

## **CAPÍTULO I**

### **1.- FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EL OBJETO DE ESTUDIO**

#### **1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Con respecto a la contaminación visual existen varias investigaciones similares a este tema, la mayoría de las cuales se han realizado fuera del país, así:

La Arq. COUTO Melita (2010):“El problema paisajístico que se tratará es uno de los muchos tipos de contaminación ya conocidos, menos evidente, llamativo o dañino quizás que otros pero no menos importante especialmente del punto de vista paisajístico”. (Pág. 67.)

Se le denomina internacionalmente como contaminación visual y al igual que otros tipos de contaminación más del dominio público, como son las contaminaciones sonora, del aire, del suelo, térmica. Es un tipo de daño reconocido. El paisaje constituye un recurso patrimonial público y turístico económico, que debemos preservar.

Lo que ocupa en este informe es la categoría estética que ha adquirido el cartel en el paisaje urbano y suburbano y cómo influye en él. A veces daría la impresión de que ya no se lo considera una molestia en el, por ocultamiento o contraste. La cartelera errática afecta el entorno, aunque su número sea reducido en algunas zonas. "Cinco carteles pueden tener un impacto muy grande cuando uno simplemente quiere ver el paisaje". El Arq. SPRECHMANN aclara que “no ataca a la publicidad, pero estima que ésta debe desarrollarse en base a reglas de juego racionales y urbanísticamente viables, (Pág. 129.)

“La misma es estudiada internacionalmente y existe legislación que determina sus límites, en nuestro país en forma incipiente; e internacionalmente la misma es una forma de contaminación que llama la atención actualmente de numerosos actores, grupos ecologistas, urbanistas, políticos regionales o nacionales de diferentes países”.

SANTIAGO, Jesús (2008): “La contaminación visual en Ciudad Bolívar se manifiesta de las siguientes formas: El Casco Histórico de la ciudad es un caso anómalo, por cuanto la concentración de actividades comerciales es relativamente baja; sin embargo, exhibe elementos, como antenas de radioteléfonos, que no armonizan con el paisaje. En otras áreas, el comercio es la causa más importante de contaminación visual, con vallas publicitarias gigantescas y grandes acumulaciones de basura. El comercio informal se impone en diversos sitios de la ciudad, acarreando problemas como la obstrucción del tránsito. El auge reciente de las invasiones de terrenos ha exacerbado el problema de contaminación visual ocasionando áreas paupérrimas (rancherías). La falta de plantas de tratamiento de aguas servidas está convirtiendo los ríos de la zona en corrientes de aguas putrefactas. Aunado a esto, buena parte de la ciudadanía considera a los cuerpos de agua como especies de basurereros naturales” (Pág. 208.)

FOPPIANI, Nicolás (2011): “En el presente trabajo el tesista se propone realizar un acercamiento hacia la problemática de la contaminación visual, un particular fenómeno de polución ambiental típico de las grandes ciudades y del desarrollo de la economía de mercado. Mi objetivo es brindar una descripción de este fenómeno y sus implicancias jurídicas, sin ahondar en cuestiones propias de disciplinas como la arquitectura y el urbanismo”.

Para recabar información sobre el tema, recurro a material de corte técnico, tal es el caso del Anteproyecto de Ordenanza de Intervención visual urbana y el dictamen del Secretario de Planeamiento de la Municipalidad de Rosario; como así también a enfoques doctrinarios y jurisprudenciales al problema de la polución

urbana y a artículos periodísticos referidos a la contaminación visual”, (Pág. 123.)

El tesista cree necesario señalar que desde el comienzo de la tarea investigativa se ha encontrado con una importante dificultad a la hora de recabar elementos –tanto doctrinarios como jurisprudenciales– que traten el tema desde una óptica jurídica. En ese sentido, los trabajos de doctrina a los que he tenido acceso se refieren a la contaminación visual sólo tangencialmente, al hacer un tratamiento general de la problemática ambiental; y como tal lo consideran dentro de los de menor incidencia (por ejemplo, si se lo compara con la polución de las aguas). He encontrado numerosos artículos periodísticos (nacionales y extranjeros) referidos específicamente al tema.

En materia de jurisprudencia, si bien se ha rastreado en todas las publicaciones disponibles en la biblioteca de los Tribunales Provinciales de Rosario y en internet, se ha encontrado sólo un antecedente referido directamente a la contaminación visual (F.A.V.A.T. c/Ciudad de Buenos Aires), y ello ha sido posible a través de artículos periodísticos, por lo que no se ha accedido, pese a mi infructuosa búsqueda, al texto del fallo en sí.

