



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y
EDUCACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL
SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

Autor:

Chicaiza Tusó Lenin Abel

Tutor:

Mg. Jorge David Freire Samaniego

LATACUNGA - ECUADOR

FEBRERO-2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Chicaiza Tuso Lenin Abel, con cédula de ciudadanía 1751136506, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**. Siendo el Mg. Jorge David Freire Samaniego Mg., Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, febrero 20 del 2024



Firma

Chicaiza Tuso Lenin Abel

C.C:1751136506

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **Chicaiza Tuso Lenin Abel**, identificado con cédula de ciudadanía No.1751136506 de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de “**LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Abril 2019 - Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 22 de febrero del 2024

Tutor: Ing. Jorge David Freire Samaniego, Mg.

Tema: “**LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**”.

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

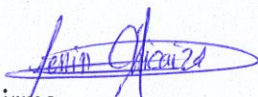
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicite.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 20 días del mes de febrero del 2024.


Firma

Chicaiza Tuso Lenin Abel
EL CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema,
Ph.D.

LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

“LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, de Chicaiza Tuso Lenin Abel, de la carrera de Diseño Gráfico, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 20 de febrero de 2024

Firma

Mg. Jorge David Freire Samaniego

C.C.: 0501624810

TUTOR



firmado electrónicamente por:
JORGE DAVID FREIRE
SAMANIEGO

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Proyecto de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Sociales Artes y Educación ; por cuanto, el postulante: Chicaiza Tuso Lenin Abel, con el título del Proyecto de Investigación: “LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 09 de febrero de 2024

Para constancia firman:




Manuel Enrique Lanás López
C.C: 0501642598

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Roberto Paolo Arévalo Ortiz
C.C: 0603984360

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Marcela Ximena Parra Pérez
C.C: 0102937299

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios quien me guio y me proveyó de sabiduría durante en el trayecto. Asi también mi más profundo agradecimiento a mi familia quienes fueron mi principal fuente de apoyo, y un soporte crucial en todo este proceso para finalizar mis estudios universitarios.

De la misma manera agradezco a mi tutor por la paciencia, confianza y guía prestada para realización de este proyecto. A mis amigos, quienes me brindaron su apoyo y aliento en cada uno de los momentos vividos en el transcurso de mi formación académica.

Lenin Chicaiza

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico en a mis padres, mi familia, quienes me han apoyado con recursos y consejos en los momentos más apremiantes, me han alentado a seguir mis sueños, inculcándome sus valores, mismos que, me han servido para formar a la persona que soy ahora, así también, también a las personas que me acompañaron en este trayecto académico.

Este proyecto me lo dedico a mí, por ser una muestra más de que puedo alcanzar lo propuesto con esfuerzo y tenacidad.

Lenin Chicaiza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y EDUCACIÓN

TÍTULO: “LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

Autor:
Chicaiza Tuso Lenin Abel

RESUMEN

La propuesta se localiza en la ciudad de Latacunga y surge a partir de un análisis exhaustivo de la contaminación visual presente en los sectores comerciales de la urbe. Para abordar esta problemática se aplicó una metodología que incorpora enfoques ambientales, integrando teorías, conceptos y prácticas relacionadas con la psicología ambiental, la arquitectura, la planificación urbana y el diseño. Portella (2014).

En este contexto se evaluaron las normativas municipales de Latacunga, regulan aspectos como: el comercio informal, la ubicación adecuada de cableado e infraestructura, así como la publicidad general por los comercios. El objetivo fue analizar el impacto de esta regulación en la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, quienes requieren el apoyo y la orientación de las autoridades.

Para llevar a cabo este estudio, se recopilados datos mediante mapeo urbano en Latacunga. Estos datos se analizaron utilizando la matriz Vester, que examina las causas efectos de la contaminación visual, así como su relación con el entorno. Además, se aplicó una matriz de priorización para evaluar variables, urgencias, clasificándolos según su impacto ambiental y social (bajo, medio o alto).

Y la tercera etapa, se elaboró una guía que recopila las normativas relacionadas con la publicidad y el manejo de elementos atípicos. Este trabajo adquiere relevancia al contribuir a preservar las zonas urbanas, alentar a las autoridades municipales sobre la problemática y, en última instancia, mejorar la calidad de vida tanto de los habitantes como de los visitantes.

Palabras clave: Contaminación visual- elementos atípicos - impacto ambiental- planificación urbana- publicidad- zonas comerciales

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

SOCIAL SCIENCES, ARTS AND EDUCATION FACULTY

TOPIC: “THE ADVERTISING VISUAL POLLUTION AND ATYPICAL ELEMENTS FROM COMMERCIAL SECTOR IN THE LATACUNGA CITY”.

Author:
Chicaiza Tusso Lenin Abel

ABSTRACT

The proposal is located in the Latacunga city and arises from an visual pollution exhaustive analysis present in the commercial sectors from city. To address this problem, it was applied a methodology, which incorporates environmental approaches, integrating theories, concepts and practices related to environmental psychology, architecture, urban planning and design. Portella (2014). In this context, it was assessed the municipal regulations from Latacunga, they regulate aspects, such as: informal commerce, the appropriate location from wiring and infrastructure, as well as general advertising by businesses. The aim was to analyze the impact this regulation on the life quality from city's inhabitants, who require the support and guidance from authorities. For carrying out this study, they were collected data, through urban mapping in Latacunga. These data were analyzed, using the Vester matrix, which examines the visual pollution causes and effects, as well as its relationship with the environment. Moreover, it was applied a prioritization matrix to assess variables and emergencies, by classifying them, according to their environmental and social impact (low, medium or high). And the third stage, it was elaborated a guide, what compiles the regulations related to advertising and the atypical elements handling. This work acquires relevant by contributing to preserve urban areas, encouraging municipal authorities about the problem and, ultimate instance, improving the life quality both residents and visitors.

Keywords: Visual pollution, atypical elements, environmental impact, urban planning, advertising, commercial areas.



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** presentado por: **Chicaiza Tuso Lenin Abel** egresado de la Carrera de: **Licenciatura en Diseño Gráfico**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2024.

Atentamente,

Mg. Marco Paúl Beltrán Semblantes

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC

CC: 0502666514



CENTRO
DE IDIOMAS



Tabla de contenido

1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO).....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4.1 Beneficiarios Directos.....	4
4.2 Beneficiarios indirectos.....	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
6. OBJETIVOS	6
6. 1 Objetivo General:	6
6. 2 Objetivos Específicos:.....	6
7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	7
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO	8
8. 1 Contaminación visual.....	9
8. 2 Elementos atípicos.....	9
8. 3 Percepción visual.....	9
8. 4 Contaminación visual urbana	10
8. 5 Comercio Informal	10
8.6 Cartografía.....	10
8. 7 Mapeo territorial.....	10
8. 8 Google Earth	11
8. 9 Mapa de calor.....	11
8. 10 ARCGIS	11
8. 11 Publicidad.....	12
8.12 Publicidad Exterior.....	12
8.13 Rótulos comerciales	12
8.14 Matriz Vester.....	13
8.15 Planificación Urbana	16
8.16 Matriz de importancia	17
9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	18
10. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL	19
10.1 Investigación de campo.....	19

10.2 Investigación correlacional	19
10.3 Investigación empírica	20
11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	20
11.1 Descripción de la zona.....	20
11. 2 Identificación de Elementos Atípicos.....	22
11. 3 Clasificación de elementos atípicos	23
11. 4 Registro formato de campo-Registro fotográfico.....	24
11. 5 Registro Cartográfico	26
11.6 Registro de elementos	32
11.7 Análisis de cantidad de elementos identificados	37
11. 8 Análisis Matriz Vester.....	50
11. 9 Lista de variables y/o problemas	51
11. 10 Ingreso de información a la matriz.....	54
11. 11 Plano Cartesiano.....	55
11.12 Matriz de Importancia.....	57
11.13 Guía base	60
12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	67
12.1 Impacto social	67
13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	68
14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
14.1 Conclusiones	70
14.2 Recomendaciones.....	71
15. BIBLIOGRAFÍA.....	72
16. ANEXOS	76

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Elementos Atípicos y Códigos</i>	22
Tabla 2 <i>Registro de Elementos Atípicos del Barrio La Matriz</i>	32
Tabla 3 <i>Registro de Elementos Atípicos en el Centro Histórico</i>	33
Tabla 4 <i>Registro de Elementos Atípicos en el Sector Ignacio Flores</i>	34
Tabla 5 <i>Registro de Elementos Atípicos en el Sector Eloy Alfaro</i>	35
Tabla 6 <i>Registro de Elementos Atípicos en el Sector Juan Montalvo</i>	36
Tabla 7 <i>Variables Determinadas para ser implementada en la Matriz Vester.</i>	51
Tabla 8 <i>Clasificación y Valor de Densidad.</i>	52
Tabla 9 <i>Calles Identificadas por Densidad de Contaminación Visual y Número de Elementos Totales.</i>	53
Tabla 10 <i>Ingreso de Criterios Identificados Aplicados en la Matriz Vester</i>	55
Tabla 11 <i>Criterios de Asignación de Rangos de Atribución para la Matriz de Importancia</i>	58
Tabla 12 <i>Categorización de Valores de Impacto para la Matriz.</i>	59
Tabla 13 <i>Matriz de Importancia: Clasificación de Criterios Derivados de la Contaminación Visual.</i>	59

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Clasificación de Elementos Atípicos</i>	23
Figura 2 <i>Clasificación de Carpetas y Sub Carpetas por Barrios</i>	26
Figura 3 <i>Puntos Caóticos Localizados en el Sector La Matriz.</i>	27
Figura 4 <i>Puntos Caóticos Localizados en el Sector Centro Histórico</i>	28
Figura 5 <i>Puntos Caóticos Localizados en el Sector Ignacio Flores</i>	29
Figura 6 <i>Puntos Caóticos Localizados en el sector Eloy Alfaro.</i>	30
Figura 7 <i>Puntos Caóticos Localizados en el Sector Juan Montalvo.</i>	31
Figura 8 <i>Porcentaje de Elementos Atípicos Identificados en la Totalidad de sus Barrios</i>	37
Figura 9 <i>Porcentaje Total de Elemento Atípico “Publicidad” en los 5 Barrios Analizados.</i>	38
Figura 10 <i>Porcentaje Total del Elemento Atípico “Instalaciones” en los 5 Barrios Analizados.</i>	39
Figura 11 <i>Porcentaje Total del Elemento Atípico “Fachada” en los 5 Barrios Analizados.</i>	40
Figura 12 <i>Porcentaje Total del Elemento Atípico “Comercio” en los 5 Barrios Analizados.</i>	41
Figura 13 <i>Porcentaje Total del Elemento Atípico “Infraestructura” en los 5 Barrios Analizados.</i>	42
Figura 14 <i>Representación Individual en Porcentajes de cada Elemento Atípico Identificado en los 5 Barrios Analizados.</i>	43
Figura 15 <i>Localización Mediante Zonas de calor de la Totalidad de Elementos Atípicos en los 5 Barrios Analizados</i>	44
Figura 16 <i>Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio La Matriz.</i>	45
Figura 17 <i>Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Centro Histórico.</i>	46
Figura 18 <i>Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Ignacio Flores.</i>	47
Figura 19 <i>Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Eloy Alfaro</i>	48

Figura 20 <i>Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Juan Montalvo.</i>	49
Figura 21 <i>Árbol de Problemas con Relaciones Causales que Derivan de la Contaminación Visual y Elementos Atípicos en la Ciudad de Latacunga.</i>	50
Figura 22 <i>Plano Cartesiano Matriz Vester Aplicado el Diagnóstico de la Ciudad de Latacunga.</i>	56
Figura 23 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Publicidad Sector la Matriz.</i>	80
Figura 24 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Fachada Sector la Matriz.</i>	81
Figura 25 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Comercio Sector la Matriz</i>	82
Figura 26 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Instalaciones Sector la Matriz.</i>	83
Figura 27 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Infraestructura Sector la Matriz.</i> ...	83
Figura 28 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad Sector Centro Histórico.</i>	84
Figura 29 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada Sector Centro Histórico.</i>	85
Figura 30 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio Sector Centro Histórico.</i>	86
Figura 31 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones Sector Centro Histórico.</i>	87
Figura 32 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura Sector Centro Histórico.</i>	88
Figura 33 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del grupo Publicidad Sector Ignacio Flores.</i>	89
Figura 34 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Ignacio Flores.</i>	90
Figura 35 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio en el Sector Ignacio Flores.</i>	91
Figura 36 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones en el Sector Ignacio Flores.</i>	92
Figura 37 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura en el Sector Ignacio Flores.</i>	93
Figura 38 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad en el Sector Eloy Alfaro.</i>	94
Figura 39 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Eloy Alfaro.</i>	95
Figura 40 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio en el Sector Eloy Alfaro</i>	96
Figura 41 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones en el Sector Eloy Alfaro.</i>	97
Figura 42 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructuras en el Sector Eloy Alfaro.</i>	98
Figura 43 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad en el Sector Juan Montalvo.</i>	99
Figura 44 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Juan Montalvo.</i>	100
Figura 45 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio en el Sector Juan Montalvo.</i>	101

Figura 46 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones en el Sector Juan Montalvo</i>	102
Figura 47 <i>Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura en el Sector Juan Montalvo</i>	103

1. INFORMACIÓN GENERAL

Fecha de Inicio:

25 de octubre de 2023

Fecha de Finalización:

26 de enero de 2024

Lugar de ejecución:

Parroquia Eloy Alfaro - Cantón Latacunga - Provincia Cotopaxi - Zona 3 - Universidad Técnica de Cotopaxi

Unidad Académica que auspicia:

Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación.

Carrera que auspicia:

Licenciatura en Diseño Gráfico Computarizado.

Proyecto de investigación vinculado:

Equipo de Trabajo: Tutor: Mg. Jorge Freire

Investigador:

Lenin Chicaiza

Área de Conocimiento:

02 Artes Humanidades / 022 Diseño

Línea de Investigación:

Educación, comunicación y diseño gráfico para el desarrollo humano y social. Cultura, patrimonio y saberes ancestrales.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Diseño Gráfico aplicado a proyectos públicos y sociales sin fines de lucro

2. RESUMEN DEL PROYECTO

La propuesta se localiza en la ciudad de Latacunga y surge a partir de un análisis exhaustivo de la contaminación visual presente en los sectores comerciales de la urbe. Para abordar esta problemática se aplicó una metodología que incorpora enfoques ambientales, integrando teorías, conceptos y prácticas relacionadas con la psicología ambiental, la arquitectura, la planificación urbana y el diseño. Portella (2014).

En este contexto se evaluaron las normativas municipales de Latacunga, que regulan aspectos como: el comercio informal, la ubicación adecuada de cableado e infraestructura, así como la publicidad general por los comercios. El objetivo fue analizar el impacto de esta regulación en la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, quienes requieren el apoyo y la orientación de las autoridades.

Para llevar a cabo este estudio, se recopilados datos mediante mapeo urbano en Latacunga. Estos datos se analizaron utilizando la matriz Vester, que examina las causas efectos de la contaminación visual, así como su relación con el entorno. Además, se aplicó una matriz de priorización para evaluar variables, urgencias, clasificándolos según su impacto ambiental y social (bajo, medio o alto).

Y la tercera etapa, se elaboró una guía que recopila las normativas relacionadas con la publicidad y el manejo de elementos atípicos. Este trabajo adquiere relevancia al contribuir a preservar las zonas urbanas, alentar a las autoridades municipales sobre la problemática y, en última instancia, mejorar la calidad de vida tanto de los habitantes como de los visitantes.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Teniendo en contexto como los anuncios publicitarios han ido funcionando a lo largo de los años, su uso desmedido y sin control tienen desventajas al derivar de ello la contaminación visual, misma que, afecta la calidad de vida de los moradores y transeúntes en sus diferentes actividades rutinarias. En la ciudad de Latacunga, “En la ciudad de Latacunga, es visible la contaminación visual, puesto que, la demanda de publicidad y el manejo de elementos atípicos en abundantes como: el cableado eléctrico, pantallas led entre otras” (Jiménez, 2015, p. 17). Es por ello que se propone e induce a la población a respetar las normativas que regulan el uso desmedido de la publicidad comercial en espacios públicos y turísticos de la ciudad, como también el correcto manejo de elementos atípicos. Elementos que se han ido normalizando al constructo visual y social de la ciudad, derivando de ello un caos visual y urbanístico. “La contaminación visual puede ser todo aquello que desentona con el resto del paisaje, los elementos molestos, la alteración del ambiente por componentes que contrastan de forma negativa” (Méndez, 2013, pág. 52).

Esta realidad que afrontan los municipios en las ciudades emergentes pone en el punto de mira la capacidad, la decisión y el entusiasmo con el que se puede controlar el desorden visual provocado por los comercios. Latacunga no es la excepción del incumplimiento u omisión de las normativas, debido a la falta de conocimiento o control por parte de las autoridades. En este contexto, la recuperación del centro histórico de Latacunga y su descontaminación visual, surge como una prioridad, puesto que su impacto es crucial para mejorar calidad de vida de los transeúntes con el fin de que los paseos por sus calles sean mucho más apreciados y comercialmente más eficientes. Puesto que “La ciudad es el objeto o instrumento por medio de la cual la modernidad se reproduce. Es sinónimo de civilización, por medio de una voluntad social hacia la modernidad las urbes latinoamericanas producen cambios estructurales con destino a la modernización” (Gorelik, 2003, p. 15).

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1 Beneficiarios Directos

Son habitantes de Latacunga entre ellos por supuesto los comerciantes de los sectores comerciales.
Hombres
82 301
Mujeres
88 188
TOTAL 170 489

4.2 Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos del proyecto de investigación son los turistas que transitan por la ciudad, siendo 479,174 aproximadamente, como también los residentes del cantón Latacunga, los cuales conforman 5 barrios, para ello nos enfocaremos principalmente en las calles comerciales de dichos sectores.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El efecto de la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos provenientes del sector comercial en la ciudad de Latacunga.

La contaminación visual, según Fuentes y Arguello, (2015), se refiere a alteraciones o desequilibrios en el paisaje, ya sea de origen natural o artificial, que impactan las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos. De acuerdo con Gallotti (2019), las consecuencias de la contaminación visual incluyen cambios en el paisaje, trastornos del sueño, estrés, impacto en la salud de las personas y alteraciones en el sistema nervioso central. Según Gómez, (2013) en Latinoamérica, la contaminación visual presenta desafíos adicionales. En los espacios públicos, se encuentran múltiples elementos que generan impactos visuales negativos, más allá de lo que se observa en países desarrollados. Estos

elementos incluyen el cableado aéreo, los grafitis y la inadecuada disposición de la basura. En contraste, en países desarrollados, una gestión adecuada ha permitido sustituir o mitigar algunos de estos problemas (p.17).

El desarrollo urbanístico en las ciudades latinoamericanas es latente como también los negocios formales e informales, mismos que, promocionan sus negocios o productos muchas de las veces sin tan siquiera conocer las normativas o regulaciones de las ciudades con respecto a las publicidades exteriores. Varias ciudades han tomado la iniciativa de regular la contaminación visual mediante normativas. Uno de los ejemplos más destacados, que ha servido como modelo para otras ciudades en todo el mundo, es el caso de Sao Paulo en Brasil. En 2006, esta ciudad aprobó la ley “Ciudad Limpia”, que prohíbe la publicidad exterior. Esta medida ha contado con el respaldo mayoritario de la sociedad (Kassab, 2006).

Esta investigación actual resulta beneficiosa para los habitantes de Latacunga, ya que facilitará la orientación y la concienciación acerca del empleo de elementos inusuales y la publicidad en las áreas exteriores de los negocios. Por lo que para Rivera (2013) el concepto de “elemento atípico” se origina al observar visualmente, a nivel peatonal, objetos en el entorno urbano que no forman parte de su diseño original. Estos objetos, debido a sus características estéticas, como su cantidad, ubicación, deterioro o falta de mantenimiento, impactan negativamente el espacio público (p. 88). Los elementos atípicos, son muy distinguidos, ya que en distintos edificios se puede observar un bajo interés del mantenimiento de las paredes antes de colocar los rótulos, como también la ubicación adecuada para una mejor estética visual.

En el centro de la ciudad de Latacunga existe una variedad de negocios que aplican la publicidad a través de letreros, gigantografías, rótulos, afiches, posters, publicidad 3D, siendo así que, se nota el deterioro de las infraestructuras, diseños ilegibles y así provocando un desorden publicitario masivo en la zona urbana del sector. La contaminación visual afecta a los países latinoamericanos masivamente puesto que sus economías se encuentran en vías de desarrollo, siendo este el detonante para que el comercio informal o los negocios quieran promocionarse de manera inadecuada y masiva en los centros de comercio en las principales ciudades.

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo General:

Examinar la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial en la ciudad de Latacunga.

6.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las zonas urbanas más caóticas por la contaminación visual y elementos atípicos en la ciudad de Latacunga.
- Analizar las zonas más caóticas por contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial en la ciudad de Latacunga.
- Formular un plan base para el manejo de la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial de la ciudad de Latacunga.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Objetivo	Actividad	Resultado	Medio de verificación (Técnica e instrumento)
Determinar las zonas urbanas más caóticas por la contaminación visual y elementos atípicos	Mapeo de las zonas comerciales caotizadas de publicidad en la ciudad de Latacunga.	Obtención de los resultados del tipo de publicidad que emplean.	Técnica: Investigación de campo Instrumento: Ficha de observación
Analizar las zonas más caóticas de contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial en la ciudad de Latacunga.	Análisis de las variables que configuran la contaminación visual en la ciudad de Latacunga, mediante una matriz Vester.	Interpretación de elementos que contribuyen a la contaminación visual en el sector comercial de Latacunga	Técnica: Investigación correlacional. Instrumento: Ficha de análisis
Formular un plan base para el manejo de la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial de la ciudad de Latacunga	Proposición del manejo estético de la publicidad tomando en cuenta la contaminación visual y los elementos atípicos	Diseño de un plan base para el manejo de la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial de la ciudad de Latacunga.	Técnica: Planificación de proyectos Instrumento: plan base del correcto uso de elementos atípicos

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

Entre los tipos de contaminación más particulares dentro de una ciudad y que acrecientan el ruido visual urbano en crecimiento está la contaminación lumínica, sonora y visual. Según (Velandia, 2013) “La preocupación de los residentes por la estética de sus ciudades queda demostrada, entre otras cosas, por leyes estrictas y movimientos independientes contra la publicidad intrusiva, como la (Asociación de Resistencia contra la Agresión Publicitaria) en Francia” (p. 13). En consecuencia, el problema de investigación que abordaremos se centra en la contaminación visual y los elementos atípicos en el sector comercial de la ciudad de Latacunga. Para investigar este fenómeno, emplearemos una metodología cualitativa que nos permitirá comprender profundamente su impacto en el entorno natural. Iniciamos nuestro estudio formulando una pregunta de investigación específica, seleccionando un tamaño de muestra y mapeando la zona utilizando la herramienta Google Earth. Posteriormente, aplicaremos matrices para deducir, analizar y comprender la relación e intensidad de los efectos causados por la contaminación visual.

