la licencia vigente, para trabajar en la instalación de rótulos.
3. Solvencia Municipal vigente.
4. Autorización por escrito del propietario del inmueble o el contrato de arrendamiento, donde se instalará la publicidad, en caso de no ser el propietario.
5. Plano con croquis de ubicación del lugar en donde se ubicará la estructura del rótulo, con las medidas establecidas en el Reglamento a la ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Área Urbana de Salamá.
6. Diseño de la estructura, firmado por profesional responsable, y del rótulo a instalar con sus dimensiones.
7. Cuando las dimensiones del rótulo sean mayores a dos metros cuadrados se exigirá fotomontaje del sitio seleccionado y del rótulo a instalar.

8. En los casos regulados en el artículo 57, inciso tercero de esta ordenanza, el interesado deberá presentar además, el original o fotocopia certificada del Permiso para Construcción, otorgado por la Oficina de Planificación Municipal de Salamá.
9. Señalar lugar, telefax o cualquier otro medio electrónico para recibir notificaciones.

Ninguna instalación de estructura o rótulo estará exenta de dicho trámite.

El cumplimiento y la obtención de dicho permiso se reconocerá en el campo, a través del nombre y código de identificación de cada empresa, que deberá poseer cada elemento publicitario que cuente con permiso municipal; y que deberá estar ubicada en un lugar visible para su verificación y control del campo.

De la inscripción

Artículo 60. Al ser admitida la solicitud, el interesado procederá a realizar el pago de la inspección, para corroborar la viabilidad de la instalación del rótulo.

Del procedimiento para emisión de permiso

Artículo 61. Recibido y analizado el contenido técnico de la documentación y realizada la inspección correspondiente, se procederá a emitir la resolución pendiente. El plazo

desde la admisión de la documentación completa hasta la emisión de la resolución será de veinte días hábiles.

Cuando se trate de procedimientos y solicitudes de la misma naturaleza, se guardará rigurosamente el orden cronológico o presentación para el trámite de los respectivos expedientes. Los expedientes que hayan sido solo recibidos, pero al ser revisados se comprobare que están incompletos, perderán su orden de tramitación.

CAPÍTULO II INFRACCIONES, SANCIONES Y RECURSOS

Infracciones

Artículo 62. Las infracciones se clasifican en graves y leves.

Constituyen una infracción grave:

1. Ejercer la actividad publicitaria sin contar con licencia.
2. Instalar o mantener rótulos sin los permisos correspondientes, emitidos por esta Municipalidad.
3. Instalar rótulos, incumpliendo lo prescrito en el artículo 7 de este Acuerdo.
4. Por no presentar la fianza, o la renovación de la misma dentro del plazo de quince días hábiles, establecidos en el artículo 56, inciso tercero de este Acuerdo.
5. Instalar un rótulo publicitario diferente a lo aprobado por este Acuerdo.

6. La reincidencia de dos infracciones leves.

Constituye una infracción leve:

1. La falta de distintivo colocado en un lugar visible del rótulo, a que se refiere el artículo 57, inciso tercero de este Acuerdo.
2. Por no renovar la licencia en el tiempo establecido en este Acuerdo y seguir ejerciendo la actividad publicitaria.
3. Mantener un rótulo en mal estado, y/o dañado.

Sanciones

Artículo 63. Las sanciones a las infracciones cometidas a este Acuerdo, según la gravedad de las mismas son:

- a) Multa y servicios comunitarios.
- b) Revocación de permiso de instalación.
- c) Retiro del rótulo.

Multa y servicios comunitarios

Artículo 64. Las infracciones graves serán sancionadas con multa por valor de quinientos Quetzales, sin perjuicio de ordenar el retiro de la estructura o de la publicidad, según el

caso. En la comisión de infracciones leves señaladas dentro de este acuerdo, la multa como sanción pecuniaria será de dos mil Quetzales.

A solicitud del infractor, podrá permutarse la multa por servicios comunitarios, en un equivalente a diez Quetzales por 2 horas de servicio comunitario. Esta permuta será aprobada por medio de acuerdo municipal, estableciéndose en el mismo las condiciones del servicio comunitario, cuidando que este no vaya en menoscabo de la dignidad del infractor.

El incumplimiento de las condiciones del servicio comunitario establecido, por medio de resolución razonada, dejará sin efecto la permuta y volverá a hacer exigible la multa correspondiente.

Revocatorio del permiso

Artículo 65. El permiso de instalación de un rótulo deberá ser revocado de oficio, en los casos siguientes:

1. Cuando se instale una estructura diferente a la autorizada.
2. Cuando la fianza no sea renovada, en un máximo de quince días calendario.
3. Cuando se instale un rótulo con contenido que atente contra la moral y las buenas costumbre.
4. Cuando no cumpliera con las especificaciones técnicas de este Acuerdo.

5. Cuando las estructuras se encuentren en mal estado: Dobladas, corroídas y/o puedan derrumbarse, poniendo en peligro la vida de las personas.
6. Cuando por denuncia ciudadana debidamente comprobada un rótulo vulnere la convivencia social armónica.

Retiro de rótulo y/o su estructura

Artículo 66. El retiro del rótulo publicitario y/o su estructura procederá:

- a) Cuando el infractor cometa una infracción grave.
- b) Por el incumplimiento a lo establecido en la respectiva resolución administrativa.
- c) Pasados los treinta días del permiso temporal y no hubiesen sido retiradas.