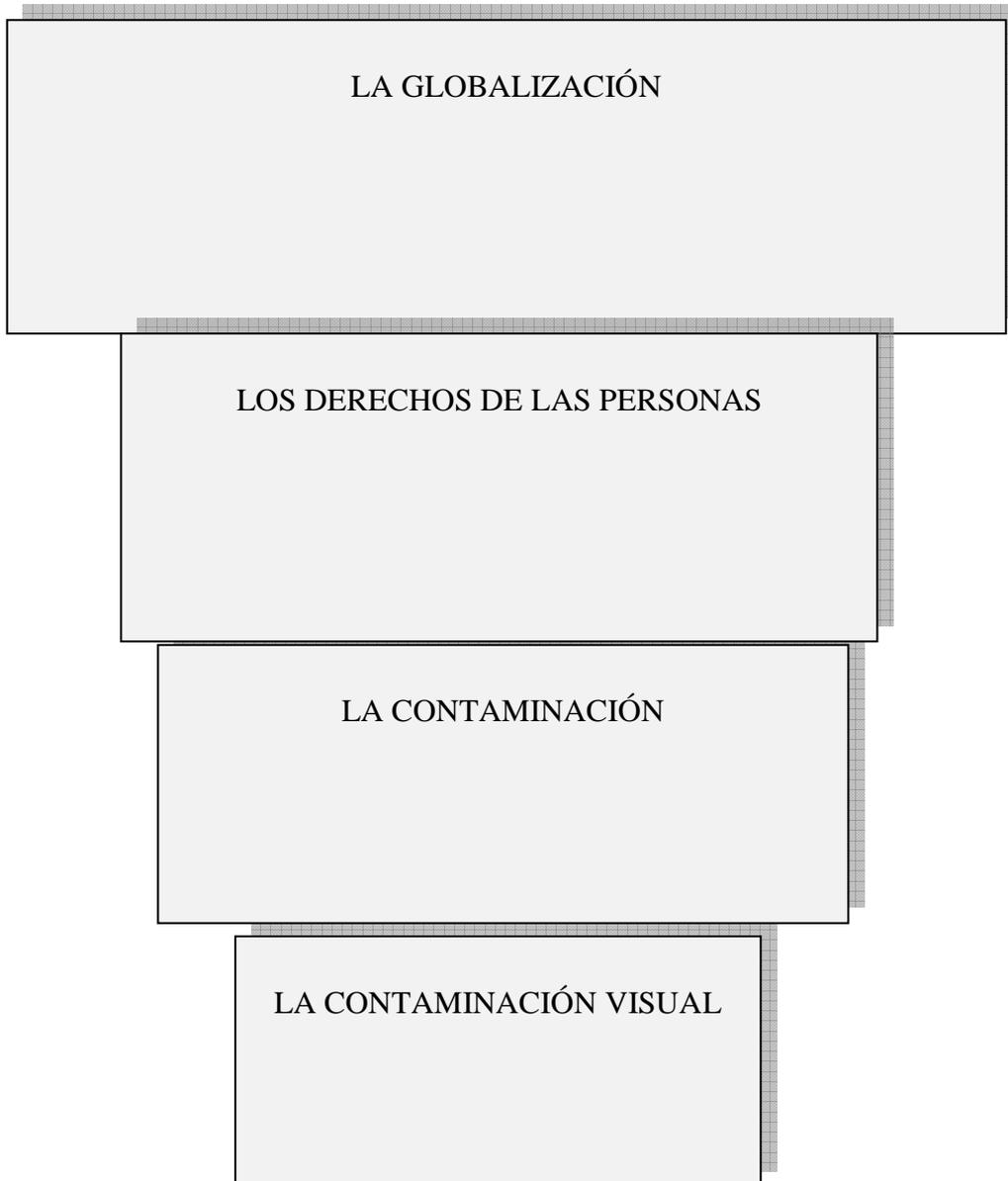
En los dos primeros capítulos, de óptica ambientalista, luego de encuadrar la cuestión ambiental como una de las nuevas competencias municipales, se parte de considerar al fenómeno del daño ambiental en general, para luego llegar al ámbito de la ciudad, y finalmente al problema de la contaminación visual en particular.

Los capítulos III y IV pretenden mostrar cómo la problemática ambiental repercute en el mundo de lo jurídico, en el primero, a través de un somero análisis de los medios procesales constitucionales tendientes a resguardar la integridad del medio ambiente y un antecedente jurisprudencial referido a la contaminación visual. En el segundo, se hace una referencia al marco normativo vigente, sus antecedentes y principales disposiciones y se analiza la nueva normativa

propuesta para la ciudad de Rosario, siempre desde el punto de vista jurídico, sin pretender ahondar en cuestiones técnicas.