Como investigaciones externas a la Universidad Técnica de Cotopaxi se encuentra Valbuena (2019), con su tema de investigación: El análisis de la contaminación visual en el entorno urbano del municipio de El Colegio se basa en la identificación de elementos atípicos presentes en los espacios públicos. El objetivo general es establecer los componentes necesarios para un estudio diagnóstico de la contaminación visual relacionada con estos elementos. Esto se logrará evaluando su impacto actual y utilizando esta información como base para proponer alternativas de manejo en la zona urbana del municipio.

También es relevante mencionar el trabajo de Marrero (2008) sobre “La producción del espacio público: fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano”. En este estudio, se exploran tres conceptos interrelacionados: lo urbano, la ciudad y el espacio público. De la misma manera Lefebvre (2008), trata el espacio como: una producción social, llevada a cabo en este caso entre desconocidos y basada en interacciones efímeras. Fue valioso comprender cómo funciona la producción del espacio público, lo urbano y la ciudad para de esta manera comprender y aplicar este conocimiento para la examinación de la contaminación visual en la ciudad de Latacunga

8.1 Contaminación visual

Según Rodríguez (2008), al igual que para muchos, la contaminación visual surge debido a la falta de organización. Además, se argumenta que abordar este problema en las ciudades en desarrollo es crucial para encontrar soluciones. La contaminación visual se refiere al uso excesivo de elementos que no forman parte de la estructura arquitectónica de la ciudad. Estos elementos, en lugar de contribuir a la estética, alteran los valores visuales y la imagen del paisaje urbano. Además, provocan una saturación visual agresiva, afectando simultáneamente diversos espacios de la ciudad (p.212).

8.2 Elementos atípicos

Según Rivera (2013) el concepto de “elemento atípico” se origina al observar visualmente, a nivel peatonal, objetos en el entorno urbano que no forman parte de su diseño original. Estos objetos, debido a sus características estéticas, como su cantidad, ubicación, deterioro o falta de mantenimiento, impactan negativamente el espacio público. Esta afectación se manifiesta en fachadas saturadas de avisos comerciales no autorizados, superficies deterioradas y sucias, cableados instalados sin consideración estética o técnica, y antenas de telecomunicaciones en las cubiertas de los edificios. (p 88)

8.3 Percepción visual

En su obra “El pensamiento visual”, Arnheim (1985) afirma que, todo pensamiento, no solo aquel relacionado con el arte o experiencias visuales, tienen una base fundamentalmente perceptual. Además, rechaza la antigua dicotomía entre visión y pensamiento, así como entre percepción y razonamiento, considerándola engañosamente falsa. El autor también sostiene que inicialmente percibimos la totalidad de una imagen, y solo después nos enfocamos en sus detalles. Esta segunda etapa ocurre cuando comprendemos el esquema organizativo de la imagen, identificando las áreas de mayor interés y los principios estructurales y de fuerza que determinan su equilibrio visual.

8.4 Contaminación visual urbana

La complejidad visual, tal como lo describe Ardohain (2001), es un proceso dinámico que fluctúa entre el desorden y la monotonía perceptual. Cuando una imagen supera la capacidad de asimilación del cerebro, se desencadena un estrés visual. En ese punto, el panorama perceptual se vuelve caótico, dificultando la lectura ordenada del paisaje. Si la riqueza de la imagen no proporciona suficiente información, la atención disminuye y los reflejos se embotan.

8.5 Comercio Informal

De acuerdo con la Conferencia Internacional de Estadísticas de Trabajo (CIET) en 2019, el sector informal está formado por unidades que se dedican a producir bienes o servicios con el propósito fundamental de crear empleo e ingresos para las personas involucradas en esas actividades. Además, este sector incluye empresas que no están legalmente constituidas como sociedades de capital y no tienen una entidad jurídica independiente de sus propietarios (p. 7)

8.6 Cartografía

Según Fallas (2003), la cartografía ha tenido un papel crucial a lo largo de la historia de la humanidad. En otras palabras, un mapa es una representación gráfica a escala reducida de una parte de la superficie terrestre, mostrando solo ciertos rasgos o características de la realidad (p. 1).

8.7 Mapeo territorial

Según Melgar (2009), el mapeo territorial es una herramienta que permite representar gráficamente y describir las interacciones entre diversos actores sociales en un contexto espacial y temporal específico. Su objetivo es identificar a los actores clave en un territorio, así como sus relaciones y su conexión con dicho territorio. Esta herramienta resulta valiosa para la planificación territorial, ya que permite reconocer los recursos y necesidades del área, así como las oportunidades y desafíos que presenta. Además, el mapeo territorial es un

proceso participativo que involucra a la comunidad local en la planificación, lo que mejora la efectividad de las políticas y proyectos territoriales.

8. 8 Google Earth

Ortega (2010) describe el uso de un entorno de globo virtual que permite visualizar diversas cartografías basadas en fotografías satelitales. Este entorno te permite desplazarte a cualquier lugar de la Tierra para ver imágenes de satélite, mapas, relieve y edificios en 3D. Además, puedes explorar galaxias y recorrer contenido geográfico variado, guardar los lugares que visites y compartirlos con otros.

8. 9 Mapa de calor

Un mapa de calor es, según Castillo (2023), una manera gráfica de presentar datos usando el color para señalar la densidad o intensidad de un fenómeno en un espacio bidimensional. Esta técnica personifica el estudio de áreas con mucha o poca información, lo que facilita la identificación de patrones, tendencias y anomalías en los datos. Los mapas de calor son muy prácticos cuando se tratan conjuntos de datos grandes y complejos, ya que proveen una visualización intuitiva que facilita la toma de decisiones y el descubrimiento de áreas de interés.

8. 10 ARCGIS

Según Bermejo (2014), la tecnología central en los Sistemas de Información Geográfica (SIG) va más allá de la simple creación de mapas. En realidad, constituye una infraestructura que facilita la colaboración y el intercambio de información geográfica. Esta tecnología procesa datos espaciales y se aplica a un conjunto diverso de aplicaciones interrelacionadas, todas destinadas al manejo y tratamiento de la información geográfica.

8.11 Publicidad

Según Kotler y Armstrong (2012), la publicidad se considera una de las herramientas más influyentes en el campo del marketing, especialmente en lo que respecta a la promoción. En otras palabras, la publicidad es cualquier forma de representación y promoción pagada, que no se dirige de manera personal, y que tiene como objetivo difundir ideas, productos o servicios, todo ello respaldado por un patrocinador identificado (p. 436).

8.12 Publicidad Exterior

Según Torrez y Muñoz (2006), la publicidad exterior es una de las estrategias publicitarias más empleadas por las marcas para dar a conocer sus productos, reforzar su recuerdo en la mente del público y motivar la compra. Aunque a veces se subestima en comparación con la publicidad televisiva, ha ganado influencia significativa en las decisiones de compra de los consumidores en un corto período de tiempo. Así también, “el medio exterior está constituido por un amplio conjunto de soportes que poseen la característica común de hallarse instalados en el exterior, en la calle, de tal modo que salen al encuentro de su audiencia una vez que ésta ha abandonado el ámbito de lo privado y se introduce en las áreas de dominio y uso público como: calles, vías de comunicación, vehículos e instalaciones de transporte público, recintos deportivos, etc” (Pacheco, 2000, p. 189).

8.13 Rótulos comerciales

Según Cogollos van der Linden (2011), los rótulos publicitarios cumplen la función de informarnos sobre las actividades de los diferentes establecimientos comerciales en nuestro entorno. Además, constituyen un área de estudio.

“Los rótulos forman parte del tejido ambiental de la ciudad y su importancia radica en que nos son impuestos, incluso mucho tiempo después de haber cumplido su función primordial. Es común que persistan tras el cierre del negocio (el anuncio sobrevive al anunciante) y, a pesar de haber perdido su sentido como mensajes comerciales, su presencia gráfica sigue formando parte de la trama visual de la ciudad” (p. 2).

8.14 Matriz Vester

Según Betancourt (2016), la matriz de Vester nos permite identificar las causas y efectos de una situación problemática. Esta matriz se compone de filas y columnas, mostrando tanto horizontalmente (filas) como verticalmente (columnas) las posibles causas (variables) de dicha situación. Además, es frecuentemente utilizada para analizar la complejidad de los problemas relacionados con la función, estructura, información y comportamiento dentro de un sistema.

Criterios a analizar en la matriz Vester:

- **Contaminación visual urbana generada por la presencia de elementos atípicos.**

La ciudad de Latacunga ha sufrido una transformación muy grande con respecto a la cantidad de comercios que se han instalado y han crecido, pero de ello ha derivado el manejo excesivo e invasivo de elementos atípicos, mismos que, alteran la estética de la ciudad y su paisaje urbano, generando una sobre estimulación visual e invasiva.

Generación de comercio

La actividad comercial desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico de la ciudad al convertirse en una de las principales fuentes de ingresos. Para promover sus bienes y servicios, el comercio utiliza diversos elementos y herramientas. Sin embargo, el uso inadecuado de estos elementos puede generar una significativa contaminación visual y afectar negativamente el espacio público urbano

- **Publicidad Informal**

La publicidad informal abarca los mensajes comunicativos que se encuentran en lugares públicos, como postes, paredes y paradas de autobuses. Debido a la falta de control o regulación, esta publicidad puede convertirse en contaminación visual. Según Careri (2009), la publicidad informal actúa de manera nómada, desplazándose cada vez que el poder intenta imponer un nuevo orden.

- **Densidad**

Para Pérez “La densidad es la cualidad de lo denso o la acumulación de gran cantidad de elementos individuales en un espacio determinado” (2023). Se realizó el análisis de la densidad de elementos atípicos tomando como referencia el criterio de densidad de información visual expuesto por Gómez (2010) para determinar la saturación del espacio urbano por elementos atípicos. El criterio se compone de tres clases de densidad (baja, media y alta) en donde se calcula la cantidad de elementos atípicos entre una distancia.

Ubicación de elementos atípicos

En muchos de los puntos identificados de las zonas comerciales de la ciudad los elementos atípicos masivo caotizan la ciudad, para Valbuena como para otros “la presencia masiva y recurrente de elementos atípicos trae repercusiones en el comportamiento de la persona, elementos que al no contar con ubicaciones estratégicas, como resultado se obtiene sobresaturación visual” (2019)

- **Mantenimiento**

El mantenimiento es primordial en una urbe puesto que cobra una importancia comercial, estética y crea ambientes seguros. Un mantenimiento adecuado y constante de una ciudad es garantía de un ambiente funcional y comercialmente productivo.

- **Ausencia de control**

La administración municipal debe tomar medidas para abordar el caos causado por la contaminación visual en la ciudad. A pesar de ello, actualmente no se exige el cumplimiento de las normas ni se ejecutan controles efectivos para contrarrestar el desorden urbanístico y la contaminación visual generalizada. Es fundamental que las autoridades tomen acciones para preservar la estética y la calidad del espacio público en beneficio de los ciudadanos

- **Políticas Públicas**

Según Guillaume (2015) las políticas públicas son acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para la atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde

participa la ciudadanía en la definición de problemas y soluciones.

- **Sensibilización ambiental**

Proceso que pretende formar y crear conciencia de su entorno a todos los seres humanos, generando responsabilidad sobre su uso y mantenimiento; buscando que la sociedad aprenda a interpretar y analizar su relación con la naturaleza, siendo conscientes de que el entorno natural tiene una capacidad limitada de regeneración (Rengifo, Quitiaquez & Mora, 2012).

- **Calidad de vida**

Comprender los diversos niveles de calidad de vida que pueden visualizar las demandas biológicas, económicas, sociales y psicológicas en forma individual hasta el nivel comunitario. Es así que: “la calidad de vida reúne elementos objetivos y subjetivos del bienestar social que están fundados en la experiencia ya sea individual y comunitario dentro de la vida social” (Galván, 2023)

- **Disminución de calidad del turismo**

Para Garrido (2020), el turismo aporta cerca de 700 millones de dólares anuales, divisas frescas que llegan al Estado por medio de impuestos y tasas, pero también de manera directa a la empresa privada, a los medianos y pequeños comerciantes y prestadores de servicios, principales actores del turismo en Ecuador.

- **Riesgo de accidentes vial y peatonal**

Valbuena (2019), manifiesta que la existencia de objetos en el entorno urbano puede dar lugar a una serie de peligros para los peatones al interrumpir su camino. Estos peligros incluyen tropiezos, colisiones e incluso la distracción de los conductores, lo que podría llevarlos a perder el control de sus vehículos.

- **Invasión del espacio público**

“Dans (2019), argumenta que las calles, como espacios públicos, deberían ser lugares donde tengamos el derecho a no ser constantemente acosados por la publicidad. Es decir, la invasión publicitaria en estos espacios debería ser cuestionada y regulada

8.15 Planificación Urbana

“La planificación urbana surge como ese proceso de descripción, análisis y evaluación de las condiciones de funcionamiento de las ciudades para poder generar propuestas de diseño y formular proyectos que permitan regular la dinámica urbana y ambiental de toda la ciudad y atender las anomalías existentes entre sus condiciones del desarrollo económico, social y espacial” (Real Academia Española, 2001 p. 7)

8.16 Matriz de importancia

Según Pérez (2018), la matriz de impacto ambiental es una herramienta que permite evaluar los efectos de un proyecto sobre el medio ambiente. Para ello, se utilizan una serie de indicadores que se definen a continuación:

MATRIZ DE IMPORTANCIA

<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">± = NATURALEZA DEL IMPACTO.</div> <p>La naturaleza de un impacto se refiere a si es negativo o positivo, es decir, si el impacto es dañino o beneficioso. Para determinar la naturaleza de un impacto dentro de la matriz, se asigne un símbolo. (+) si el impacto es positivo o beneficioso (-) si el impacto es negativo o dañino</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">I = IMPORTANCIA DEL IMPACTO</div> <p>La Importancia (I) de un impacto se determina mediante la siguiente ecuación: $I = \pm(3IN + 2EX + DU + RV + SI + AC + PR)$ Donde: IN= es el valor correspondiente a la Intensidad del impacto. EX= representa el valor numérico de cuán extendido está el impacto. DU= es el valor numérico que indica la Duración del impacto. RV= es el valor numérico que refleja la Reversibilidad del impacto. SI= es el valor numérico que mide la Sinergia del impacto. AC= es el valor numérico que cuantifica la Acumulación del impacto. PR= es el valor numérico que estima la Probabilidad de ocurrencia del impacto.</p>
<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">I = INTENSIDAD O GRADO PROBABLE DE DESTRUCCIÓN</div> <p>Este término se refiere al grado de incidencia de la acción sobre el factor, en el ámbito específico en el que actúa. El baremo de valoración estará comprendido entre 1 y 12, en el que 12 expresará una destrucción total del factor en el área en la que se produce el efecto y el 1 una afección mínima. (Pérez, 2018, p. 24)</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">MO = MOMENTO O TIEMPO ENTRE LA ACCIÓN Y LA APARICIÓN DEL IMPACTO</div> <p>El plazo de manifestación del impacto alude al tiempo que transcurre entre la aparición de la acción (t0) y el comienzo del efecto (t1) sobre el factor del medio considerado. (Pérez, 2018, p. 26).</p>
<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">EX = EXTENSIÓN O ÁREA DE INFLUENCIA DEL IMPACTO</div> <p>Se refiere al área de influencia teórica del impacto en relación con el entorno del Proyecto dividido el porcentaje del área, respecto al entorno, en que se manifiesta el efecto. (Pérez, 2018, p. 25)</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">RV = REVERSIBILIDAD</div> <p>Se refiere a la posibilidad de reconstrucción del factor afectado por el Proyecto, es decir, la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la acción, por medios naturales, una vez que aquella deja de actuar sobre el medio. (Pérez, 2018, p. 26).</p>
<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">PE = PERSISTENCIA O PERMANENCIA DEL EFECTO PROVOCADO POR EL IMPACTO</div> <p>Se refiere al tiempo que permanecería el efecto desde su aparición y a partir del cual el factor afectado retornaría a las condiciones iniciales previas a la acción por medios naturales o mediante la introducción de medidas correctoras. (Pérez, 2018, p. 27)</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">SI = SINERGIA O REFORZAMIENTO DE DOS O MÁS EFECTOS SIMPLES</div> <p>Según el autor, un impacto se considera sinérgico si puede dar lugar a otros impactos indirectos. La sinergia se clasifica como simple cuando no hay efectos secundarios derivados, es decir, cuando no se producen efectos colaterales. Sin sinergismo: No se observan efectos sinérgicos resultantes de acciones simultáneas sobre un factor ambiental. Sinérgico: Se presenten efectos sinérgicos moderados debido a acciones simultáneas sobre un factor ambiental. Muy sinérgico: Se evidencia un aumento o significativo del efecto sinérgico de acciones simultáneas sobre un factor ambiental específico.</p>
<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">AC = ACUMULACIÓN O EFECTO DE INCREMENTO PROGRESIVO</div> <p>Este atributo se refiere a cómo el efecto se manifiesta de manera progresiva cuando la acción que lo genera persiste de manera continua o repetida. Simple: La acción no tiene efectos que se acumulen con el tiempo. Acumulativo: La acción tiene efectos que se acumulan con el tiempo.</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">PR = PERIODICIDAD</div> <p>Este atributo se refiere a cuán regularmente se manifiesta el efecto. Irregular o no periódico o discontinuo: El efecto es impredecible y no sigue un patrón fijo en el tiempo. Periódico: Los efectos ocurren de manera cíclica o recurrente, siguiendo un patrón regular. Continuo: Los efectos son constantes y se mantienen de manera continua en el tiempo.</p>
<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">EF = EFECTO (TIPO DIRECTO O INDIRECTO)</div> <p>Este atributo se refiere a cómo se manifiesta el efecto de una acción sobre un factor, es decir, a la relación causa-efecto. Directo: El impacto de la acción es una consecuencia directa de la misma. Indirecto: El impacto no es una consecuencia directa de la acción.</p>	<div style="background-color: orange; color: white; text-align: center; padding: 2px;">MC = RECUPERABILIDAD O GRADO POSIBLE DE RECONSTRUCCIÓN POR MEDIOS HUMANOS</div> <p>Se refiere a la posibilidad de reconstrucción, total o parcial, del factor afectado como consecuencia del Proyecto, es decir la posibilidad de retornar a las condiciones iniciales previas a la actuación, por medio de la intervención humana (introducción de medidas correctoras). (Pérez, 2018, p. 29)</p>

9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

¿Cómo la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos afectan al sector comercial en la ciudad de Latacunga?

Para Lascano, A., Salazar, J. y Figueroa, D, Latacunga, ubicada en el centro de Ecuador, desempeña un papel crucial como centro administrativo, económico, financiero y comercial. Las habilidades manuales de sus habitantes, junto con las actividades comerciales, ganaderas, industriales y agrícolas, convierten a este territorio en un lugar privilegiado para la demanda comercial. En las calles, los vendedores anuncian sus productos y los comercios promocionan sus negocios.” (p.16). Y no siempre de manera acertada, es por ello que se plantea realizar un diagnóstico de los lugares más caotizados y el nivel de contaminación visual provocada por los comercios. Según Lobeto (1998), en Latinoamérica, la contaminación visual es un problema significativo. La publicidad, tanto de origen público como privado, satura las ciudades con información irrelevante, afectando la vida diaria de los ciudadanos y de todos los seres que interactúan con el entorno.

En cuanto a los elementos atípicos, son elementos que se distinguen del entorno, siendo ese el motivo principal por el que se les valora como una distracción visual.

Según Rivera (2018), los elementos en el espacio urbano que no forman parte de su estructura original y que, desde una perspectiva estética, debido a su cantidad, ubicación, deterioro o falta de mantenimiento, generan una presencia que impacta negativamente en el espacio público. (p. 88). Según Goleman (1995), cuando una imagen contiene más información de la que el cerebro puede procesar, se genera una especie de estrés visual. Esto provoca que la percepción del panorama se vuelva caótica y dificulta la lectura ordenada del paisaje. Además Ardohain (2016) sostiene que cuando la riqueza de una imagen no proporciona suficiente información, la atención hacia ella disminuye y los reflejos se vuelven menos agudos.

10. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1 Investigación de campo

Muñoz (2002, p. 13) define a la investigación de campo como un método en el cual los investigadores o pensadores, aplican de modo consciente algunos métodos para la recolección de información, analizarla, tratarla e interpretarlo según el contexto social en el cual se aplica, Así mismo para Lupton (2011) la investigación de campo es un punto esencial para los proyectos de investigación, pues exige una limitación específica de una ubicación. El reconocimiento de las zonas de Latacunga, se lo hizo mediante recorridos, mismos que permitieron precisar y establecer las características presentes en los sectores de la Matriz, Centro Histórico, Ignacio Flores, Eloy Alfaro y San Sebastián. Identificando en ellas una gran cantidad de actividad económica comercial con establecimientos como restaurantes, bares, heladerías, panaderías, carnicerías, comercios de artículos de tecnología, comercios informales, papelerías, tiendas de instrumentos musicales, ferreterías, tiendas de repuestos de automóviles, farmacias, comercios de calzado y ropa principalmente

10.2 Investigación correlacional

Según Galindo (2018), las investigaciones correlacionales tienen como objetivo visualizar las relaciones o vínculos entre diferentes fenómenos. Estas investigaciones buscan evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables. De la misma manera, Según Cancela (2010), los estudios correlacionales se centran en describir o aclarar las relaciones entre las variables más significativas. Estos estudios utilizan coeficientes de correlación, que son indicadores matemáticos que proporcionan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre las variables Se empleó para evaluar el comportamiento de dos variables relacionadas. Para ello se ingresó criterios en Matriz Vester, misma que evalúa y clasifica el comportamiento una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada.

10.3 Investigación empírica

Para poder diagnosticar y analizar la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial en la ciudad de Latacunga se empleó la metodología empírica desarrollada por Portella misma que fue publicada en el año de 2014, en su libro titulado “Visual pollution: advertising, signage and environmental quality”. Se la empleó para poder obtener datos del comportamiento de la ciudad de Latacunga, mediante mapeo, seguido de un análisis y finalmente para la presentación mediante un plan base, en el que constan las normativas ya existentes que regulan el uso de la publicidad, identidad gráfica en la fachada, el organizado manejo del espacio público e instalaciones.

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

11.1 Descripción de la zona

Las zonas urbanas donde se desarrolla la propuesta de análisis consta de un perímetro de 11,63 km equivalente a 116300 hectáreas (corresponde a 16.01% de la extensión del municipio en su totalidad). Se organizan en 5 barrios que conforman el análisis los cuales se citan a continuación:

La Matriz: Av. Amazonas, calle Antonio Vela, puente cinco de junio y la plaza el Salto.