En cualquiera de los casos anteriores se procederá al retiro del rótulo, previo procedimiento administrativo, de conformidad con el artículo 134 del *Código Municipal*.

Los costos administrativos y operativos por el desmontaje, retiro y bodegaje generados por el incumplimiento de este Acuerdo serán deducidos de la fianza correspondiente y en su defecto cargados a la cuenta municipal del infractor.

Procedimientos sancionatorios

Artículo 67. Para imponer la sanción por infracción a este Acuerdo se iniciará el procedimiento, ya sea de oficio o por denuncia. El Alcalde o funcionario delegado

buscará las pruebas que considere necesarias. De la prueba obtenida se le notificará en forma legal al infractor, para que comparezca dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la notificación.

Recursos

Artículo 68. De toda resolución emitida por esta municipalidad, a través del Alcalde Municipal o funcionario delegado, se admitirá recurso de Apelación ante el Concejo Municipal, dentro de los tres días siguientes a su notificación, procediéndose a su tramitación de conformidad con lo dispuesto en el Art. 137 del *Código Municipal*.

TÍTULO FINAL DISPOSICIONES FINALES

Procesos pendientes

Artículo 69. Para no aplicar la retroactividad de esta norma, todo proceso sancionatorio pendiente al momento de la entrada en vigencia este Acuerdo, será resuelto conforme a lo establecido en el Acuerdo Regulador de Publicidad en el Municipio de Salamá, publicada en el *Diario Oficial* número 149, Tomo 356, de fecha 15 de agosto de 2002.

Disposición transitoria

Artículo 70. Se establece un plazo de NOVENTA días para adecuarse a las regulaciones establecidas en este Acuerdo, a partir de su entrada en vigencia, caso contrario, se aplicarán las sanciones establecidas en la misma.

Vigencia

Artículo 71. Este Acuerdo entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el *Diario Oficial*.

Los casos no previstos en este reglamento serán resueltos por la comisión nombrada.

Dado en el Salón de Sesiones de la Alcaldía Municipal de Salamá, Baja Verapaz, el día veinticinco de julio del año dos mil doce.

APÉNDICE 2
MODELO DE FICHA DE CONTENIDO

ANEXO 3
GUÍA DE OBSERVACIÓN

1. ¿No obstruye de la línea de visión de señales y vías?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

2. ¿No desvirtúa los aspectos arquitectónicos de las fachadas o edificios cercanos?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

3. ¿No se proyecta en la perspectiva de una calle, plaza, edificio o monumento, ni altera el valor arquitectónico?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

4. ¿No alteran o desfiguran los paisajes?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

5. ¿Su figura, diseño o grafismo en general, guarda el respeto a la dignidad humana y a los buenos usos de lealtad en el comercio?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

6. ¿Son estéticos, tanto en su forma y contenido, como en relación con el paisaje circundante?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

7. ¿No deberán interferir con las placas de nomenclatura de las calles o numeración de casas?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

8. ¿Tienen altura mínima a partir de las aceras o bordillos voladizos de dos metros setenta centímetros (2.70 m.), mientras que los que estén fuera de la línea de las aceras, de cuatro metros cincuenta centímetros (4.50 m.)?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

9. ¿No están deteriorados, ni producen ruidos, vibraciones u otro tipo de contaminación?

De acuerdo _____ En desacuerdo _____

APÉNDICE 4
GUÍA DE ENTREVISTA PARA MIEMBROS DEL CONCEJO MUNICIPAL

1. ¿Qué tan grave es el problema de contaminación visual?

2. ¿Cuáles son los problemas reales de la municipalidad para afrontar el problema?

3. ¿Desde cuándo se incrementó el número de vallas publicitarias y pintas?

4. ¿Qué esperarías la municipalidad como aporte para minimizar el problema?

APÉNDICE 5
GUÍA DE ENTREVISTA PARA CONDUCTORES

1. ¿Existe contaminación visual en el área urbana de Salamá?

2. ¿Qué problemas le causan las vallas publicitarias y pintas ubicadas en el área urbana?

3. ¿Qué espera de las autoridades para resolver el problema de la contaminación visual?

APÉNDICE 6 GALERÍA FOTOGRÁFICA

Fotografía 1 Ingreso al Área Urbana de Salamá



Fotografía tomada por: Hayron Vásquez. Año 2 012.

Fotografía 2
Comparación de las señales de tránsito con las vallas publicitarias



Fotografía tomada por: Hayron Vásquez. Año 2 012.

Fotografía 3
Pintas de paredes en la salida principal de Salamá



Fotografía tomada por: Hayron Vásquez. Año 2 012.



CUNOR

CENTRO UNIVERSITARIO DEL NORTE

Universidad de San Carlos de Guatemala



15002

M

El Director del Centro Universitario del Norte de la Universidad de San Carlos, luego de conocer el dictamen de la Comisión de Trabajos de Graduación de:

Maestría en Educación con Orientación en Medio Ambiente

Al trabajo titulado:

"Contaminación visual en el área urbana del municipio de Salamá, Baja Verapaz"

Presentado por el (la):

Maestrante Hayron Benjamín Vásquez Torres

Autoriza el

IMPRIMASE

"Id y enseñad a todos"

Lic. Zoot. M.A. *Fredy Giovanni Macz Shoc*
DIRECTOR

Cobán, Alta Verapaz septiembre del 2015