Finalmente, el tesista expresa las conclusiones acerca del rol que juegan los gobiernos municipales, los partidos políticos y la ciudadanía frente a la contaminación visual, y a la posibilidad que debe otorgarse a los particulares para accionar judicialmente en caso de una lesión al medio ambiente.

## 1.2.- CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



## **1.3. MARCO TEÓRICO**

### **1.3.1. LA GLOBALIZACIÓN**

La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por las sociedades que viven bajo el capitalismo democrático o la democracia liberal y que han abierto sus puertas a la revolución informática, plegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones internacionales.

Para REYES, Geovanny, Quito (2010) “Es una teoría entre cuyos fines se encuentra la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos del desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas. La globalización es un conjunto de propuestas teóricas que subrayan especialmente dos grandes tendencias: (a) los sistemas de comunicación mundial; y (b) las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales.”(Pág. 105.)

A través del proceso de globalización, uno de los supuestos esenciales es que cada vez más naciones están dependiendo de condiciones integradas de comunicación, el sistema financiero internacional y de comercio. Por lo tanto, se tiende a generar un escenario de mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial y sus transacciones comerciales (SUNKEL: 1995; CARLSSON: 1995; SCHOLTE 1995). Efectos e influencias derivados de los "aspectos integradores" pueden ser estudiados desde dos perspectivas principales: (a) el nivel externo de los países, o nivel sistémico; y (b) el nivel de las condiciones internas de los países, o

aproximación subsistemita. En este último caso, las unidades de análisis serían aquellas que corresponden con las variables de crecimiento y desarrollo económico, así como indicadores sociales.

Respecto a los procesos de globalización que están teniendo lugar en la actualidad, en la esfera económica, existen dos aspectos medulares relacionados con el área de la política económica internacional: (a) la estructura del sistema económico mundial, y (b) cómo esta estructura ha cambiado. Estos temas pueden ser abordados a partir de la teoría de la globalización tomando en cuenta los conceptos del desarrollo. Los fundamentos de la globalización señalan que la estructura mundial y sus interrelaciones son elementos claves para comprender los cambios que ocurren a nivel social, político, de división de la producción y de particulares condiciones nacionales y regionales.

La premisa fundamental de la globalización es que existe un mayor grado de integración dentro y entre las sociedades, el cual juega un papel de primer orden en los cambios económicos y sociales que están teniendo lugar. Este fundamento es ampliamente aceptado. Sin embargo, en lo que se tiene menos consenso es respecto a los mecanismos y principios que rigen esos cambios.

Las teorías económicas neoclásicas acentúan la preeminencia de las ventajas comparativas (KLEIN, PAULY y VOISIN 1985), los métodos propios de las relaciones internacionales resaltan las variables geopolíticas (KEOHANE 1993, y THOMPSON 1991), mientras que las perspectivas desde la teoría de los sistemas mundiales subrayan los intercambios desiguales (AMIN 1989; FRANK 1979; WALLERSTEIN 1991). Estas aproximaciones ofrecen Contrastes en las interpretaciones del cambio a nivel mundial.

CARDOSO (1992) de manera más particular, las principales áreas de disputa en términos de la teoría de la globalización tienen relación con: (a) el hecho de que los países pueden tener más de tres áreas de colocación en el sistema mundial: centro, semiperifèrie y periferia (SCHOTT 1986); (b) las características de

posición de varios países en cuanto a compartir un mismo patrón de relaciones pueden estar relacionadas con la formación de "camarillas" o grupos de fuerte o estrecha relación entre ellos y débil agrupación con el resto, ocurriendo esta situación especialmente a niveles regionales (SNYDER 1989); (c) Aún dentro de una misma posición de países, por ejemplo dentro de la periferia, se pueden detectar variaciones significativas entre las naciones, tales como tamaño de las economías, demanda efectiva interna, estructura de exportación, y niveles de crecimiento y desarrollo económico (SMITH 1992); y (d) existe fuerte evidencia de que los patrones de concentración económica entre naciones, especialmente en los campos del comercio internacional y de las finanzas mundiales; estos rasgos estarían asociados a los niveles de desarrollo que son abordados con insistencia por autores de la corriente teórica del Neo estructuralismo en el desarrollo. (Pág.56)

### **1.3.1.1.- La Globalización como una Teoría del Desarrollo**

En términos generales la globalización tiene dos significados principales:

Como un fenómeno, implica que existe cada vez más un mayor grado de interdependencia entre las diferentes regiones y países del mundo, en particular en las áreas de relaciones comerciales, financieras y de comunicación;

Como una teoría del desarrollo, uno de sus postulados esenciales es que un mayor nivel de integración está teniendo lugar entre las diferentes regiones del mundo, y que ese nivel de integración está afectando las condiciones sociales y económicas de los países.