El Centro Histórico: Calle Félix Valencia, Juan Abel Echeverría, calle Guayaquil, calle Padre Salcedo, calles Gnrl, Maldonado, calle Tarqui, calle Hermanas Páez, Marquez de Maenza, calle Quito y calle Napo.

Ignacio Flores: Calle Quijano y Ordoñez y Av. Unidad Nacional, Av. Atahualpa, calle Carihuayrazo.

Eloy Alfaro (San Felipe): Eloy Alfaro, calles: Vía la Maná Pujilí, Av. Marco Subia, Av. Eloy Alfaro Av. Simón Rodríguez, calle Canadá, Av. Iberoamericana.

Juan Montalvo (San Sebastián): Juan Montalvo, calle. Juan Abel Echeverria, Calle Josefa Calixto, Calle Isla San Bartolomé, Calle Isla Seimur, calles Napo, Av. Ote, calle Hermanas Paez, Av. Roosevelt.

11.2 Identificación de Elementos Atípicos

A continuación se enlistan los mismos y el código por el cual se les va a identificar en el presente análisis.

Tabla 1

Elementos Atípicos y Códigos

Nº	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO
1	Publicidad sobre fachada	PSF
2	Aviso separado de fachada	ASF
3	Poste con avisos	PCA
4	Pavimento vehicular deteriorado	PVD
5	Cerramiento provisional de obra	CPO
6	Paradas deterioradas	PD
7	Cableado aéreo saturado	CAS
8	Antenas	AN
9	Invasión espacio público	IEP
10	Venta Informal	VI
11	Dibujos no autorizados sobre superficie de la fachada	DNA
12	Fachada total o parcialmente saturada por avisos	FSA
13	Fachada sin mantenimiento	FSM
14	Fachada total o parcialmente cubierta por artículos	FCA

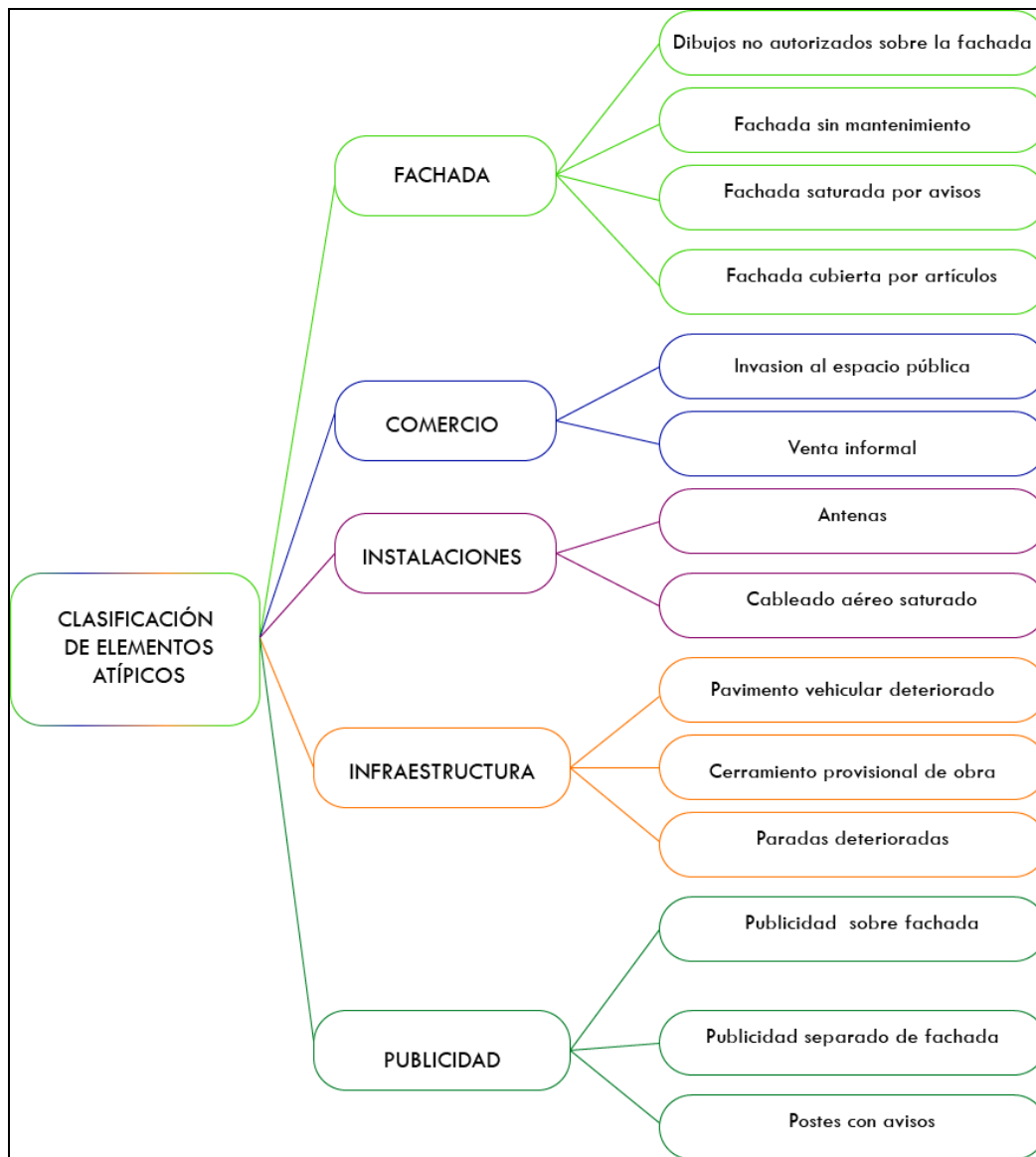
Nota: Esta tabla identifica los elementos atípicos y sus código designados

11.3 Clasificación de elementos atípicos

Fueron 14 los elementos que se detallaron en las zonas de cada barrio urbano de la ciudad de Latacunga, se agrupan en diferentes categorías con base a su compatibilidad a continuación se presenta su respectiva clasificación:

Figura 1

Clasificación de Elementos Atípicos



Nota: El gráfico muestra la clasificación de los elementos atípicos y sus subderivaciones individuales

11.4 Registro formato de campo-Registro fotográfico

Los registros fotográficos se los realizó desde la perspectiva de una persona al caminar sobre la acera y evidenciar la afectación visual. Además se buscó que cada fotografía tenga el mayor número de elementos atípicos posibles. Fueron realizados 8 registros fotograficos, por cada barrio, pudiendo de esta manera visualizar en cada fotografía un promedio de 4 elementos atípicos.

Formato de Campo- Registro Fotográfico



Sector Eloy Alfaro



Sector La Matriz



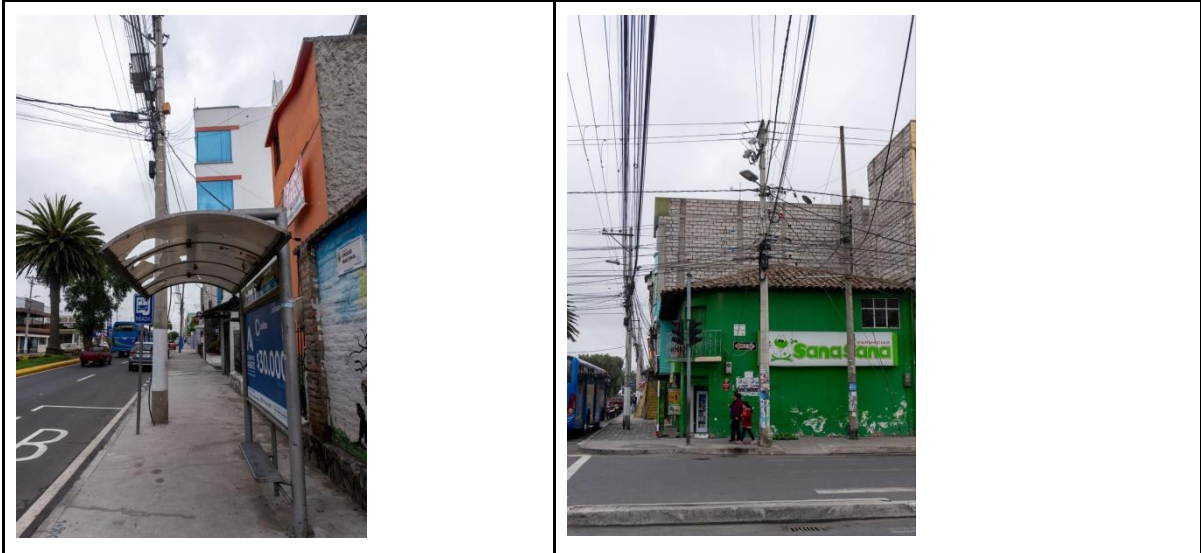
Sector Centro Histórico



Sector Juan Montalvo



Sector Ignacio Flores

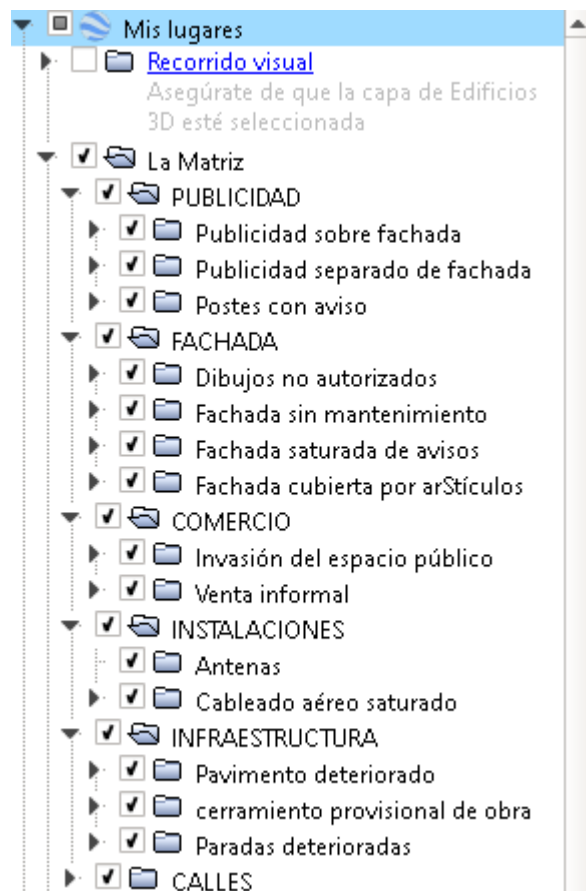


11.5 Registro Cartográfico

Para proseguir con el registro cartográfico, se empleó la herramienta “Google Earth”, a través de la cual fue posible la ubicación de 2.567 puntos de caotización visual, correspondientes a elementos atípicos identificados en las diferentes zonas de estudio.

Figura 2

Clasificación de Carpetas y Sub Carpetas por Barrios

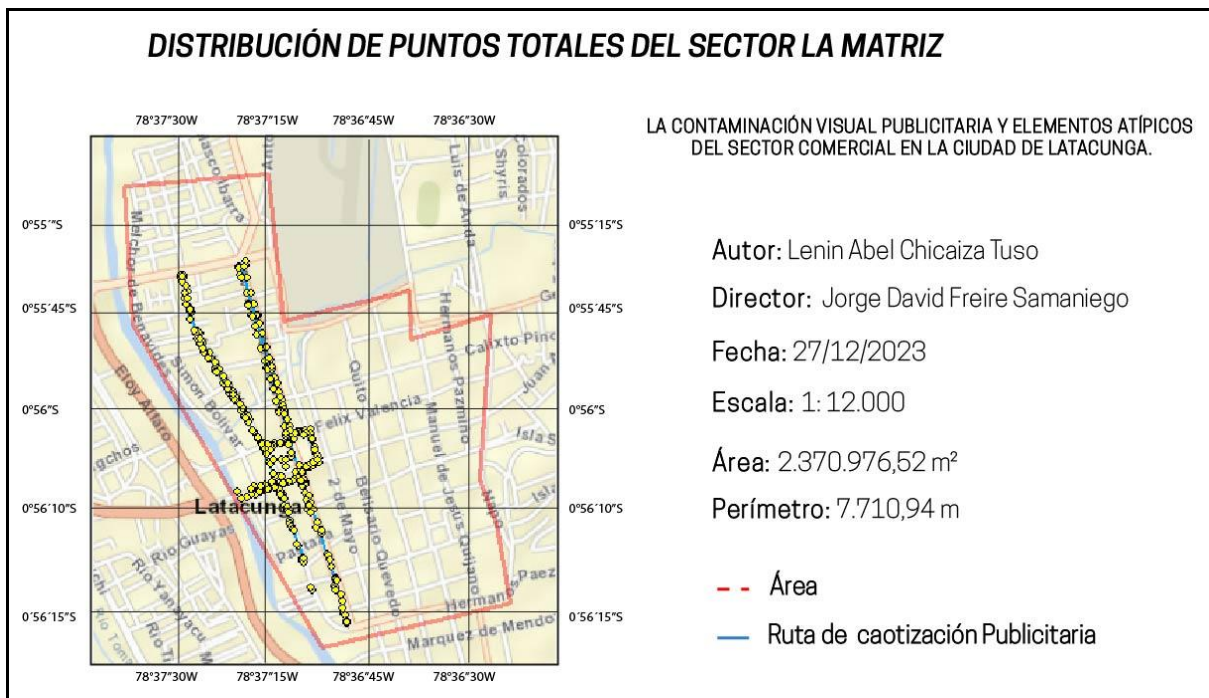


Nota: carpetas por grupos de barrios y por consiguiente subcarpetas correspondientes a los elementos atípicos

Consecuente a esto, toda la información desarrollada en google Earth Pro, fue sacada para ser implementada en ArcMap, donde se desarrollan mapas que nos permiten visibilizar las calles con mayor concentración. La figura 3, 4, 5, 6,7

Figura 3

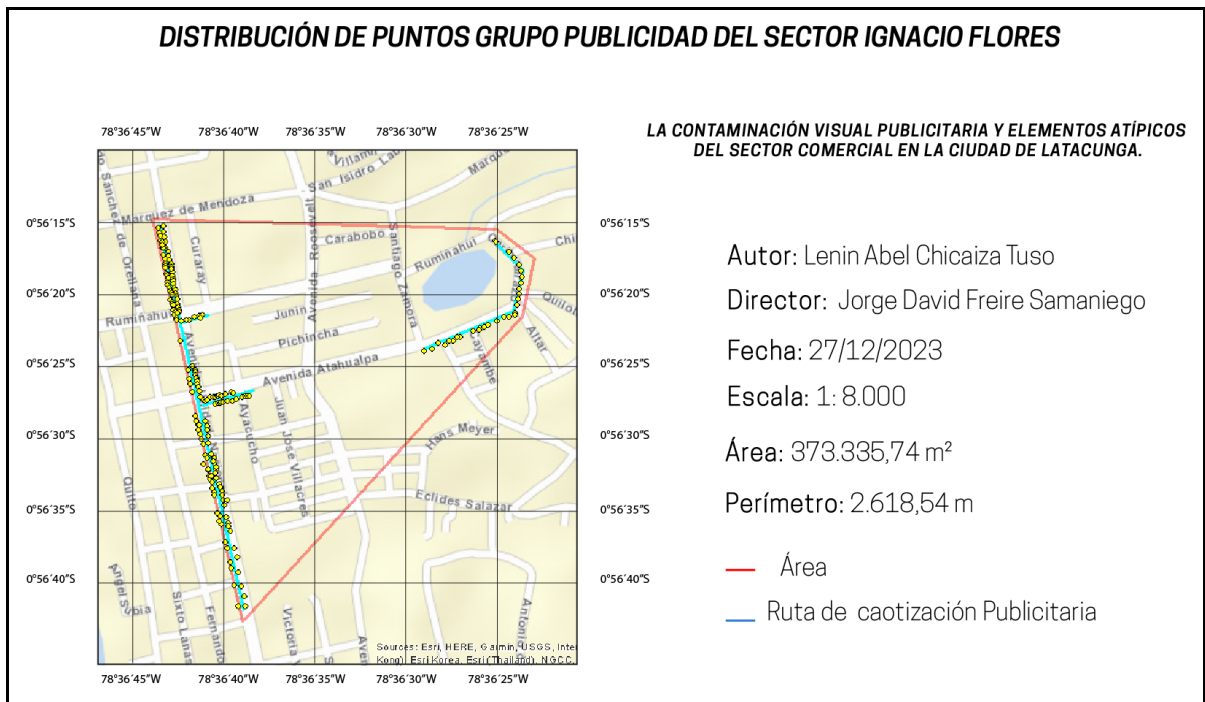
Puntos Caóticos Localizados en el Sector La Matriz.



Nota: los puntos de concentración se hallan en las calles: Av. Amazonas, calle Antonio Vela, puente cinco de junio y la plaza el Salto.

Figura 4*Puntos Caóticos Localizados en el Sector Centro Histórico*

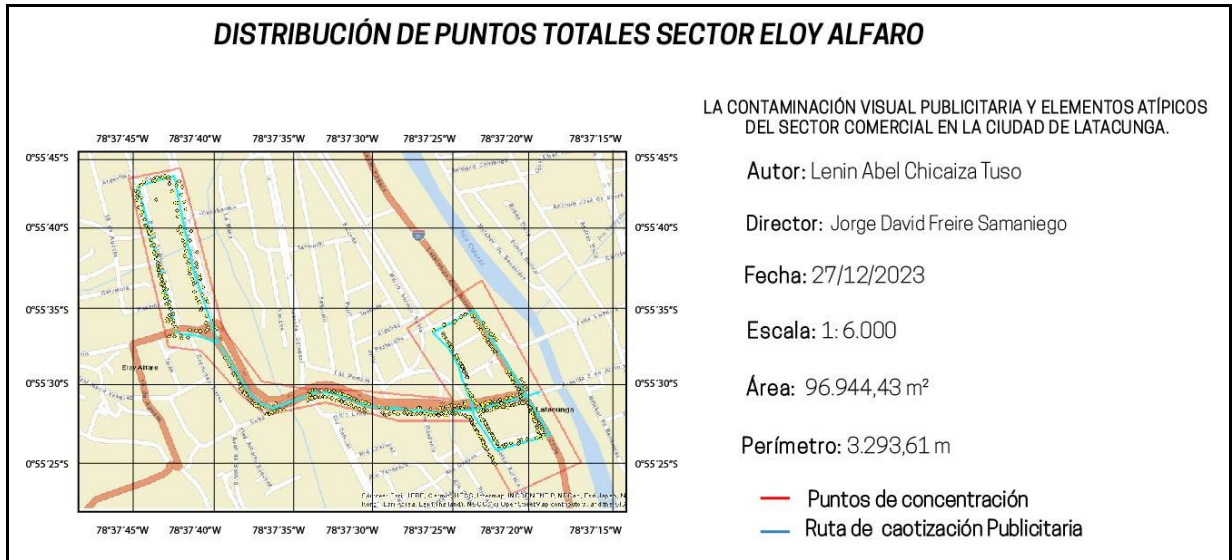
Nota: : los puntos de concentración se hallan en las calles: Calle Félix Valencia, Juan Abel Echeverría, calle Guayaquil, calle Padre Salcedo, calles Gnrl, Maldonado, calle Tarqui, calle Hermanas Páez, Marquez de Maenza, calle Quito y calle Napo.

Figura 5*Puntos Caóticos Localizados en el Sector Ignacio Flores*

Nota: los puntos de concentración se hallan en las calles: Calle Quijano y Ordoñez y Av. Unidad Nacional, Av. Atahualpa, calle Carihuayrazo.

Figura 6

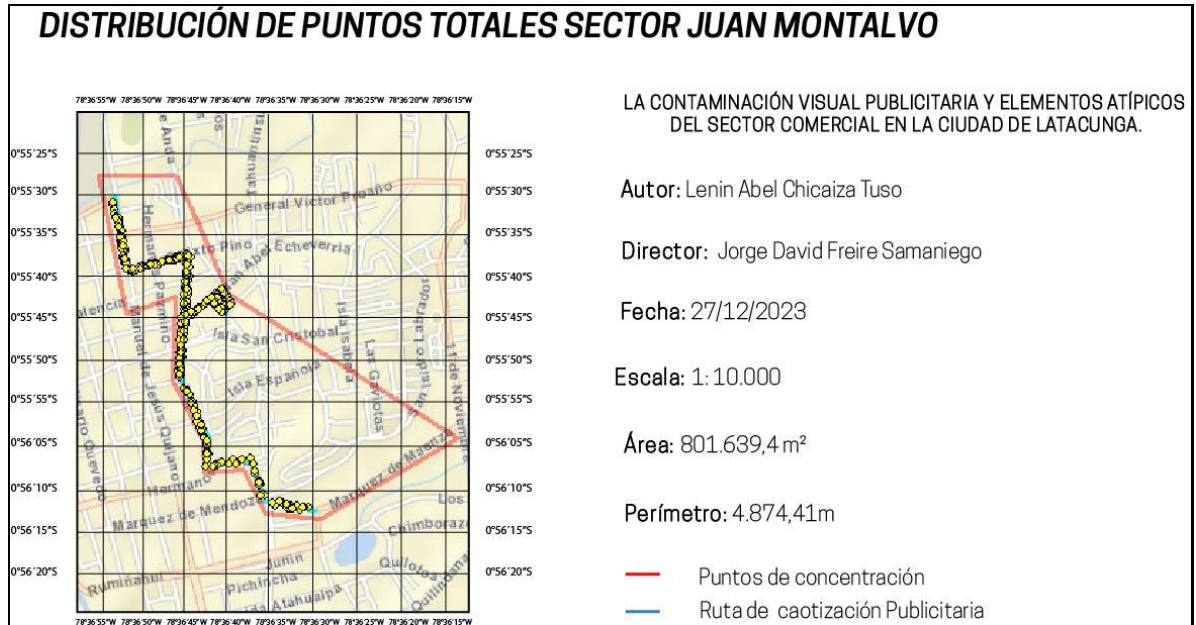
Puntos Caóticos Localizados en el sector Eloy Alfaro.



Nota: los puntos de concentración se hallan en las calles: Eloy Alfaro, calles: Vía la Maná Pujilí, Av. Marco Subia, Av. Eloy Alfaro Av. Simón Rodríguez, calle Canadá, Av. Iberoamericana.

Figura 7

Puntos Caóticos Localizados en el Sector Juan Montalvo.



Nota: los puntos de concentración se hallan en las calles: Juan Montalvo, calle. Juan Abel Echeverría, Calle Josefa Calixto, Calle Isla San Bartolomé, Calle Isla Seimur, calles Napo, Av. Ote, calle Hermanas Paez, Av. Roosevelt.

11.6 Registro de elementos

Registro de cantidad de elementos atípicos recolectados por barrios derivados del mapeo.

Tabla 2

Registro de Elementos Atípicos del Barrio La Matriz

GRUPO	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO	CANTIDAD	TOTAL
FACHADAS	Dibujo no autorizado sobre superficie de fachada	DNA	2	48
	Fachada sin mantenimiento	FSM	2	
	Fachada saturada por avisos	FSA	35	
	Fachada cubierta por artículos	FCA	9	
COMERCIO	Invasión del espacio público	IEP	9	66
	Venta informal	VI	57	
INSTALACIONES	Antenas	AN	0	14
	Cable aéreo saturado	CAS	14	
PUBLICIDAD	Publicidad sobre fachada	PSF	94	177
	Publicidad separada de la fachada	PAF	10	
	Postes con avisos	PCA	73	
INFRAESTRUCTURA	Pavimento vehicular deteriorado	PVD	1	3
	Cerramiento provisional por obra	CPO	1	
	Parada deteriorada	PD	1	
TOTAL ELEMENTOS ATÍPICOS				308

Nota: Se visibilizan los resultados de los elementos atípicos hallados en su totalidad en el barrio la Matriz.

Tabla 3*Registro de Elementos Atípicos en el Centro Histórico*

GRUPO	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO	CANTIDAD	TOTAL
FACHADAS	Dibujo no autorizado sobre superficie de fachada	DNA	113	157
	Fachada sin mantenimiento	FSM	7	
	Fachada saturada por avisos	FSA	26	
	Fachada cubierta por artículos	FCA	11	
COMERCIO	Invasión del espacio público	IEP	10	32
	Venta informal	VI	22	
INSTALACIONES	Antenas	AN	3	58
	Cable aéreo saturado	CAS	55	
PUBLICIDAD	Publicidad sobre fachada	PSF	780	817
	Publicidad separada de la fachada	PAF	2	
	Postes con avisos	PCA	35	
INFRAESTRUCTURA	Pavimento vehicular deteriorado	PVD	9	9
	Cerramiento provisional por obra	CPO	0	
	Parada deteriorada	PD	0	
TOTAL ELEMENTOS ATÍPICOS				1073

Nota: Se visibilizan los resultados de los elementos atípicos hallados en su totalidad en el barrio Centro Histórico.

Tabla 4*Registro de Elementos Atípicos en el Sector Ignacio Flores*

GRUPO	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO	CANTIDAD	TOTAL
FACHADAS	Dibujo no autorizado sobre superficie de fachada	DNA	19	31
	Fachada sin mantenimiento	FSM	6	
	Fachada saturada por avisos	FSA	5	
	Fachada cubierta por artículos	FCA	1	
COMERCIO	Invasión del espacio público	IEP	2	6
	Venta informal	VI	4	
INSTALACIONES	Antenas	AN	0	47
	Cable aéreo saturado	CAS	47	
PUBLICIDAD	Publicidad sobre fachada	PSF	299	319
	Publicidad separada de la fachada	PAF	0	
	Postes con avisos	PCA	20	
INFRAESTRUCTURA	Pavimento vehicular deteriorado	PVD	5	8
	Cerramiento provisional por obra	CPO	2	
	Parada deteriorada	PD	1	
TOTAL ELEMENTOS ATÍPICOS				411

Nota: Se visibilizan los resultados de los elementos atípicos hallados en su totalidad en el barrio Ignacio Flores.

Tabla 5*Registro de Elementos Atípicos en el Sector Eloy Alfaro*

GRUPO	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO	CANTIDAD	TOTAL
FACHADAS	Dibujo no autorizado sobre superficie de fachada	DNA	16	35
	Fachada sin mantenimiento	FSM	6	
	Fachada saturada por avisos	FSA	6	
	Fachada cubierta por artículos	FCA	7	
COMERCIO	Invasión del espacio público	IEP	14	43
	Venta informal	VI	29	
INSTALACIONES	Antenas	AN	0	50
	Cable aéreo saturado	CAS	50	
PUBLICIDAD	Publicidad sobre fachada	PSF	296	314
	Publicidad separada de la fachada	PAF	5	
	Postes con avisos	PCA	53	
INFRAESTRUCTURA	Pavimento vehicular deteriorado	PVD	2	7
	Cerramiento provisional por obra	CPO	2	
	Parada deteriorada	PD	3	
TOTAL ELEMENTOS ATÍPICOS				449

Nota: Se visibilizan los resultados de los elementos atípicos hallados en su totalidad en el barrio Eloy Afaro

Tabla 6*Registro de Elementos Atípicos en el Sector Juan Montalvo*

GRUPO	ELEMENTO ATÍPICO	CÓDIGO	CANTIDAD	TOTAL
FACHADAS	Dibujo no autorizado sobre superficie de fachada	DNA	34	38
	Fachada sin mantenimiento	FSM	4	
	Fachada saturada por avisos	FSA	0	
	Fachada cubierta por artículos	FCA	0	
COMERCIO	Invasión del espacio público	IEP	36	61
	Venta informal	VI	25	
INSTALACIONES	Antenas	AN	0	47
	Cable aéreo saturado	CAS	47	
PUBLICIDAD	Publicidad sobre fachada	PSF	122	179
	Publicidad separada de la fachada	PAF	0	
	Postes con avisos	PCA	57	
INFRAESTRUCTURA	Pavimento vehicular deteriorado	PVD	1	1
	Cerramiento provisional por obra	CPO	0	
	Parada deteriorada	PD	0	
TOTAL ELEMENTOS ATÍPICOS				326

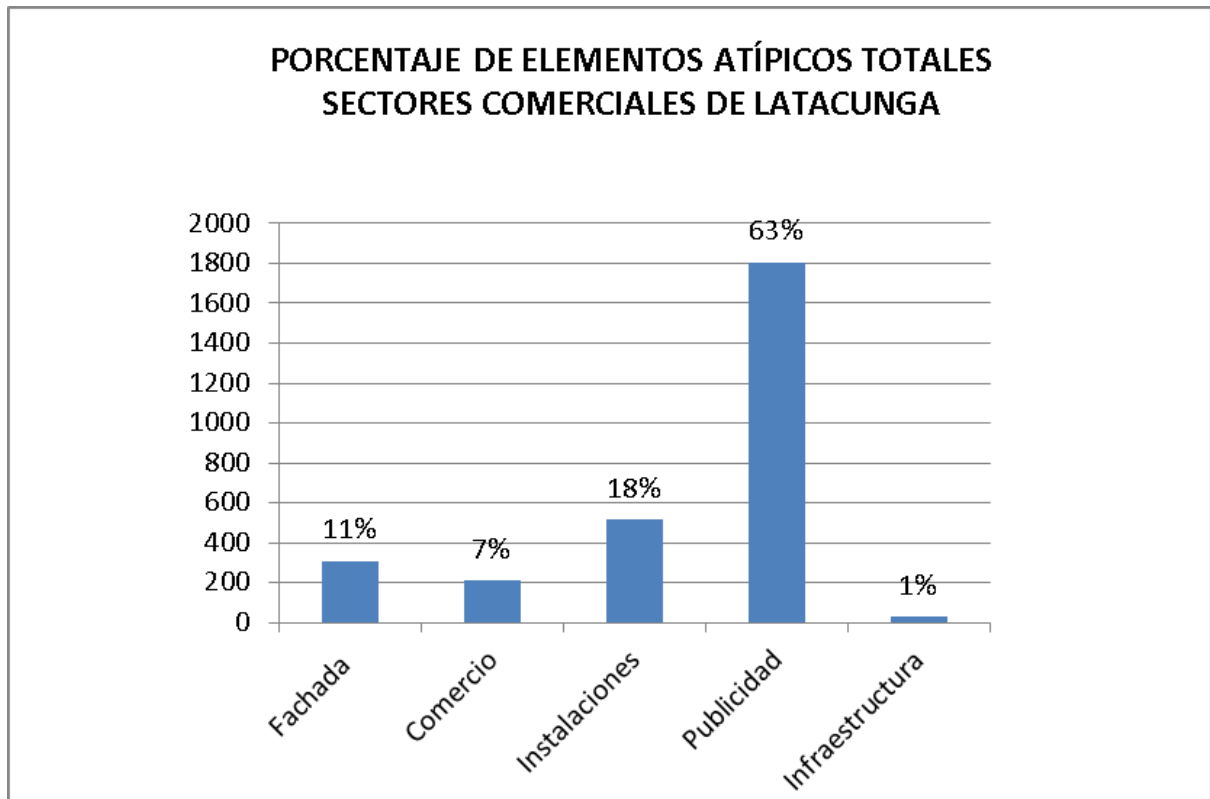
Nota: Se visibilizan los resultados de los elementos atípicos hallados en su totalidad en el barrio Juan Montalvo.

11.7 Análisis de cantidad de elementos identificados

El diagnóstico consiste en un análisis que se lleva a cabo para evaluar la situación y las tendencias relacionadas con el manejo de elementos atípicos y la publicidad en los sectores comerciales. Esta evaluación se basa en datos recopilados y organizados de manera sistemática, lo que nos permite comprender de manera más precisa lo que está ocurriendo en la ciudad de Latacunga.

Figura 8

Porcentaje de Elementos Atípicos Identificados en la Totalidad de sus Barrios

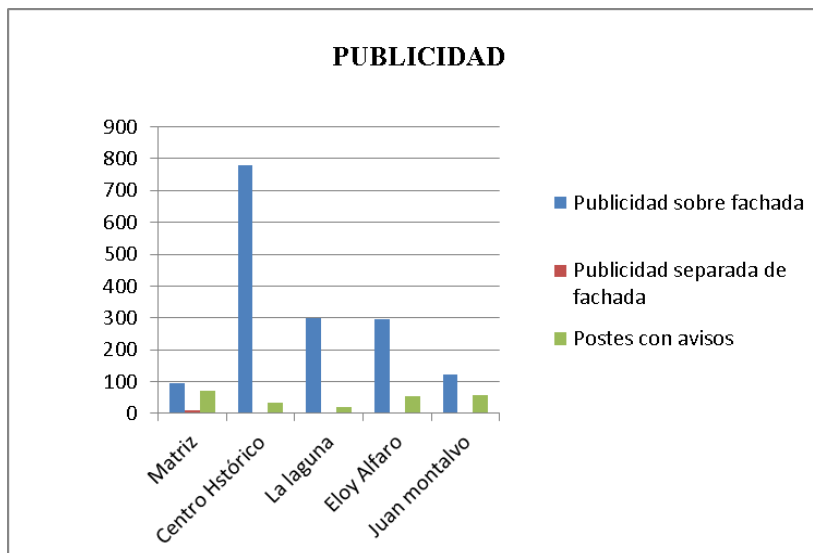


Nota: Se visualizan los porcentajes individual de cada elemento atípico identificado en los 5 barrios de la ciudad de Latacunga.

El primer lugar corresponde al grupo de la publicidad con un (63%) de elementos atípicos presentes, el cual cumple la función de divulgar un producto para estimular su consumo. Según lo indica la figura 8, sobresale la publicidad sobre la fachada, mismas que publicita y visibiliza un comercio, seguida de los postes con avisos, mismo que son utilizados de soporte para pegar publicidad y aviso de cualquier índole y finalmente la publicidad separada de la fachada, la cual hace referencia a muñecos, mascotas o soportes que se separan de la fachada e invaden la acera.

Figura 9

Porcentaje Total de Elemento Atípico “Publicidad” en los 5 Barrios Analizados.

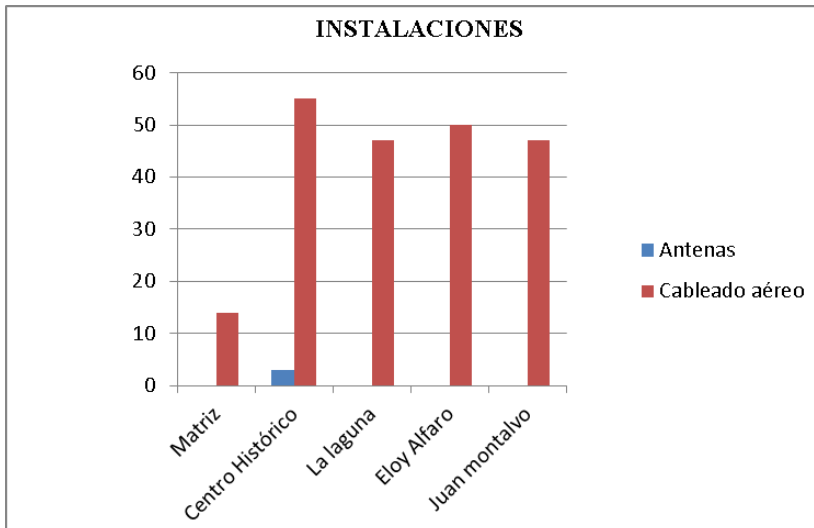


Nota: Se visualiza la incidencia de cada elemento perteneciente a la “publicidad” en los 5 barrios analizados

Como se evidencia en la figura 10 el segundo lugar corresponde al grupo de instalaciones, acto que supone colocar arreglar o disponer determinados elementos para que funcionen o cumplan ciertos objetivos, siendo el cableado aéreo saturado el que más resalta, debido a la aglomeración de locales comerciales y viviendas aledañas, seguido de las antenas mismas que pertenecen a internet o frecuencias de radio, en este caso con casi nula presencia.

Figura 10

Porcentaje Total del Elemento Atípico “Instalaciones” en los 5 Barrios Analizados.

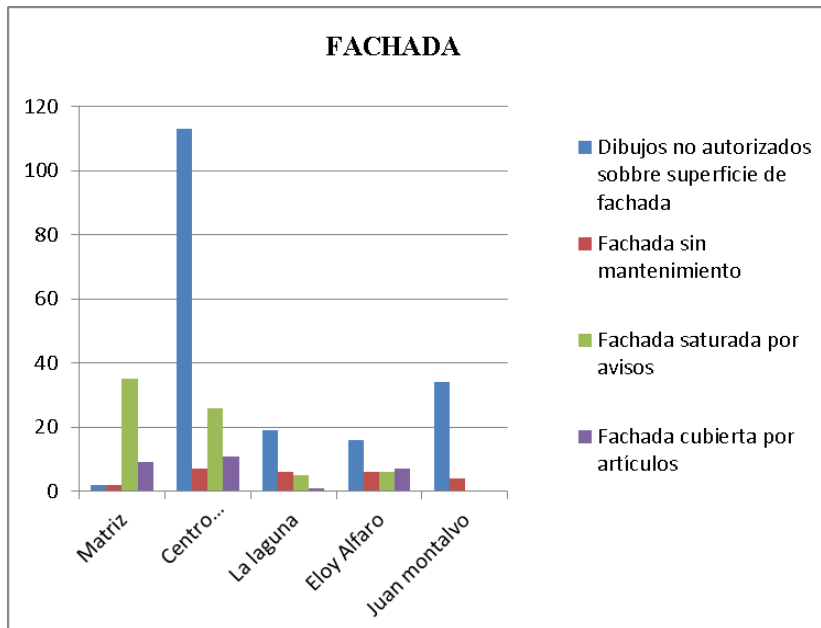


Nota: Se visualiza la incidencia de cada elemento perteneciente a “instalaciones” en los 5 barrios analizados

El tercer mayor grupo con presencia de elementos atípicos es la fachada, conjunto de caras exteriores de un edificio o vivienda. Como lo muestra la figura 11, los dibujos no autorizados sobre superficie de fachada es el grupo que más resalta a excepción del sector la matriz, seguida de la fachada sin mantenimiento, la cual hace referencia al descuido y abandono de la vivienda, por consiguiente la fachada saturada con avisos, aplica para una fachada que se encuentra repleta de anuncios comerciales, seguida de la fachada cubierta por artículos, la cual hace referencia a artículos tales como: (maniquíes, pelotas, ropa colgante, gafas, sombreros, ponchos).

Figura 11

Porcentaje Total del Elemento Atípico “Fachada” en los 5 Barrios Analizados.

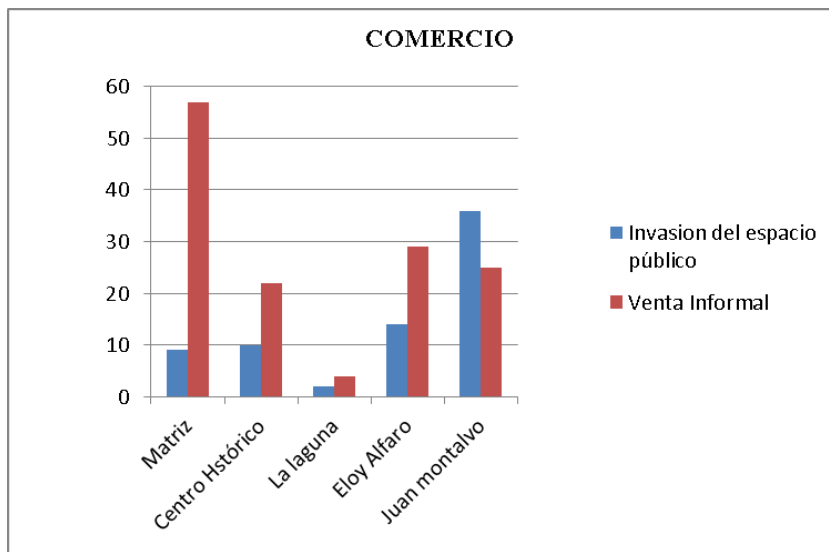


Nota: Se visualiza la incidencia de cada elemento perteneciente a “fachada” en los 5 barrios analizados

Como se evidencia en la figura 12 el cuarto grupo es el de comercio, actividad socioeconómica en la cual se intercambian materiales que están disponibles en el mercado de compra y venta. Siendo la venta informal la que más resalta y derivando de ello la invasión del espacio público mismas que hace referencia a todo tipo de comercialización de productos en el espacio urbano generando desorden y caos al transeúnte.

Figura 12

Porcentaje Total del Elemento Atípico “Comercio” en los 5 Barrios Analizados.

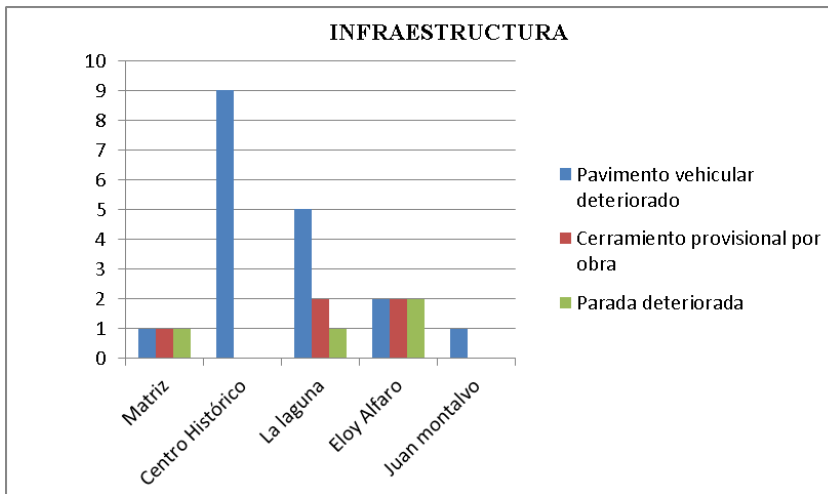


Nota: Se visualiza la incidencia de cada elemento perteneciente a “comercio” en los 5 barrios analizados

Por último se encuentra la infraestructura, la cual aparece en la última posición. Como se muestra en la figura 13, siendo el pavimento vehicular deteriorado aquel que sobresale debido a la presencia en varios sectores, seguido de cerramientos provisionales por obras, mismos que, se dan debido a mantenimientos o construcciones en proceso y finalmente paradas deterioradas, las cuales se evidencian en varios sectores en estado de abandono y deterioro

Figura 13

Porcentaje Total del Elemento Atípico “Infraestructura” en los 5 Barrios Analizados.

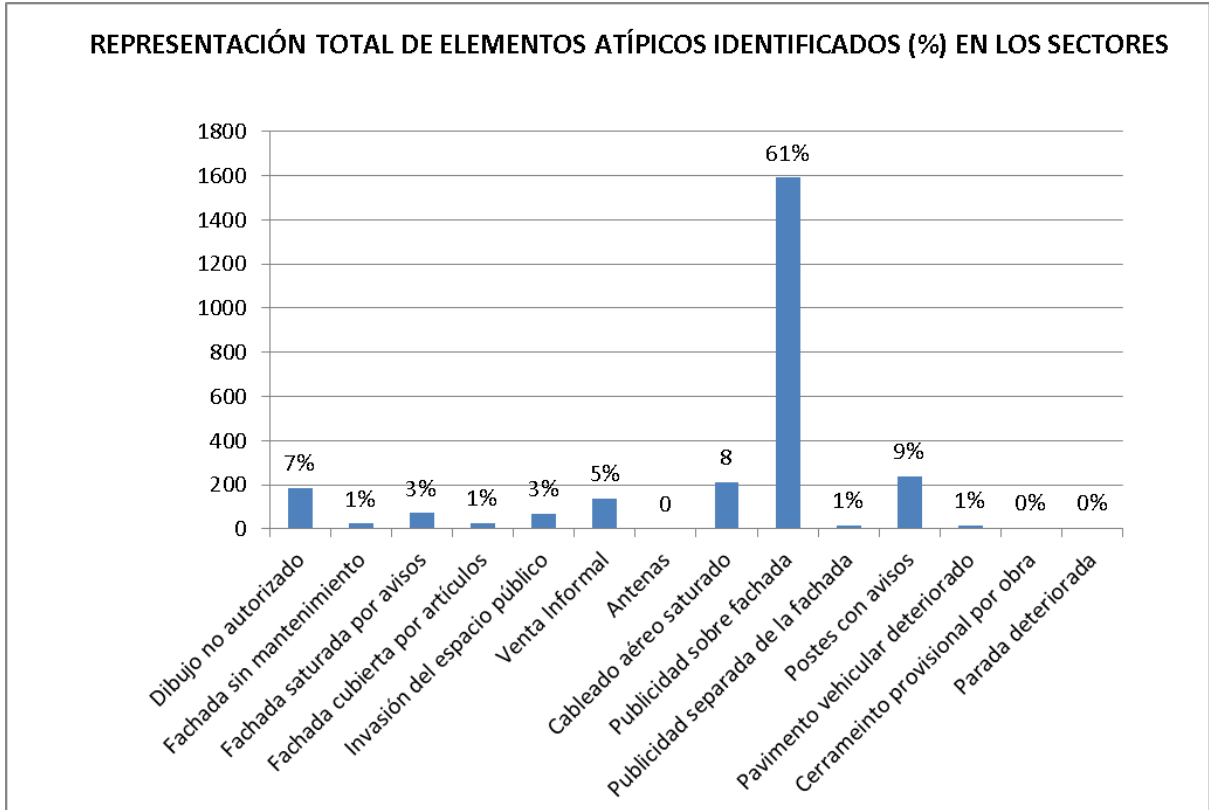


Nota: Se visualiza la incidencia de cada elemento perteneciente a “infraestructura” en los 5 barrios analizados

La figura 14, Se trata de una representación porcentual total de los tipos de elementos atípicos. Se observa que la publicidad en las fachadas es el elemento más predominante en la ciudad. (61%), seguido de postes con avisos (9%) y ocupando la última posición paradas deterioradas (0.1%).