Los niveles de mayor integración que son mencionados por la globalización tienen mayor evidencia en las relaciones comerciales, de flujos financieros, de turismo y de comunicaciones. En este sentido, la aproximación teórica de la globalización toma elementos abordados por las teorías de los sistemas mundiales. No obstante,

una de las características particulares de la globalización, es su énfasis en los elementos de comunicación y aspectos culturales.

Además de las relaciones tecnológicas, financieras y políticas, los académicos de la globalización argumentan que importantes y elementos nunca antes vistos de comunicación económica están teniendo lugar entre naciones. Esto se pone de manifiesto preferentemente mediante novedosos procesos tecnológicos que permiten la interacción de instituciones, gobiernos, entidades y personas alrededor del mundo.

Los principales aspectos de la globalización son resumidos en los puntos siguientes:

Los sistemas de comunicaciones globales están teniendo un crecimiento importancia en la actualidad; es por medio de estos procesos que las naciones, grupos sociales y personas están interactuando de manera más fluida tanto dentro como entre naciones;

Aun cuando los sistemas más avanzados de comunicación están operando preferentemente entre las naciones más desarrolladas, estos mecanismos también están haciendo sentir sus efectos en las naciones menos avanzadas. Esta situación puede permitir la interacción de grupos a partir de las naciones más pobres en su comunicación con otros centros más desarrollados de manera más fácil. En esto cobraría sentido hasta cierto punto el pregonado principio de la aldea global en cuanto a las comunicaciones y las transacciones comerciales y financieras;

Respecto a las actividades económicas, los nuevos avances tecnológicos en las comunicaciones están llegando a ser cada vez más accesibles a pequeñas y medianas empresas locales. Esta situación está creando un nuevo escenario para las transacciones económicas, la utilización de los recursos productivos, de equipo, intercambio de productos y la presencia de los "mecanismos monetarios virtuales". Desde una perspectiva cultural, los nuevos productos para la

comunicación están desarrollando un patrón de intercambio e interconexión mundiales;

El concepto de minorías dentro de los diferentes países está siendo afectado por los patrones de comunicación. A pesar de que las minorías pueden no estar completamente integradas dentro de los nuevos circuitos de comunicación, reciben las influencias incluyendo el hecho de que los sectores de mayor poder económico y político si se están integrando en la nueva esfera de interconexión. En última instancia continua el factor de que son las élites de negocios y políticas las que determinan las decisiones políticas dentro de los estados-nación.

Elementos de índole económica y social que se halle bajo la influencia de las condiciones actuales del fenómeno de la globalización ofrecen circunstancias dentro de las cuales se desarrollan las condiciones sociales dentro de los países. SERRANO, Luis, Cuenca (2007).

Con base en los principales aspectos que incluye la teoría de la globalización, los principales supuestos de esta teoría se resumen en los siguientes. Primero, factores económicos y culturales están afectando cada aspecto de la vida social de una manera cada vez más integrada. Segundo, en las condiciones actuales y respecto a los estudios específicos de particulares esferas de acción -por ejemplo comercio, finanzas o comunicaciones- la unidad de análisis basada estrictamente en el concepto de estado-nación tiende a perder vigencia. . En particular las comunicaciones están haciendo que esta categoría no posea como antes, una preponderancia causal en muchos aspectos del comportamiento a nivel de naciones.

Uno de los elementos claves de la globalización es su énfasis en el estudio de la creciente integración que ocurre especialmente entre las naciones más desarrolladas. Esta integración afecta especialmente las áreas de comercio, finanzas, tecnología, comunicaciones y coordinación macroeconómica (DEMAR 1992; CARLSSON 1995). A nivel subsistémico, es decir dentro de las sociedades

de los países, se observa un fenómeno de integración social, pero también de creciente discriminación y marginalidad económica en varios sectores (SUNKEL 1995; PAUL 1996; SCHOLTE 1996).

Durante los últimos años, el término globalización ha sido utilizado preferentemente en relación con la revolución tecnológica en el área de comunicaciones y la creación del ciberespacio. Sin embargo, uno de los principales argumentos ya substanciales con las condiciones actuales de la economía y los flujos informativos, que incluso formulaba el concepto de la "globalización de los mercados" en sus formas actuales, puede ser encontrado en un artículo de 1983 firmado por LEVITT, Theodore en el Harvard Business Review (Pág. 29.)