Figura 14

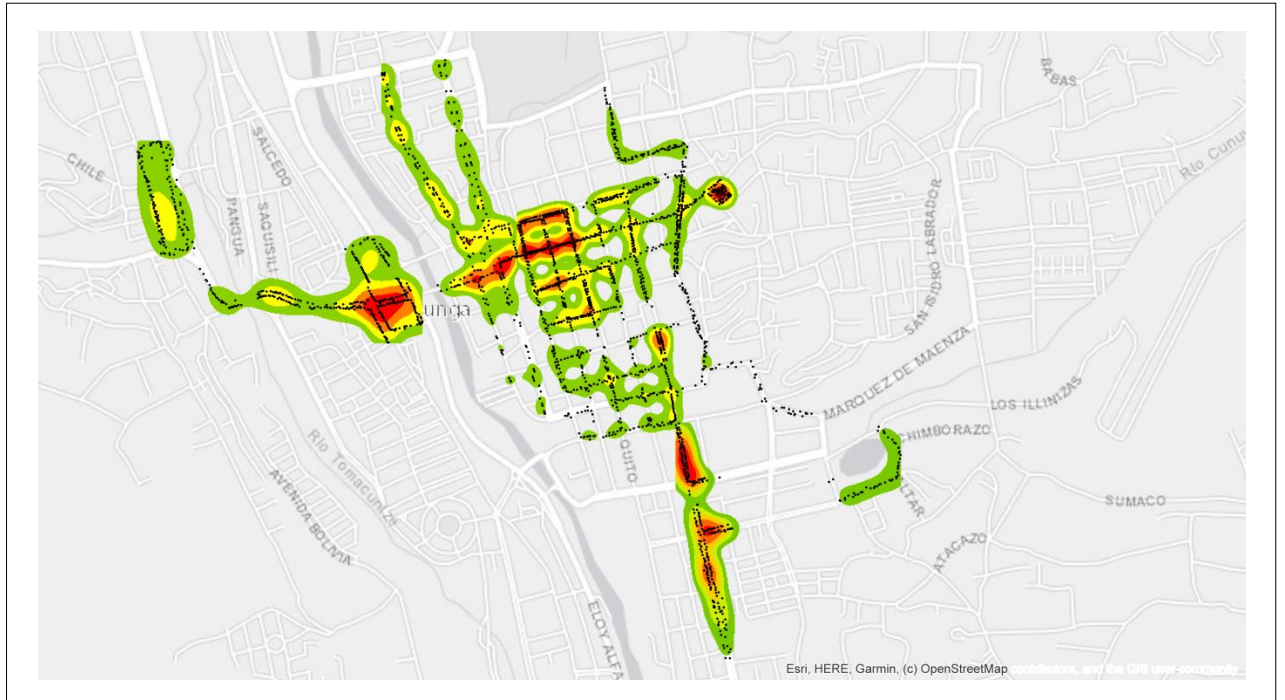
Representación Individual en Porcentajes de cada Elemento Atípico Identificado en los 5 Barrios Analizados.



Nota: Se visualiza la representación individual en porcentajes de cada elemento atípico y su incidencia en los 5 barrios analizados.

Figura 15

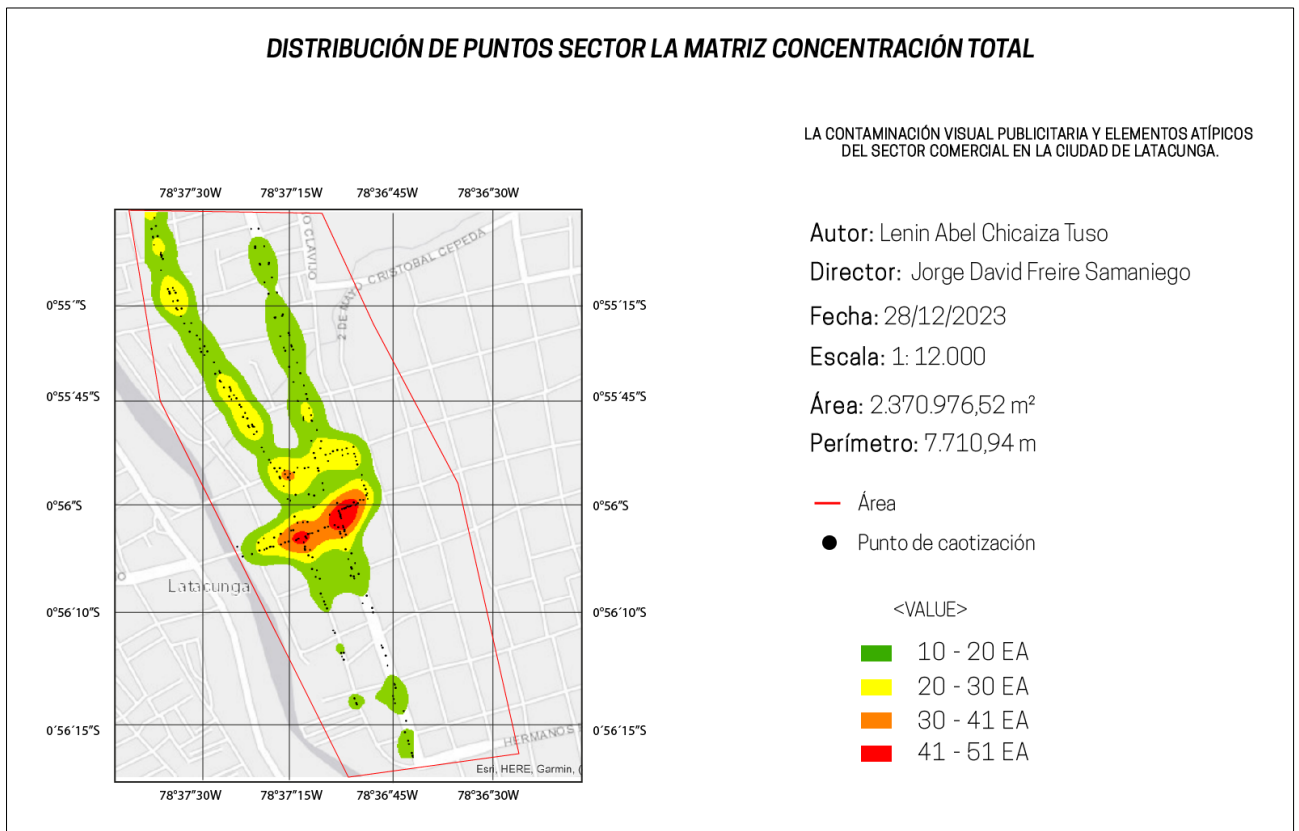
Localización Mediante Zonas de calor de la Totalidad de Elementos Atípicos en los 5 Barrios Analizados



Nota: Se visualiza la distribución de totalidad de puntos en los 5 barrios analizados e identificación por zonas de calor.

Figura 16

Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio La Matriz.

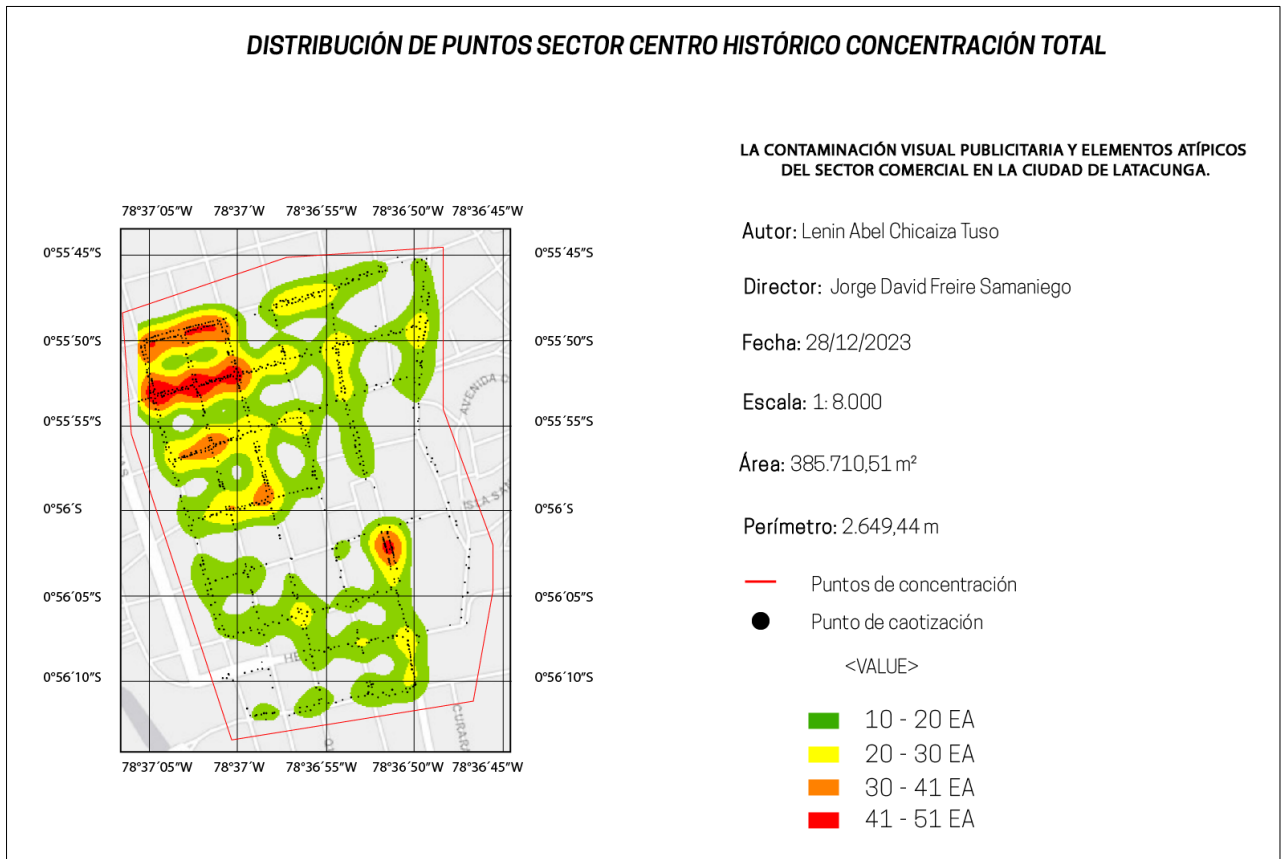


Nota: Se visualiza la distribución de puntos caóticos e identificación por zonas de calor a lo largo del barrio La Matriz.

La figura 16, representa la distribución total de puntos en el sector la Matriz permitiendo observar la mayor densidad de elementos atípicos en las calles: Av. Amazonas, calle Antonio Vela, puente cinco de junio y la plaza el Salto. Es así que de color rojo y naranja podemos identificar la mayor cantidad y aglomeración de elementos relacionados a la publicidad, al comercio y fachada. Del mismo modo podemos encontrar elementos más dispersos a lo largo de la Av. Amazonas y calle Antonio Vela, los cuales también se relacionan con la publicidad, fachada, instalaciones e infraestructura representadas de color amarillo y verde.

Figura 17

Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Centro Histórico.



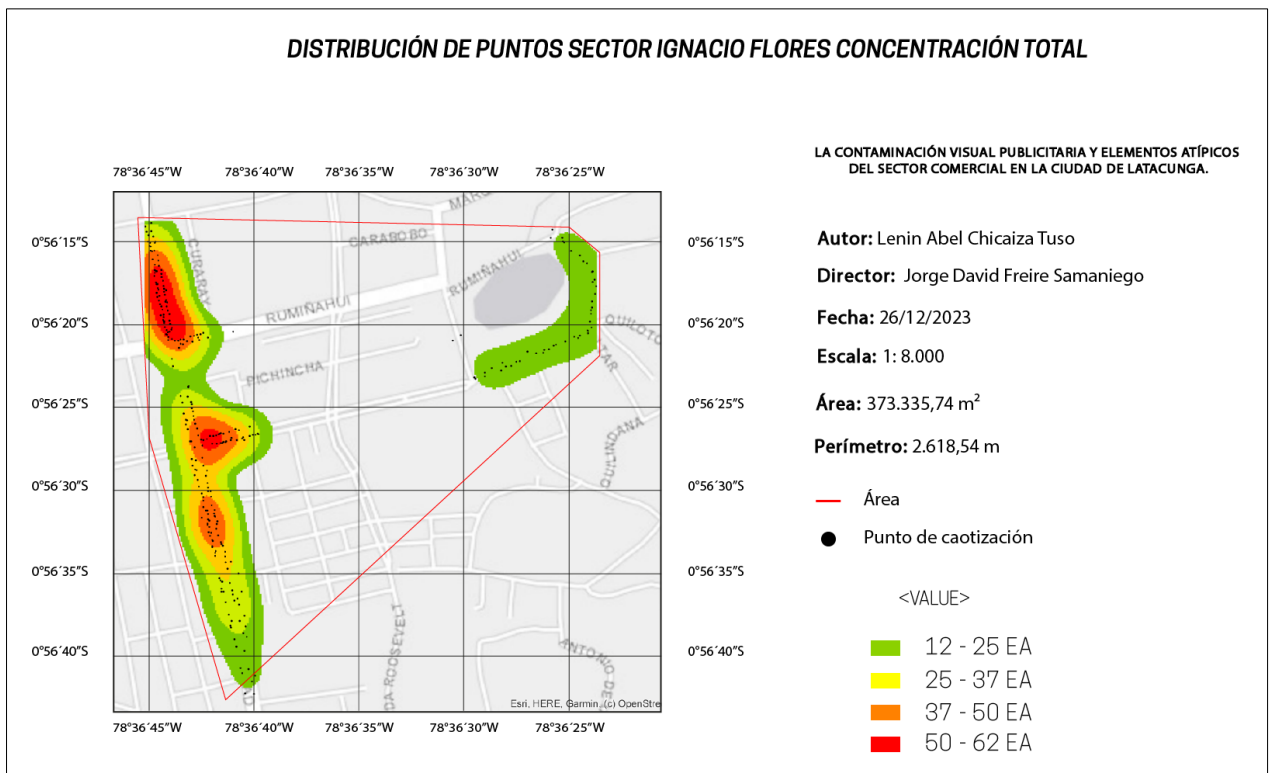
Nota: Se visualiza la distribución de puntos caóticos e identificación por zonas de calor a lo largo del barrio Centro Histórico.

La figura 17, representa la distribución total de puntos en el sector Centro Histórico permitiendo observar la mayor densidad de elementos atípicos en las calles: Calle Felix Valencia, Juan Abel Echeverría, calle Guayaquil, calle Padre Salcedo. Es así que de color rojo y naranja podemos identificar la mayor cantidad y aglomeración de elementos relacionados a la publicidad, al comercio y fachada. Del mismo modo podemos encontrar elementos más dispersos a lo largo de las calles Gnrl, Maldonado, calle Tarqui, calle Hermanas Paez, Marquez de Maenza, calle Quito, calle Napo los cuales también se relacionan con la

publicidad, fachada, instalaciones e infraestructura representadas de color amarillo y verde con menor densidad de puntos identificados.

Figura 18

Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Ignacio Flores.



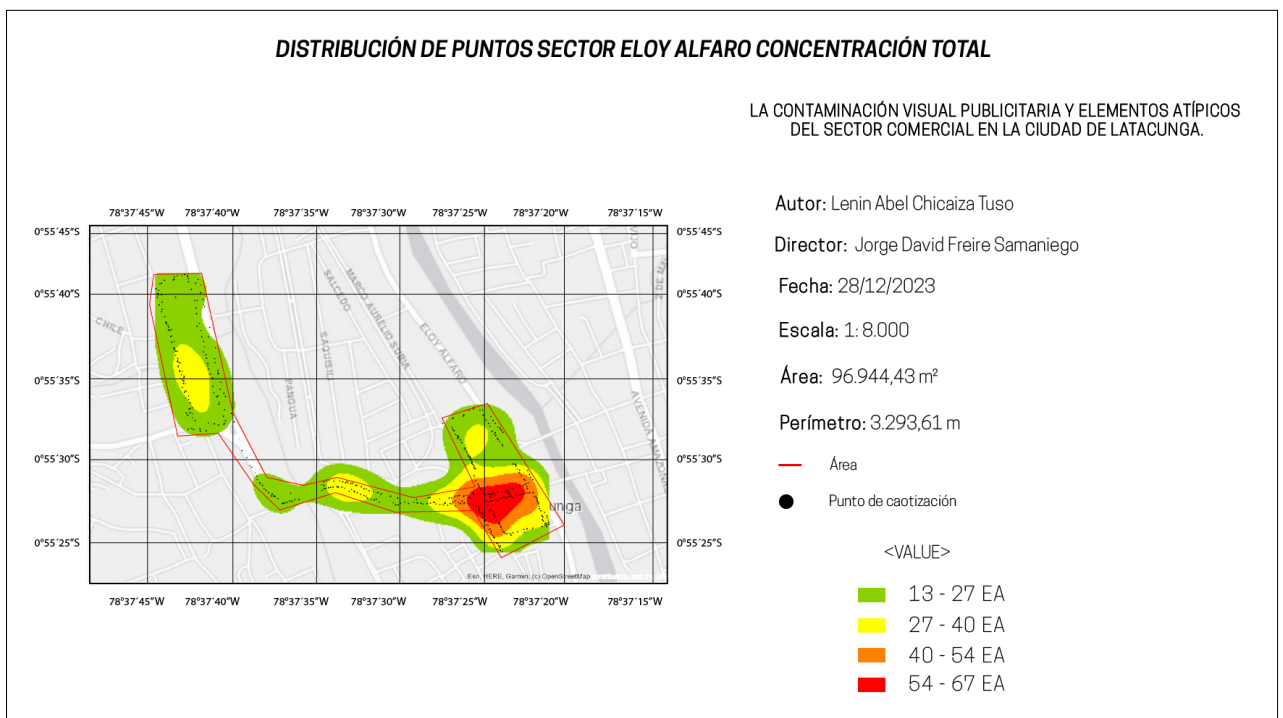
Nota: Se visualiza la distribución de puntos caóticos e identificación por zonas de calor a lo largo del barrio Ignacio Flores.

La figura 18, representa la distribución total de puntos en el sector La laguna permitiendo observar la mayor densidad de elementos atípicos en las calles: Calle Quijano y Ordoñez y Av. Unidad Nacional. Es así que de color rojo y naranja podemos identificar la mayor cantidad y aglomeración de elementos relacionados a la publicidad, al comercio y fachada. Del mismo modo podemos encontrar elementos más dispersos a lo largo de las Av. Atahualpa, calle Carihuayrazo, los cuales también se relacionan con la publicidad, fachada,

instalaciones e infraestructura representadas de color amarillo y verde con menor densidad de puntos identificados.

Figura 19

Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Eloy Alfaro.



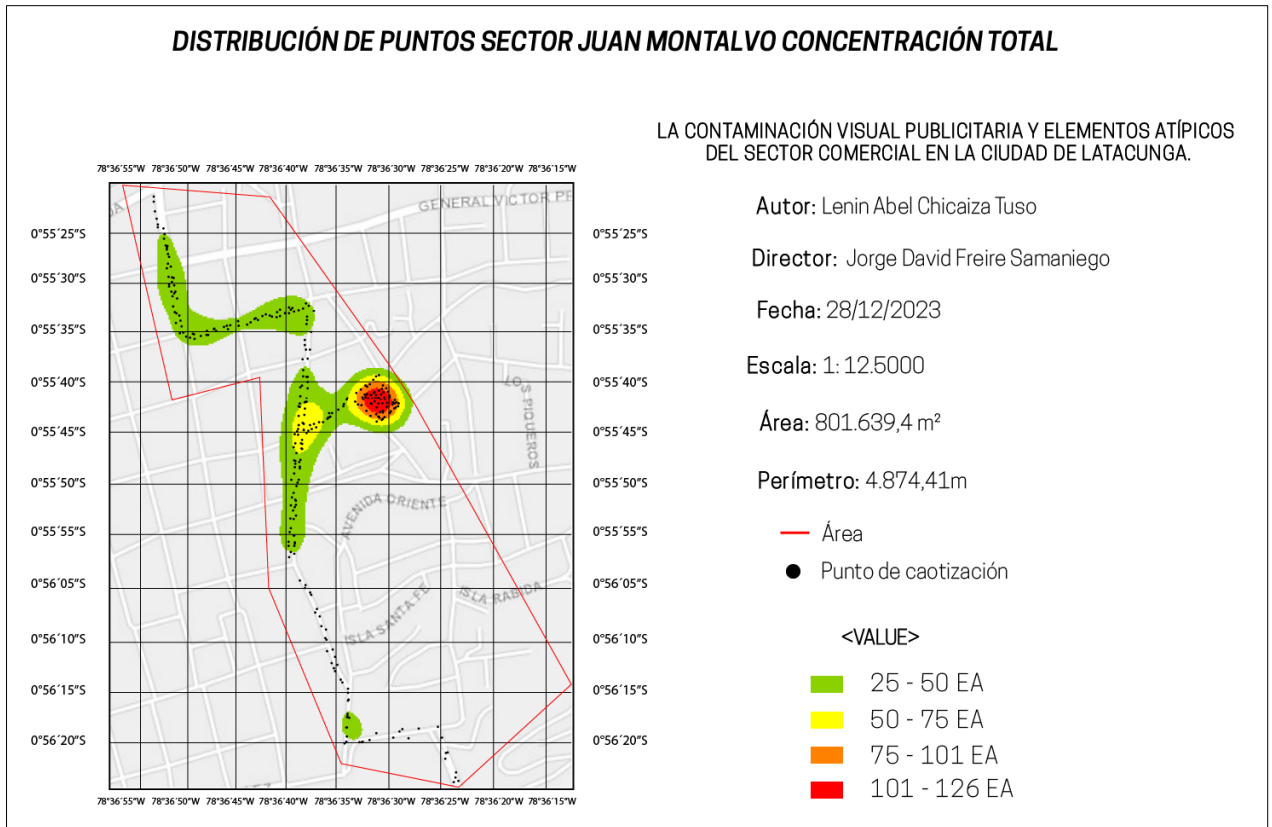
Nota: Se visualiza la distribución de puntos caóticos e identificación por zonas de calor a lo largo del barrio Eloy Alfaro.

La figura 19, representa la distribución total de puntos en el sector Eloy Alfaro permitiendo observar la mayor densidad de elementos atípicos en las calles: Vía la Maná Pujilí, Av. Marco Subia, Av Eloy Alfaro. Es así que de color rojo y naranja podemos identificar la mayor cantidad y aglomeración de elementos relacionados a la publicidad, al comercio y fachada. Del mismo modo podemos encontrar elementos más dispersos a lo largo de las Av. Simón Rodríguez, calle Canadá, Av. Iberoamericana, los cuales también se relacionan con la

publicidad, fachada, instalaciones e infraestructura representadas de color amarillo y verde con menor densidad de puntos identificados.

Figura 20

Localización Mediante Zonas de Calor Elementos Atípicos Focales en el Barrio Juan Montalvo.



Nota: Se visualiza la distribución de puntos caóticos e identificación por zonas de calor a lo largo del barrio Juan Montalvo.

La figura 20, representa la distribución total de puntos en el sector Juan Montalvo permitiendo observar la mayor densidad de elementos atípicos en las calles: Calle. Juan Abel Echeverria, Calle Josefa Calixto, Calle Isla San Bartolomé, Calle Isla Seimur. Es así que de color rojo y naranja podemos identificar la mayor cantidad y aglomeración de elementos relacionados a la publicidad, al comercio y fachada. Del mismo modo podemos encontrar elementos más dispersos a lo largo de las Calles Napo, Av. Ote, calle Hermanas Páez, Av. Roosevelt, los cuales también se relacionan con la publicidad, fachada, instalaciones e infraestructura representadas de color amarillo y verde con menor densidad de puntos identificados.

11.8 Análisis Matriz Vester

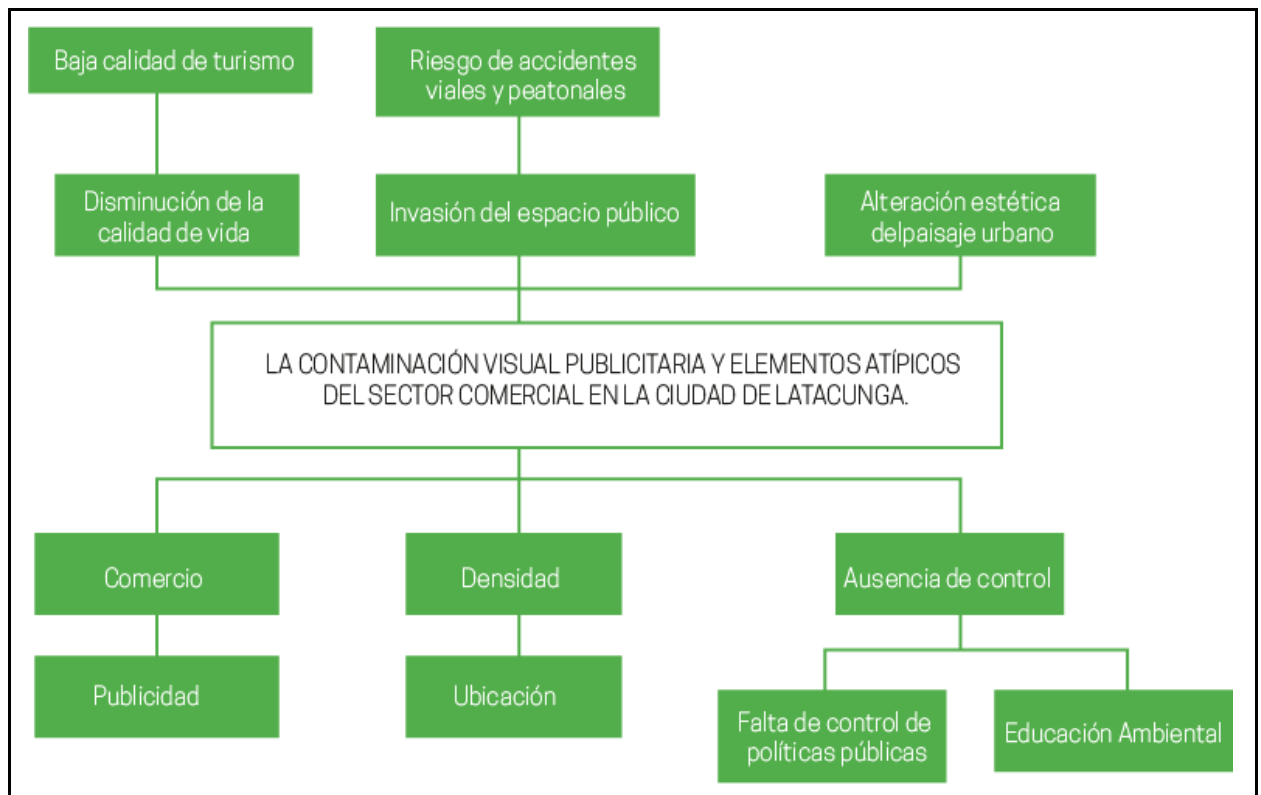
Para Vester, (1992) como para muchos ésta herramienta facilita la identificación, la determinación de causas y efecto de un problema en el grado que se manifieste: “la matriz no se limita a un enfoque lineal, sino que se sumerge en la interconexión de variables, permitiendo una comprensión más profunda de los fenómenos interdependientes.” (p.3)

Árbol de problemas

El árbol de problemas es una herramienta de análisis estructurado, misma que, facilita la comprensión de las relaciones causales y la identificación de soluciones eficaces, como también plantear estrategias para poder cumplirlos.

Figura 21

Árbol de Problemas con Relaciones Causales que Derivan de la Contaminación Visual y Elementos Atípicos en la Ciudad de Latacunga.



Nota: Se visualiza en el árbol de problemas las causas y efectos derivados de la contaminación visual.

11.9 Lista de variables y/o problemas

A continuación se enlistan los criterios establecidos en el árbol de problemas a ser implementados en la matriz Vester.

Tabla 7

Variables Determinadas para ser implementada en la Matriz Vester.

N°	CRITERIOS
1	Contaminación visual urbana generada por la presencia de elementos atípicos.
2	Generación de comercio
3	Exceso de avisos publicitario e informativos
4	Densidad de elementos atípicos
5	Ubicación de elementos atípicos
6	Mantenimiento de elementos publicitarios
7	Las autoridades carecen de control sobre la contaminación visual y la gestión del espacio público
8	Regulación insuficiente en cuanto a políticas públicas con relación a la publicidad exterior y su debido proceso sancionatorio.
9	La concienciación ciudadana en relación a la prevención de la contaminación visual es insuficiente.
10	Afectación en relación a la calidad de vida de los residentes de las áreas.
11	Disminución del turismo.
12	Riesgo de accidentes viales y peatonales
13	Invasión del espacio público

Nota: Esta tabla contiene variables que derivan de la contaminación visual y elementos atípicos.

Tabla 8*Clasificación y Valor de Densidad.*

CLASE DE DENSIDAD	RANGO	VALOR TEÓRICO (EA/ 400M)
BAJA	Menos de 40 elementos atípicos	DB<400
MEDIA	entre 40 y 80 elementos atípicos	400<=DM<=800
ALTA	más de 80 elementos atípicos	DA 800

Nota: Se visualizan la clase de densidad a la que pertenece como también su rango y valor.

Se llevó a cabo la identificación de las vías o calles congestionadas para determinar la densidad y el número de elementos presentes en cada una de ellas. La tabla 8 resume los resultados del cálculo de densidad por segmentos, especificando el sector y la cantidad de elementos identificados. En total, se analizaron 28 calles, de las cuales 13 presentan una alta densidad (más de 80 elementos de tráfico por cada 400 metros), 7 tienen una densidad media (entre 40 y 80 elementos de tráfico por cada 400 metros) y 8 exhiben una baja densidad (menos de 80 elementos de tráfico por cada 400 metros).

Tabla 9*Calles Identificadas por Densidad de Contaminación Visual y Número de Elementos Totales.*

NÚMERO DE RUTA	CALLE	NÚMERO DE ELEMENTOS
1	Av. Amazonas	113
2	Calle. Antonio Vela	123
3	Vía La Maná-pujilí	30
4	Av. Antonio Clavijo	13
5	Calle Félix valencia	123
6	Calle. Juan Abel Echeverria	162
7	Calle Guayaquil	84
8	Calle Pedro Salcedo	40
9	Calle Gral. Maldonado	26
10	Tarqui	36
11	Hermanas Paez	40
12	Calle 2 de mayo	98
13	calle Quito	125
14	Calle Fernando Sanchez de Orellana	74
15	Calle Quijano y Ordoñez	181
16	Calle Napo	89
17	Calle Belisario Quevedo	88
18	Av. Atahualpa	25

19	Unidad Nacional	189
20	Calle Caraihuayrazo	21
21	Av. Simón Rodríguez	63
22	Av. Iberoamericana	54
23	Vía la Maná-Pujilí	185
24	Av. marco Aurelio Subia	86
25	Panamericana	65
26	Isla Seymour	35
27	Calle Josefa Calixto	32
28	Calle Calixto Pino	41
TOTAL DE ELEMENTOS ATÍPICOS 2.567		

Nota: Se evidencia nombre de calles, número de elementos atípicos e intensidad de contaminación visual.

11. 10 Ingreso de información a la matriz

En el anexo 1 se encuentra la Matriz Vester completada. Los valores asignados a cada variable se establecieron en función de las siguientes preguntas:

¿En qué medida el problema #1 puede afectar al problema #2?

¿El problema #1 causa directamente el problema #2?

Tabla 10*Ingreso de Criterios Identificados Aplicados en la Matriz Vester*

Situación problemática															
La Contaminación visual a partir de la presencia de elementos atípicos en sectores comerciales de la ciudad de Latacunga.															
Código	Variable	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	INFLUENCIA
P1	Contaminación visual urbana generada por la presencia de elementos atípicos.	0	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	27
P2	Generación de comercio	3	0	3	2	2	2	2	0	0	3	2	3	3	25
P3	Exceso de avisos publicitarios e informativos	3	1	0	3	0	0	1	1	0	3	2	3	3	20
P4	Densidad de elementos atípicos	3	0	2	0	1	0	0	0	0	3	3	3	2	17
P5	Ubicación de elementos atípicos	3	2	2	3	0	1	1	0	0	3	2	3	2	22
P6	Mantenimiento de elementos publicitarios	0	2	1	1	1	0	1	2	2	0	1	0	2	13
P7	Las autoridades no tienen el control sobre la contaminación visual.	1	0	3	3	3	0	0	2	0	3	3	3	3	24
P8	Regulación insuficiente de políticas públicas con respecto a la contaminación visual.	2	1	3	3	3	0	3	0	3	3	3	2	2	28
P9	Sensibilización insuficiente a la ciudadanía frente a la contaminación visual.	2	2	2	3	3	0	2	3	0	3	3	3	3	29
P10	Afectación en cuanto a la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Latacunga.	0	1	0	1	1	2	2	1	2	0	2	3	2	17
P11	Baja calidad del turismo.	1	0	2	1	2	0	1	2	2	2	0	0	2	15
P12	Riesgo de accidentes viales y peatonales	0	0	1	0	1	0	1	1	0	3	3	0	1	11
P13	Invasión del espacio público	2	3	2	3	2	0	1	1	0	3	3	3	0	23
DEPENDENCIA		20	15	23	26	21	7	18	15	11	31	29	28	27	130

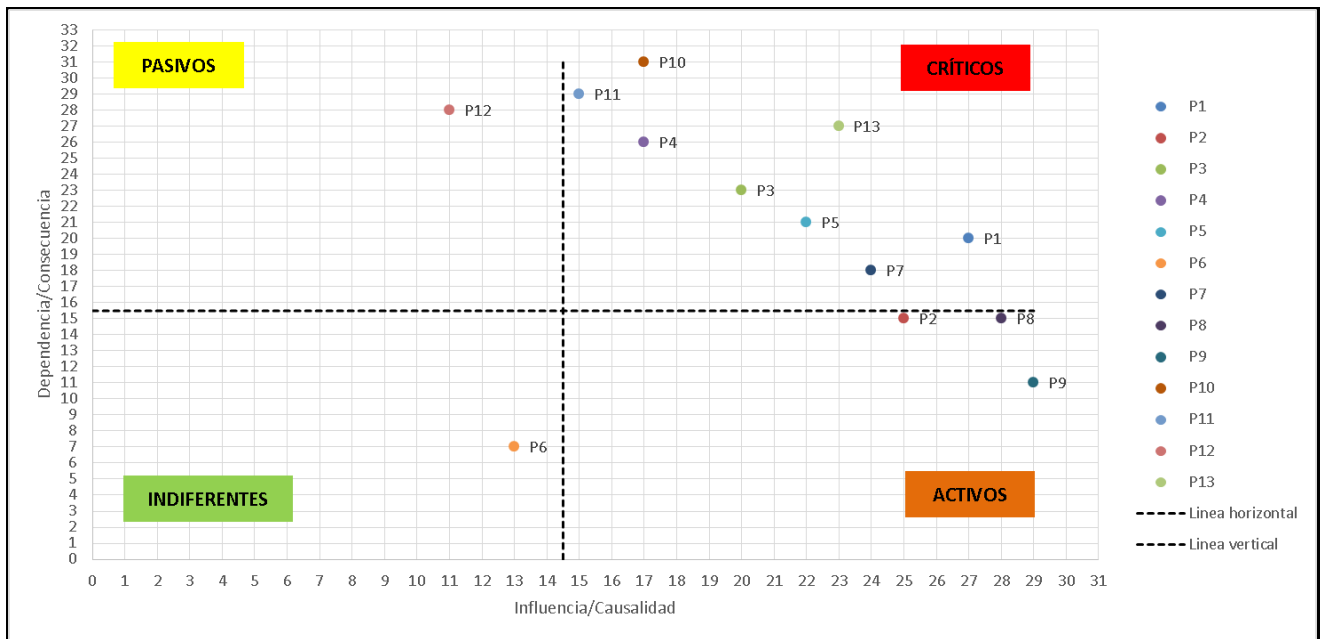
Nota: Se visualiza la dependencia e influencia de la contaminación visual y elementos atípicos en la ciudad de Latacunga.

11. 11 Plano Cartesiano

Utilizando los valores obtenidos de la matriz de influencia/causa y dependencia/efecto, procedemos a crear un gráfico. En el eje x se representan los problemas activos, es decir, aquellos con valores de causa. En el eje y se ubican los problemas pasivos (efecto).

Figura 22

Plano Cartesiano Matriz Vester Aplicado el Diagnóstico de la Ciudad de Latacunga.



Nota: Se visualiza en el plano cartesiano la incidencia y relación de las causales, clasificándose en pasivos, críticos, indiferente y activos

- Problemas críticos (superior derecho). Problemas causados por otros y a la vez causados por los demás.

- 1.-Contaminación visual urbana generada por la presencia de elementos atípicos.
- 3.-Exceso de avisos publicitarios e informativos
- 4.-Densidad de elementos atípicos
- 5.-Ubicación de elementos atípicos
- 7.- Las autoridades carecen de control sobre la contaminación visual y la gestión del espacio público
- 10.- Afectación en relación a la calidad de vida de los residentes de las áreas.
- 11.-Disminución del turismo.
- 13.-Invasión del espacio público

- Problemas pasivos (superior izquierdo). Son aquellos que representan poca influencia, de manera que, al intervenir los problemas activos, estos deberían ser solucionados

12.- Riesgo de accidentes viales y peatonales

- Problemas indiferentes (inferior izquierdo) hace referencia al grupo en el que el problema no causa a otros ni son causados. Considerado de baja prioridad.

6.-Mantenimiento de elementos publicitarios

- Los problemas activos (ubicados en la parte inferior derecha) no son causados por otros, pero ejercen una influencia significativa en los demás criterios. Se les considera la causa principal de la situación problemática.

2.- Promoción del comercio.

8.- Regulación insuficiente de políticas públicas de la publicidad exterior y su debido proceso sancionatorio.

9.- La concienciación ciudadana en relación a la prevención de la contaminación visual es insuficiente.

11.12 Matriz de Importancia

Para que la ciudad retome su organización estética y comercial requiere de toma de medidas urgentes y verificables respecto a la contaminación visual y sus consecuencias, es así que Valbuena sostiene que:

Para promover un desarrollo sostenible, equitativo y en armonía con la preservación del entorno natural, es crucial utilizar herramientas que impulsen la gestión ambiental. Estas herramientas deben abordar tanto la corrección de los daños causados al medio ambiente como la potenciación de los impactos positivos. La matriz de importancia, presentada a continuación, complementa el enfoque analítico de la matriz Vester (2019, p. 63).

A continuación se definen criterios de asignación de rangos de atribución que caracterizan las variables: instructivo tomado de Hidroar S.A, empresa especializada en servicios hidrogeológicos y ambientales de Argentina.

Tabla 11

Criterios de Asignación de Rangos de Atribución para la Matriz de Importancia

Naturaleza (Signo)		Intensidad (I)	
Beneficioso Perjudicial	+	Baja	1
		Media	2
	-	Alta	3
		Muy Alta	8
		Total	12
Extensión (EX)		Momento (MO)	
Puntual	1	Largo plazo	1
Parcial	2	Medio plazo	2
Extenso	4	Inmediato	4
Total	8	Crítico	8
Crítico	12		
Persistencia (PE)		Reversibilidad (RV)	
Fugaz	1	Corto plazo	1
Temporal	2	Medio plazo	2
Permanente	4	Irreversible	4
Sinergia (SI)		Acumulación (AC)	
Sin sinérgico	1	Simple	1
Sinérgico	2	Acumulativo	2
Muy sinérgico	4		
Efecto (EF)		Periodicidad (PR)	
Indirecto	1	Irregular	1
Directo	4	Periódico	2
		Continuo	4
Recuperabilidad		$I = +/- (3i + 2EX + MO + PE + RV + SI + AC + EF + PR + MC)$	
Recuperable inmediato	1		
Recuperable	2		
Mitigable	4		
Irrecuperable	8		

Nota: Instrucciones para completar la Matriz de Identificación de Aspectos y Valoración de Impactos Ambientales (Romero 2021)

Tabla 12*Categorización de Valores de Impacto para la Matriz.*

Importancia	Valor absoluto de la importancia	Color (impacto negativo)	Color (impacto positivo)
Impacto bajo	$I < 25$		
Impacto moderado	$I \geq 25$ y 49		
Impacto crítico	$I \geq 49$		

Nota: se visualiza rangos, valores y colores para la clasificación de la matriz de impacto.

Tabla 13*Matriz de Importancia: Clasificación de Criterios Derivados de la Contaminación Visual.*

LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA.	CIUDAD DE LATACUNGA	Generación de Contaminación visual generada a partir de la presencia de elementos atípicos	Comercio desorganizado	Exceso de publicidad	Densidad de elementos atípicos	Ubicación de elementos atípicos	Deficiente mantenimiento de elementos publicitarios	Ausencia de control	Falta de políticas públicas	Deficit de educación ambiental	Disminución de la calidad de vida	Baja calidad de turismo	Riesgo de accidentes viales y peatonales	Invasión del espacio público	Venta de bienes y servicios	Fomento de empleo	Crecimiento constante de la economía popular
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+
NATURALEZA		12	4	8	8	8	4	8	4	4	8	4	4	4	8	8	8
EXTENSIÓN		8	3	8	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
INTENSIDAD		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
MOMENTO		2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
PERSISTENCIA		2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
REVERSIBILIDAD		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
SINERGIA		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ACUMULACIÓN		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
AFECTO		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1
PERIODICIDAD		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	1	1	1
RECUPERABILIDAD		4	2	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2
I		76	43	70	53	51	42	52	39	44	52	40	40	44	45	42	40

Nota: Se visualiza en la matriz de impacto la contaminación visual con su respectivo valor y color determinado.

11.13 Guía base

GUÍA BASE PARA EL MANEJO DE ELEMENTOS ATÍPICOS

¿A quiénes está dirigida?

A todos quienes conforman los cambios y mejoras del espacio público, funcionarios, entidades, comerciantes y a todos quienes tienen interés por mejorar el entorno urbano con la finalidad de mejorar la calidad de vida en el entorno en el que se desarrollan.

¿Cuáles son los objetivos?

Ofrecer orientaciones sobre el manejo de la publicidad y elementos atípicos, mejorando los espacios públicos y así también aportar en la transformación de un espacio público ordenado, salubre y sostenible.

¿Por qué se necesita?

Porque la ciudadanía se desarrolla en espacios caotizados de comercios, publicidad y elementos atípicos invasivos. Disminuyendo notablemente la calidad de vida, teniendo como resultado una ciudad insegura, con el turismo en declive y su comercial totalmente desorganizado.

Capítulo 1. Publicidad	
Elemento atípicos: Dibujos no autorizados sobre fachada- fachada sin mantenimiento - fachada saturada por publicidad - fachada cubierta por artículos	Código: DNA-FSM-FSA-FCA
<p>1.94.-ORDENANZA QUE REGULA LOS GRAFFITIS EN EL CANTÓN LATACUNGA. [Municipalidad de Latacunga]. (15 de marzo y 28 de junio de 2011)</p> <p>Artículo 1: Según la Ordenanza vigente, su objetivo principal es regular los graffitis que se realizan en bienes inmuebles públicos y privados. Esta regulación abarca tanto los casos en los que los graffitis se ejecutan sin permiso como aquellos considerados manifestaciones artísticas, siempre y cuando se realicen en lugares autorizados.</p> <p>Artículo 2: Según la Ordenanza vigente, se define como graffitis a las pinturas, bocetos y rayados callejeros que se encuentran en diversos bienes muebles e inmuebles. Estos graffitis son realizados por terceros que no son propietarios de dichos bienes, ya sea en lugares públicos o privados, utilizando materiales como spray, matices o pinturas similares.</p> <p>Artículo 3: Conforme la Ordenanza vigente, se aplica a todas las actividades relacionadas con los graffitis, ya sea con o sin permiso. En el caso de no contar con permiso, se establecen diversas sanciones para los autores, considerando si tienen una edad igual o mayor a dieciocho (18) años.</p>	

Capítulo 2. Comercio	
Elementos atípicos: invasión del espacio público-venta informal-	Código: IEP-VI
<p>ORDENANZA SUSTITUTIVA QUE REGLAMENTA LA OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS MUNICIPALES [Municipalidad de Latacunga]. (22 de noviembre de 2011)</p> <p>Art 21.- Según la Ordenanza vigente, se prohíbe de manera categórica a los vendedores y vendedoras ambulantes que utilizan maletas, coches, carretas, triciclos, vehículos u otros</p>	

medios, ubicarse en las plazas y vías públicas. Aquellos que requieran autorización para ocupar un espacio en una de las plazas de la ciudad deben cumplir con lo establecido en el Artículo 1 de esta Ordenanza. En caso de incumplimiento, la mercadería será retenida e inventariada en su totalidad por un inspector municipal, quien registrará los datos del vendedor o vendedora ambulante para que sean puestos a disposición de la Comisaría Municipal para su juzgamiento y sanción.

Se establece el siguiente orden de multas y sanciones:

- a) A quienes incumplan por primera vez lo establecido en este artículo, se aplicará una multa equivalente al 10% del salario básico unificado del trabajador privado en general.
- b) En caso de reincidir por segunda ocasión, la sanción será el doble de la multa, es decir, el 20% del salario básico unificado del trabajador privado en general.
- c) Si se reincide por tercera, cuarta o quinta ocasión, se aplicará una multa equivalente al 30%, 40% o 50% del salario básico unificado del trabajador privado en general, respectivamente.
- d) Los productos perecibles que no sean retirados oportunamente serán distribuidos a instituciones de asistencia social. Una vez cumplido este objetivo, se elaborará un acta de entrega-recepción, que servirá como respaldo legal para la autoridad que la haya ejecutado.
- e) En caso de incumplimiento con la cancelación de la sanción y multa establecida, se aplicará lo estipulado en el Artículo 20.

Art. 22.- Los controles operativos dirigidos a los vendedores y vendedoras ambulantes en plazas y vías públicas serán coordinados conjuntamente por la Dirección de Gestión de Servicios Públicos, la Comisaría Municipal, la Policía Municipal y la Policía Nacional.

Art. 23.- El Comisario Municipal, junto con el jefe de Policía y Vigilancia, los inspectores y los Policías Municipales, se encargará de supervisar rigurosamente que se cumplan adecuadamente las disposiciones establecidas en esta ordenanza.

Capítulo 3. Instalaciones	
Elementos atípicos: antenas- cable aéreo saturado	Código: AN- CAS
<p>Ordenanza que regula el impacto visual, paisajístico y ambiental en instalaciones Latacunga [Municipalidad de Latacunga]. 30 de septiembre de 2015. Municipalidad de Latacunga</p>	
<p>Art. 6.- La instalación de infraestructura para las estaciones base de telefonía móvil avanzada deberá cumplir con las normas de zonificación, uso y ocupación del suelo, y su compatibilidad con la ordenanza que regula el Uso y Ocupación del suelo, como equipamiento de servicios públicos, categorías, infraestructura, tipo sectorial y regulaciones relacionadas, así como cumplir con las siguientes condiciones generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Deberán armonizarse con el entorno circundante, adoptando las medidas necesarias de proporción y camuflaje para minimizar al máximo el impacto visual y en el entorno arquitectónico urbano. b) El conjunto formado por cada elemento de soporte y sus respectivas antenas ocupará un área específica en función de la necesidad técnica y buscando la máxima seguridad posible. c) En caso de que exista infraestructura compartida, el permiso de operaciones previsto en esta ordenanza será obtenido por la operadora que posea la estructura de soporte. <p>Art. 10.- Impacto Visual, Paisajístico y Ambiental: La infraestructura para las estaciones base de telefonía móvil avanzada deberá esforzarse por lograr la complejidad óptima de la instalación y el impacto visual más reducido posible, buscando una integración adecuada con el entorno arquitectónico urbano y el paisaje natural.</p>	

Capítulo 4. Publicidad	
Elementos atípicos: publicidad sobre fachada - publicidad separada de la fachada- postes con avisos	Código: PSF-PAF-PCA
<p>Ordenanza que reglamenta la instalación de rótulos publicitarios en el cantón Latacunga [Municipalidad de Latacunga]. 26 de abril de 2007. Municipalidad de Latacunga.</p> <p>Art. 1.- Para los fines de esta Ordenanza, todos los rótulos, letreros, anuncios, avisos y propaganda visual se consideran como PUBLICIDAD EXTERIOR. Su propósito es transmitir un mensaje publicitario en espacios públicos o en propiedades privadas, sin importar el tipo de material utilizado. Esto abarca carteles, ya sean fijos o móviles, iluminados o no, que se emplean para comunicar el mensaje. Todo esto se reconoce como publicidad exterior.</p> <p>Art. 2.- El Municipio asumirá la responsabilidad de supervisar las actividades de publicidad en lo que respecta a la ubicación, seguridad y apariencia estética de la instalación publicitaria.</p> <p>Art. 3.- Todas las formas de publicidad exterior están prohibidas: en y sobre los edificios que han sido declarados como monumentos históricos o artísticos de importancia nacional o local, así como en sus alrededores cuando, debido a su ubicación, la publicidad oculta o impide, total o parcialmente, la vista directa de los edificios.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Está prohibido colocar publicidad en y sobre edificios que han sido declarados monumentos históricos o artísticos de importancia nacional o local, así como en sus alrededores, si la publicidad oculta o impide, total o parcialmente, la vista directa de los edificios. b) Está prohibido colocar publicidad en todo el ámbito de los conjuntos urbanos que han sido declarados de interés histórico artístico. c) Está prohibido colocar publicidad en todo el ámbito de los espacios naturales protegidos. d) Está prohibido colocar publicidad en las márgenes de ríos y quebradas. e) Está prohibido colocar publicidad en los árboles, áreas verdes, jardines y parques públicos. f) Está prohibido colocar publicidad en los postes de alumbrado eléctrico. 	

- g) Está prohibido colocar publicidad en pancartas de cualquier material que estén atravesadas en las vías.
- h) Está prohibido colocar publicidad a una distancia menor a veinte metros de puentes, pasos a desnivel, redondeles e intersecciones de vías.

En general, está prohibido el uso de publicidad exterior que, debido a sus características o efectos, pueda causar miedo, alarma, alboroto, confusión o desórdenes públicos, así como la publicidad que utilice a la mujer o al niño de manera que degrade su dignidad o que afecte a la moral y buenas costumbres del ser humano

Art. 7.- Los soportes estructurales y los marcos de los carteles deben ser diseñados y contruidos con un enfoque integral, considerando tanto sus componentes individuales como el conjunto completo. Esto es para garantizar la seguridad pública, basándose en su solidez y estabilidad, y para asegurar una resistencia adecuada frente a eventos naturales.

Art. 8.- Las dimensiones máximas permitidas para publicidad, ya sean anuncios, carteles, dibujos, textos o cualquier tipo de mensaje publicitario, son las siguientes:

- a) En las fachadas laterales de los edificios, se permite un área que sea equivalente al 20% de la fachada y que no exceda los 36 metros cuadrados.
- b) En los terrenos sin construir, respetando el retiro correspondiente a la zonificación, se permite un área equivalente a veinticuatro metros cuadrados a una altura máxima de siete metros medidos desde el nivel de la acera.
- c) En los muros de cerramiento, estructuras metálicas o de madera que cierran fachadas y en las medianeras visibles desde la vía pública, se permite un área equivalente al veinte por ciento de la fachada, muro de cerramiento, estructura metálica o de madera y medianera y que no sea superior a treinta y seis metros cuadrados.
- d) En las fachadas, se permite un área equivalente al 20% de la misma, hasta un máximo de 10 m², de tal manera que no oculte elementos arquitectónicos ni disminuya la visibilidad e iluminación.

Art. 17.- La instalación de estructuras y la realización de actos de publicidad exterior sin la debida autorización o en contravención con las condiciones de la misma, se consideran infracciones graves. Estas serán penalizadas con la eliminación de la publicidad exterior a cargo del anunciante y con una multa equivalente a cinco dólares por metro cuadrado o fracción de metro cuadrado del anuncio publicitario. La

infracción de las normas sobre ubicación, seguridad y estética establecidas en esta Ordenanza, se consideran infracciones que serán penalizadas con la eliminación de la publicidad exterior a cargo del anunciante y con una multa equivalente a cinco dólares por metro cuadrado o fracción de metro cuadrado del anuncio publicitario. Para el cobro de esta multa, se emitirá el correspondiente título de crédito.

Capítulo 5. Infraestructura

Elementos atípicos: pavimento vehicular deteriorado- cerramiento provisional por obra- parada deteriorada

Código: PVD-CPO-PD

Ordenanza Especial para la Regularización de las Construcciones Ilegales [Municipalidad de Latacunga]. 12 de febrero de 2008. Municipalidad de Latacunga.

Art. 1.- Dentro del marco de esta Ordenanza, la ‘regularización de la construcción’ se entiende como el conjunto de procedimientos que buscan legalizar las edificaciones que se han construido de forma ilegal. Estas son las construcciones que se han levantado sin cumplir con las resoluciones, normativas y reglamentos que dicta el Plan de Desarrollo Urbano actual de la ciudad de Latacunga, y que se han erigido sin la aprobación de planos ni la concesión de permisos de construcción

Art. 87.- Aquellas construcciones que se han llevado a cabo de forma ilegal pero que han cumplido con lo establecido en esta Ordenanza, deberán abonar una suma que equivale al 50% del valor del fondo de garantía que se haya depositado o que debiera haberse depositado para la construcción, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo N° 473 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal. Al realizar este pago, obtendrán EL CERTIFICADO DE REGULARIZACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN. Este certificado será el único documento requerido por el propietario para gestionar cualquier trámite en la Municipalidad en relación con la construcción que ha sido legalizada.

Art. 9.- Para la legalización de las construcciones ilegales ubicadas en el área urbana del Cantón Latacunga, se ha fijado un período de seis meses que comenzará a partir del 01 de marzo de 2008.”

Art. 10.- Una vez que se hayan concedido los planos regularizados y el certificado de regularización de la construcción, los interesados deberán solicitar a la Jefatura de Avalúos y Catastros que registre las construcciones regularizadas. Deberán adjuntar una copia del plano como documento que permita la entrada y/o actualización del catastro, sin afectar el proceso institucional de actualización del catastro de oficio.

ANEXO 1. Registro fotográfico

ANEXO 2. Mapeo por grupos y barrios

ANEXO 3. Manejo de elementos atípicos

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

12.1 Impacto social

Al examinar la contaminación visual y los elementos atípicos en las áreas comerciales de la ciudad de Latacunga, buscamos fomentar la conciencia ambiental y social tanto en los residentes como en las autoridades actuales. Esto se debe a que el desorden visual y organizacional de los comercios, tanto formales como informales, genera caos, inseguridad, distracciones, condiciones insalubres y deterioro del paisaje estético de la ciudad. Por lo tanto, nuestro objetivo es alertar e incentivar a los ciudadanos y a las autoridades a cambiar su comportamiento frente a los problemas que la contaminación visual puede causar en una ciudad.

13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

MARCO ADMINISTRATIVO	
RECURSOS	
TALENTO HUMANO	Chicaiza Lenin autor del proyecto La contaminación visual publicitaria y elementos atípicos del sector comercial en la ciudad de Latacunga, tutor: Mg Jorge Freire.
Materiales	libreta, esferos
Institucionales	Universidad Técnica de Cotopaxi
Tecnológicos	Computador, Cámara, Tarjeta de memoria, USB, softwares
Bibliográficos	Artículos científicos

COSTOS DIRECTOS				
RECURSOS	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES Y SUMINISTROS	1	libreta para registro	1,75	1,75
	2	esferográficos	0,35	0,70
	1	Lápiz	0,50	0,50
	6	Internet (valor mensual)	22,40	134,40

TECNOLÓGICOS	1	Cámara profesional Sony Alpha 6400 (valor de depreciación 2024)	400,00	400,00
	1	Laptop (valor de depreciación 2024)	400,00	400,00
	1	Tarjeta de memoria 60 gb	12,00	12,00
SOFTWARE	1	Adobe illustrator (valor anual)	257,00	257,00
	1	Arc maps	151,00	151,00
	1	Adobe Photoshop	257,00	257,00
Total:			1500,20	
COSTOS INDIRECTOS				
TRANSPORTE	20	pasajes	5	100
ALIMENTACIÓN	20	20 días de investigación de campo	2,5	50
Total:			1650,20	

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 Conclusiones

- Se ha identificado que los focos de mayor aglutinación y contaminación visual se los visualiza en los sectores comerciales analizados tales como: la Matriz, Centro Histórico, Eloy Alfaro, Ignacio Flores y Juan Montalvo. Sectores que debido a su transitabilidad acoge negocios grandes, medianos e informales. Siendo así que de ellos deriva el uso desmedido de elementos atípicos y publicidad exterior, los cuales al no tener un correcto uso con respecto a las normativas impuestas por la municipalidad de la ciudad de Latacunga, reduce la estética de la ciudad, afecta al turismo, genera estrés visual, provoca distracciones y aumentan las probabilidades de accidentes.
- El análisis realizado a las zonas más caotizadas por la contaminación visual publicitaria y elementos atípicos de los sectores comerciales de la ciudad de Latacunga, se dedujo que, los problemas críticos no tan solo afecta al sector comercial sino también a la calidad de vida de los moradores, por lo que, los problemas que presenta la ciudad se derivan de otras causas como los son la ausencia de control por parte de las autoridades y su debido proceso sancionatorio. Y también de la sensibilización insuficiente sobre la prevención de la contaminación visual y sus efectos en una ciudad en desarrollo.
- La guía base tiene como finalidad guiar e inducir a los comercios grandes, medianos y pequeños, sobre el uso de las normativas publicitarias que rigen en la ciudad, como también el manejo de elementos atípicos que caotizan los espacios públicos. Siendo así, ésta una alternativa viable para que la ciudad pueda desarrollarse de manera estética, segura y sostenible.

14.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los dueños de establecimientos comerciales en las áreas estudiadas que consideren las regulaciones de publicidad e instalaciones establecidas por el municipio de Latacunga al exhibir publicidad exterior. Este consejo tiene como objetivo prevenir el deterioro visual y comercial de la ciudad, así como evitar posibles accidentes.
- Se aconseja a las autoridades municipales que implementen controles para orientar y mitigar el uso excesivo de elementos publicitarios y atípicos en la ciudad de Latacunga. De esta manera, se puede prevenir un paisaje urbano y comercial visualmente caótico.
- Se aconseja a todos los comercios que utilicen la guía base que contiene las normativas y ordenanzas de la ciudad de Latacunga para el uso de publicidad exterior y la gestión de elementos atípicos. Esto contribuirá a un desarrollo estético, seguro y sostenible de la ciudad.

15. BIBLIOGRAFÍA.

Ardohain, P. (2001). “stress” visual. Revista de Psicología.

<https://revistapsicologia.uchile.cl/index.php/RDP/issue/view/1701>

Arnheim, R. (1985). El pensamiento visual. Google Books. Pidós. [El pensamiento visual - Rudolf Arnheim - Google Libros](#)

Bermejo, E (2014). ¿QUÉ ES LA TECNOLOGÍA ARCGIS? Geoinnova. consultado el 2 de enero de 2024. <https://geoinnova.org/blog-territorio/que-es-la-tecnologia-arctgis/>

Betancourt, D. (2016, junio 19). Matriz de vester para la priorización de problemas. Ingenio Empresa: <https://www.ingenioempresa.com/matriz-de-vester/>

Cancela, R. & Cea, N. (2010). Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID..

<https://studylib.es/doc/5714428/metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n-educativa--investigaci%C3%B3n-...>

Careri, F. (2009). Walkscapes: el andar como práctica estética. Editorial Gustavo Gili.

<https://www.redalyc.org/journal/6458/645869489009/html/>

Castillo, J. (2023). Mapas de calor: una herramienta para visualizar datos geoespaciales.

<https://www.innovaciondigital360.com/big-data/mapa-de-calor-definicion-y-aplicaciones-en-diversos-campos/>

Cogollos van der Linden, J. N. (2011). El rótulo comercial. Protagonista de nuestra realidad. *EME Experimental Illustration, Art & Design*, (1), 34-

51(<https://doi.org/10.4995/eme.2011.1479>)

Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET). (s.f.). ILOSTAT. Recuperado de 1(<https://ilostat.ilo.org/es/about/standards/icls/>).

Consejo Municipal del Cantón Latacunga (1990, 19 de marzo).*Reglamento de instalación rótulos, letreros, anuncios, avisos y propaganda visual en el área del centro histórico de la*

ciudad de Latacunga. Municipalidad de Latacunga.

https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/Reglamentos/reglamento_20.pdf.

Dans, E. (2019). Contra la publicidad en los espacios públicos. Blogestudio.

<https://www.enriquedans.com/2019/12/contra-la-publicidad-en-los-espacios-publicos.html>

Fallas, J (2003). Conceptos básicos de cartografía. <https://pim.udelar.edu.uy/portal/wp-content/uploads/sites/14/2019/07/CONCEPTOS-B%C3%81SICOS-DE-CARTOGRAF%C3%8DA.pdf>

Fuentes, V, Arguello, A. (2015). Indicadores de contaminación visual y sus efectos en la población. *Ingeniería General. Scielo.*

http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-65422015000300115

Galindo, H. (2018). UN META-ANÁLISIS DE LA METODOLOGÍA FLIPPED CLASSROOM EN EL AULA DE EDUCACIÓN PRIMARIA. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. ISSN 1135-9250. <https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/983/pdf>

Gallotti, R. (2019). Organización jerárquica de la movilidad urbana y su conexión con la habitabilidad de la ciudad. Europe PMC. <https://europepmc.org/article/MED/31645563>

Galván, A. (2023). Calidad de vida: Elementos objetivos y subjetivos del bienestar social. Recuperado de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa2/n2/m2.html>

Garrido, J. (2020). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. Revista de Ciencias Sociales. Universidad del Zulia, Venezuela. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf>

Goleman. (1995). Emotional intelligence. Asociación Americana de Psicología. PsycNet. <https://psycnet.apa.org/record/1995-98387-000>

Gómez, J. (2016). “La contaminación visual y efecto que causa la publicidad exterior en la ciudad de Guayaquil”. *Facultad de comunicación social carrera de diseño gráfico.*

<https://repositorio.ug.edu.ec/bitstreams/f86be3a5-e9ab-4e24-9208-516f52ebf1c3/download>

Gorelik, A (2003, junio). CIUDAD, MODERNIDAD, MODERNIZACIÓN. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. <https://www.redalyc.org/pdf/791/79105602.pdf>

Guillaume, G. (2015). El análisis de políticas públicas. Conceptos, teorías y métodos. Quito: Anthropos, Flacso1 (<https://www.redalyc.org/journal/675/67546312012/html/>)

Jiménez, E (2015). Determinación de la contaminación visual en la parroquia la matriz, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/2701>

- Kassab, G. (2006). Ley “Ciudad Limpia”: Prohibición de publicidad exterior en São Paulo, Brasil. *Revista de Políticas Urbanas y Ambientales*. <https://www.cideu.org/proyecto/ley-ciudad-limpia/>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing* (13a ed.). McGraw Hill. <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-del-valle-de-mexico/competencias-de-comunicacion/5-conceptos-de-publicidad-diferentes-autores/17430748>
- Lascano, D Salazar, J, Figueroa, D (s, f). Apuntes para el estudio de la gestión publicitaria en la fiesta de la Mama Negra de la Merced en la ciudad de Latacunga. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8133753.pdf>
- Lefebvre, H. (2008). La producción del espacio: Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano. *Épsilon*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5593337.pdf>
- Lobeto. (1998). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela: Visual pollution in public spaces in Venezuela. *Revista Gestión y Ambiente*, volumen 16(1), 45-60. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/39347/27882-170527-1-PB.pdf?sequence=1>
- Lupton. (2011). La investigación de campo como punto esencial en proyectos de investigación: Universidad Técnica de Ambato, Vol 2, No. 10.1, 155-164. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6259170.pdf>
- Marrero Guillamón, I. (2008). La producción del espacio público: Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano. *Épsilon*. https://www.academia.edu/468249/La_producci%C3%B3n_del_espacio_p%C3%ABlico_Fundamentos_te%C3%B3ricos_y_metodol%C3%B3gicos_para_una_etnograf%C3%ADa_de_lo_urbano_2008
- Melgar, M. (2009). Manual para el desarrollo del mapeo de actores claves (MAC) para el desarrollo de procesos de ordenamiento territorial a nivel de cuencas hidrográficas y municipios. Recuperado de 1(<https://www.gestiopolis.com/manual-para-el-desarrollo-del-mapeo-de-actores-claves-mac/>)
- Méndez, C (2013). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela. *Gestión y Ambiente*. Universidad Nacional de Colombia Medellín, Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/1694/169427489007.pdf>

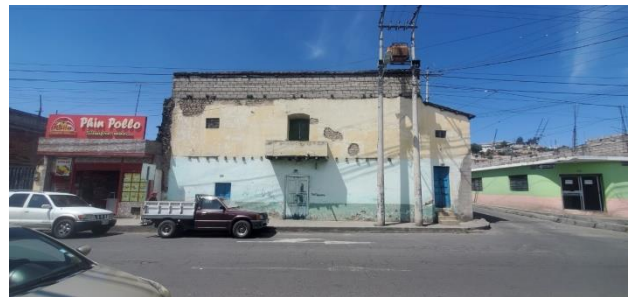
- Ortega, J. (2010). Uso de entornos de globo virtual. Recuperado de [1\(https://www.redalyc.org/pdf/2010/201017334007.pdf\)](https://www.redalyc.org/pdf/2010/201017334007.pdf)
- Pacheco, M. (2000). Publicidad Exterior del papel al led. Telos, páginas. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero082/publicidad-exterior-del-papel-al-led/>
- Pérez, J. (2018). Evaluación de impacto ambiental. Editorial Universitaria. (300 pp.)
- Pérez,(2014). Matriz Vester. Prezi. Consultado el 2 de enero de 2024. <https://prezi.com/vw55sfxhbdic/matriz-de-vester/>
- PORTELLA, A. 2014. *Contaminación visual . Publicidad, Señalización y Calidad Ambiental* Diseño y entorno construido, Londres, Ashgate.
<https://vitruvius.com.br/pesquisa/bookshelf/book/1522>
- Rivera C., G. H. (2013). Elementos atípicos y contaminación visual urbana en un sector de la zona centro de Bogotá. Épsilon. <https://ciencia.lasalle.edu.co/ep/vol1/iss21/5/>
- Rodríguez, A. (2008). Contaminación visual: causas, consecuencias y soluciones. *Revista de Gestión Ambiental*. <https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-visual-causas-consecuencias-y-soluciones-32.html>
- Torres, E., & Muñoz, J. P. (2006). Publicidad exterior: Estudio exploratorio de recordación de marca y motivación de compra. *Revista Venezolana de Gerencia*. 11(36), 115-130.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842006000400005
- Valbuena, A (2019). Diagnóstico de la contaminación visual urbana a partir de la presencia de los elementos atípicos en el espacio público del municipio de El Colegio. *Universidad de la Salle*.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2150&context=ing_ambiental_sanitaria
- Velandia, C (2013). La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela. Gestión y ambiente. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489007>

16. ANEXOS

Formato de Campo- Registro Fotográfico



Sector Eloy Alfaro



La Matriz



Centro Histórico





San Sebastián



Ignacio Flores





La Matriz

Figura 23

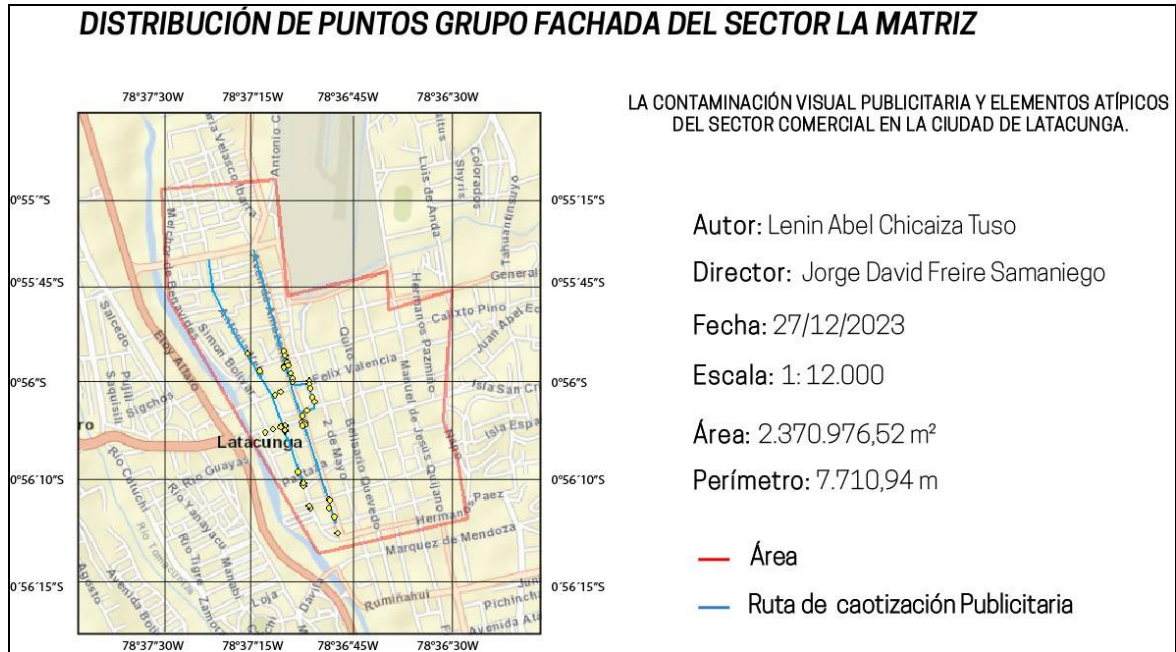
Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Publicidad Sector la Matriz



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a la publicidad en el barrio La Matriz

Figura 24

Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Fachada Sector la Matriz.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a la fachada en el barrio La Matriz.

Figura 25

Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Comercio Sector la Matriz



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes al comercio en el barrio La Matriz.

Figura 26

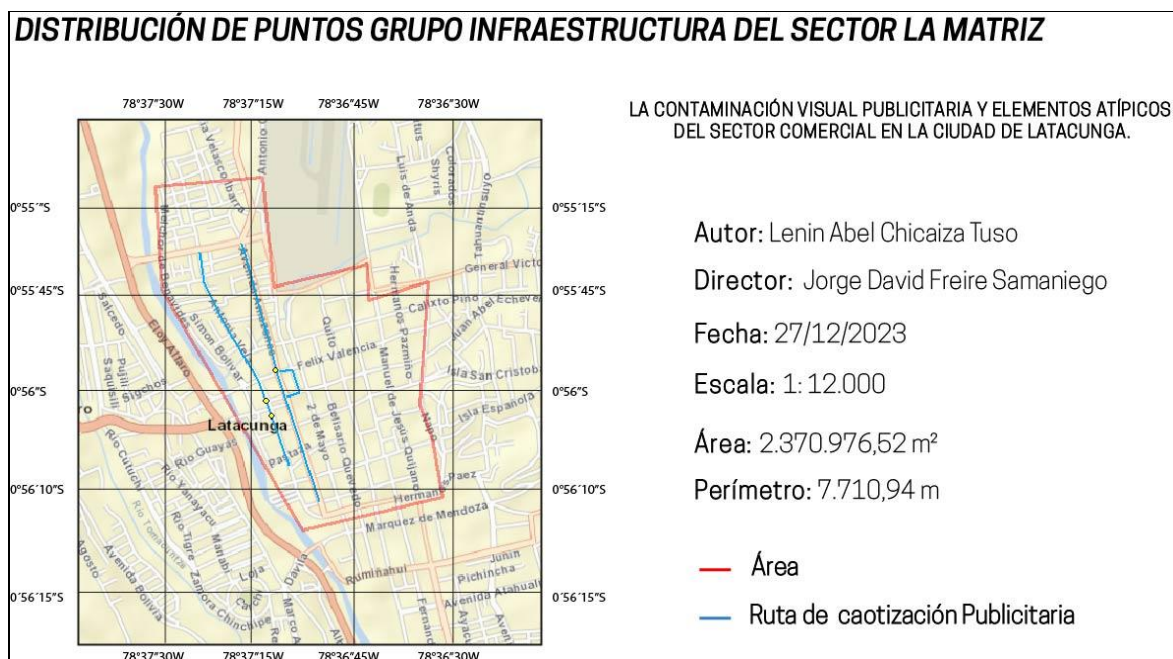
Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Instalaciones Sector la Matriz.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a instalaciones en el barrio La Matriz.

Figura 27

Distribución de Puntos Caóticos Identificados Grupo Infraestructura Sector la Matriz.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a infraestructura en el barrio La Matriz.

Centro Histórico

Figura 28

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad Sector Centro Histórico.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a la publicidad en el barrio Centro Histórico.

Figura 29

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada Sector Centro Histórico.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a la fachada en el barrio Centro Histórico.

Figura 30

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio Sector Centro Histórico.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes al comercio en el barrio Centro Histórico.

Figura 31

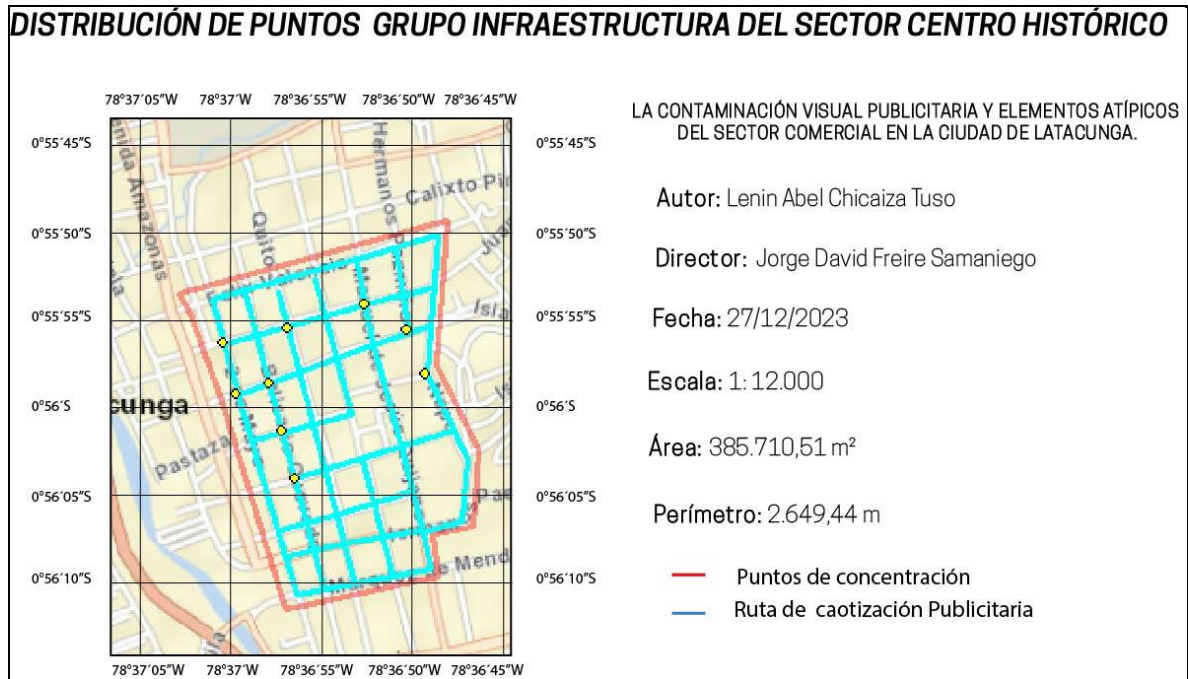
Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones Sector Centro Histórico.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes al comercio en el barrio Centro Histórico.

Figura 32

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura Sector Centro Histórico.

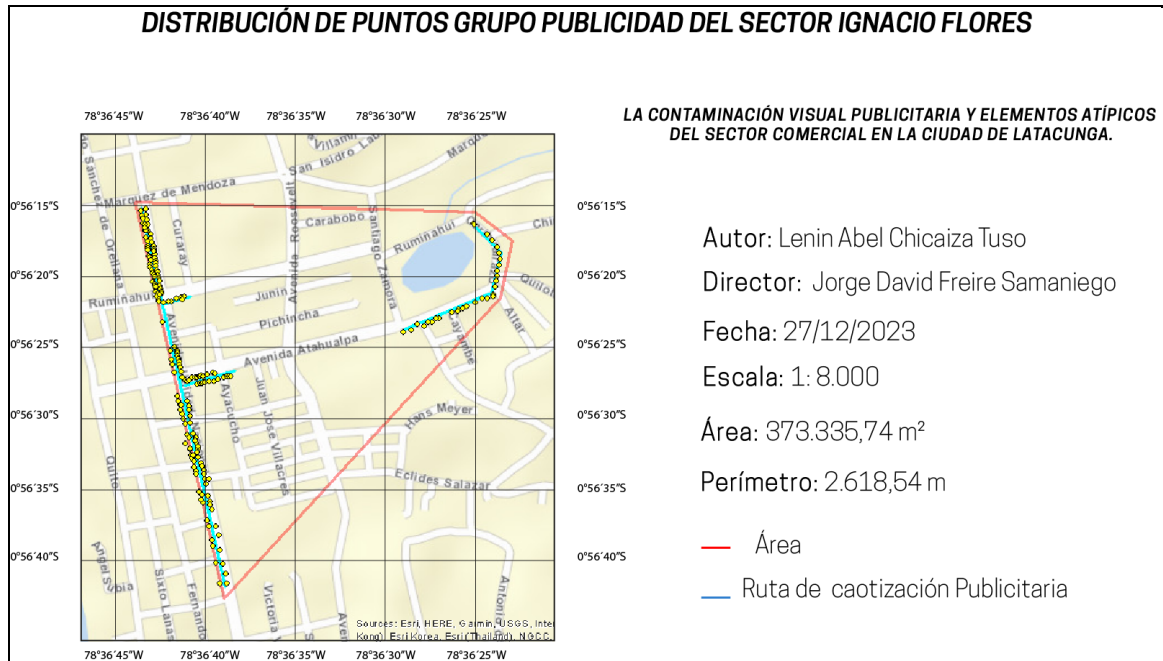


Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a la infraestructura en el barrio Centro Histórico.

Sector Ignacio Flores

Figura 33

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del grupo Publicidad Sector Ignacio Flores.



Nota: Se visualiza puntos caóticos identificados referentes a publicidad en el sector Ignacio Flores

Figura 34

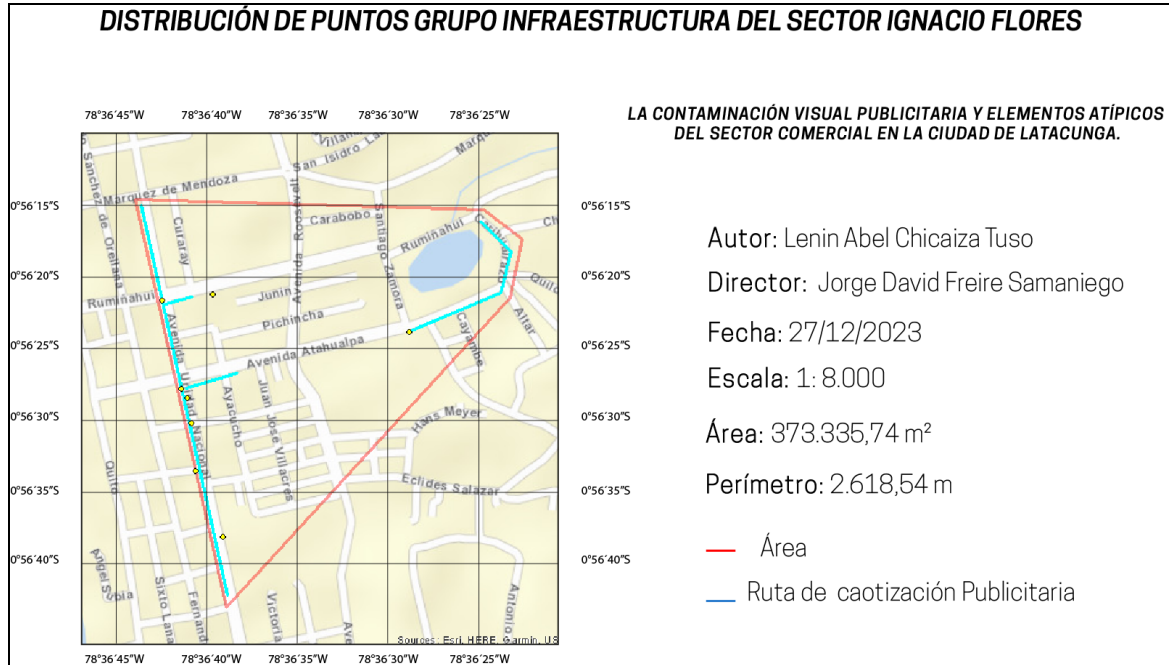
Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Ignacio Flores.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a publicidad en el sector Ignacio Flores

Figura 37

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura en el Sector Ignacio Flores.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a infraestructura en el sector Ignacio Flores.

Eloy Alfaro

Figura 38

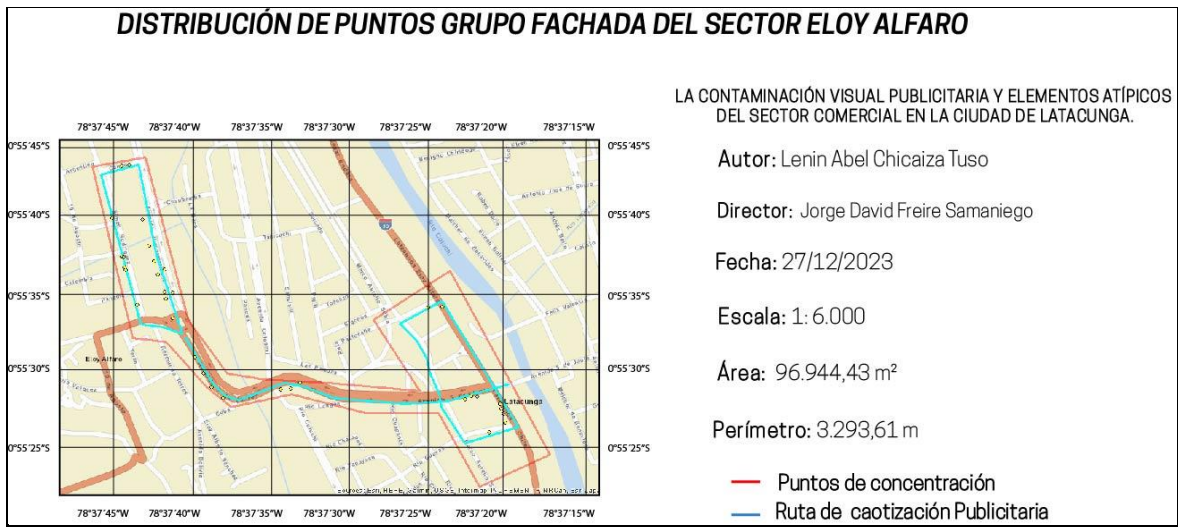
Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad en el Sector Eloy Alfaro.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a la publicidad en el sector Eloy Alfaro

Figura 39

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Eloy Alfaro.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a la fachada en el sector Eloy Alfaro

Figura 40

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio en el Sector Eloy Alfaro



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes al comercio en el sector Eloy Alfaro.

Figura 41

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones en el Sector Eloy Alfaro.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a instalaciones en el sector Eloy Alfaro.

Figura 42

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructuras en el Sector Eloy Alfaro.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a infraestructura en el sector Eloy Alfaro.

Juan Montalvo

Figura 43

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Publicidad en el Sector Juan Montalvo.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a publicidad en el sector Juan Montalvo.

Figura 44

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Fachada en el Sector Juan Montalvo.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a fachada en el sector Juan Montalvo.

Figura 45

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Comercio en el Sector Juan Montalvo.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes al comercio en el sector Juan Montalvo.

Figura 46

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Instalaciones en el Sector Juan Montalvo.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a instalaciones en el sector Juan Montalvo.





Figura 47

Distribución de Puntos Caóticos Identificados del Grupo Infraestructura en el Sector Juan Montalvo.



Nota: Se observan puntos caóticos identificados referentes a infraestructura en el sector Juan Montalvo.

MANEJO DE ELEMENTOS ATÍPICOS

Capítulo 1. Publicidad	
<p>Elemento atípicos: Dibujos no autorizados sobre fachada- fachada sin mantenimiento- fachada saturada por publicidad- fachada cubierta por artículos</p>	<p>Código: DNA-FSM-FSA-FCA</p>
<p>Dibujos no autorizados</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Al lado izquierdo podemos visualizar una fachada manchada por grafitis, mientras que, al lado derecho observamos una fachada libre de grafitis.</p>	
<p>Fachada sin mantenimiento</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>En el lado izquierdo visualizamos una fachada sin mantenimiento y deteriorada, mientras que, al lado derecho observamos una fachada cuidada y pintada.</p>	

Fachada saturada por avisos



Al lado izquierdo visualizamos una fachada saturada por avisos publicitarios, mismos que confunden y no informan de manera acertada, mientras que, al lado izquierdo observamos una fachada con menos avisos publicitarios y más legibles.

Fachada cubierta por artículos



Al lado izquierdo podemos visualizar una fachada saturada por artículos a comercializarse, mientras que al lado derecho observamos una fachada menos caotizada por artículos.

Capítulo 2. Comercio

Elementos atípicos: invasión del espacio público-venta informal-**Código:** IEP-VI

Invasión del espacio público



Podemos en el lado izquierdo observar un comercio informal invadiendo el espacio público, mientras que, en el derecho visualizamos el espacio público sin venta informal y sin invasión del espacio público

Capítulo 3. Instalaciones

Elementos atípicos: antenas- cable aéreo saturado**Código:** AN- CAS

Antenas



En el costado izquierdo visualizamos la fachada con antenas en ella, mientras que al lado derecho vemos una fachada libre de antenas

Cableado aéreo saturado



Al lado izquierdo podemos visualizar un poste con saturación excesiva de cableado aéreo,

mientras que al lado derecho visualizamos el poste de alumbrado público sin exceso de cableado

Capítulo 4. Publicidad

Elementos atípicos: publicidad sobre fachada - publicidad separada de la fachada- postes con avisos

Código: PSF-PAF-PCA

Publicidad sobre fachada



En el lado izquierdo podemos observar una fachada saturada de avisos, por el contrario al lado derecho se visualiza una fachada menos cargada de anuncio publicitarios.

Publicidad separada de la fachada



En el lado izquierdo podemos observar un anuncio publicitario invadiendo la acera mientras que al lado izquierdo se aprecia una acera libre de publicidad.

Postes con avisos



En el lado izquierdo se observa el poste de alumbrado público saturado de avisos publicitarios, mientras que al lado derecho se observa un poste libre de avisos publicitarios.

Capítulo 5. Infraestructura

Elementos atípicos: pavimento vehicular deteriorado- cerramiento provisional por obra- parada deteriorada

Código: PVD-
CPO-PD

Pavimento vehicular deteriorado



En el lado izquierdo se observa el pavimento vehicular deteriorado y al lado derecho su reparación respectiva

Cerramiento provisional por obra



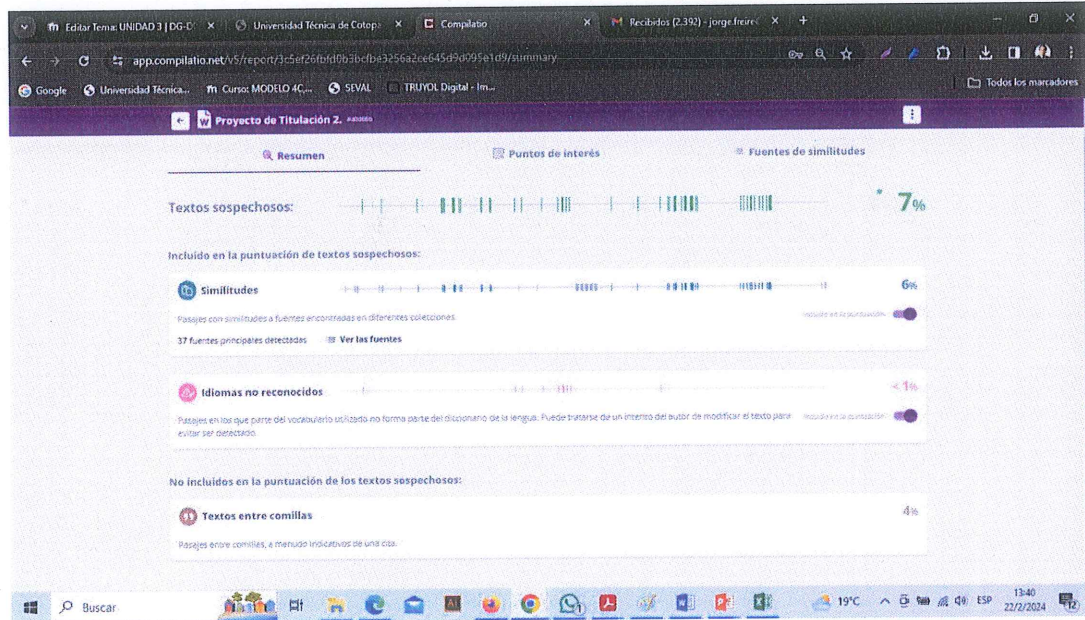
Se puede observar a la izquierda un cerramiento por obra no adecuado y a la izquierda el cerramiento con el material y color debido



Al lado izquierdo se puede observar una ruptura en el techo de la parada de buses, mientras que al lado izquierdo se visualiza la reparación del techo de la misma.

CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el tema: “LA CONTAMINACIÓN VISUAL PUBLICITARIA Y ELEMENTOS ATÍPICOS DEL SECTOR COMERCIAL EN LA CIUDAD DE LATACUNGA” de **Chicaiza Tuso Lenin Abel**, de la carrera de Diseño Gráfico, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilation, con un porcentaje de coincidencias del 4%; y, expresé una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.



Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 22 de febrero de 2024

Firma

Mg. Jorge David Freire Samaniego

C.C.: 0501624810

TUTOR