El aspecto funcionalista de la globalización es el que distingue esta teoría del concepto de la internacionalización económica. De conformidad con KICKENS, Peter, la globalización contiene procesos que son cualitativamente distintos de la internacionalización. En ellos se involucra no solamente la extensión geográfica de las actividades económicas, procesos de internacionalización, sino también y más importante, la integración funcional de actividades que antes se encontraban dispersas. Esto último siendo el rasgo peculiar de la globalización dentro de las innovaciones tecnológicas más recientes. El actual proceso de globalización redundante, por ello, en la formación de unidades funcionales a nivel planetario. PARRA, Saúl Quito (Pág. 72) (2003).

### **1.3.2.- LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS**

El derecho de personas es una rama del derecho civil, en el cual se trata sobre la existencia de las personas y el nacimiento, modificación y extinción de situaciones de índole jurídica que pueden suceder por los actos realizados por éstas.

Al ser el Derecho Civil un derecho de índole meramente privado, el actuar de las personas es el motor y base de la existencia de tal derecho. Así, un breve vistazo

al índice sistemático del derecho civil nos permite conocer que el núcleo central de este código está representado por: "La persona en sí misma considerada, en su dimensión familiar y en sus relaciones patrimoniales", PLACENZA, Miqqa (2009) (Pág. 54.)

1.3.2.1.- División civil de las personas.- Las personas dentro del derecho civil son el concebido para todo lo que le favorezca, personas naturales, personas jurídicas y las personas jurídicas no inscritas, siendo las personas naturales aquellos individuos de la especie humana, mientras que personas jurídica son aquellas corporaciones o fundaciones de beneficencia que son asimiladas como personas con la finalidad de que dichos colectivos puedan realizar actos que surtan efectos jurídicos en la esfera privada del Derecho.

Se considera personas naturales a todo individuo de la especie humana, sin importar su edad, sexo, raza o condición. Se dividen en nacionales y extranjeros. En la mayoría de legislaciones occidentales no existe discriminación alguna entre personas nacionales y extranjeras, aunque si se diferencian a las personas entre domiciliadas y las transeúntes.

1.3.2.2.- Principio de existencia de las personas.- El nacimiento de una persona fija el principio de su existencia jurídicamente, en virtud de lo cual, su nacimiento establece ya derechos y obligaciones. Si la criatura muere dentro del vientre de su madre, se reputará como no haber existido jamás, por lo que no establecerá el nacimiento de situaciones jurídicas. De las circunstancias de la muerte de la criatura, es decir de haber existido o no el aborto, se ocupará el Derecho Penal.

Con la finalidad de que legalmente se proteja la vida de los nasciturus, se corregirá la fecha de la probable concepción en no menos de ciento ochenta días cabales antes del nacimiento y no más de trescientos contados hacia atrás desde la media noche en que principie el día del nacimiento.

El domicilio es un aspecto importante en cuanto a las personas, por cuanto es la residencia de un sujeto, acompañada del real o presuntivo ánimo de permanecer en ella. Con respecto al ánimo de una persona de permanecer en su residencia, esta se puede establecer de forma real o presuntiva, siendo real cuando se conoce el ánimo de la persona en forma declarada, por ejemplo cuando una persona vive largos años en su residencia conjuntamente con sus familiares; y puede ser presuntiva cuando la ley presume sobre el domicilio de una persona, por ejemplo si una persona abre un negocio o establece en alguna ciudad su lugar de trabajo, se considerara de acuerdo a la Ley a aquél lugar como si fuera su domicilio legal. La ley establece ciertos presupuestos para considerar como presuntivo al domicilio de una persona.

El domicilio de una persona también se refiere al territorio, considerándose a este domicilio como domicilio político, así una persona que tiene residencia en España tendrá residencia española, diferenciándose así del domicilio civil que se refiere a una parte determinada de un territorio, tal como la ciudad, calles y barrios en que vive una persona.

El matrimonio es un contrato solemne por el cual un hombre y una mujer se unen con el fin de vivir juntos, procrear y auxiliarse mutuamente. Dentro del derecho civil, el matrimonio es una institución generadora de una gran cantidad de efectos jurídicos, tales como la patria potestad, el divorcio, la aceptación e impugnación de la paternidad, el nacimiento de la sociedad conyugal, las segundas y ulteriores nupcias, adopción de entre otros efectos jurídicos similares.

1.3.2.3.- El fin de la existencia de las personas.- En el derecho civil, la existencia de las personas termina con la muerte, aunque su muerte produzca actos jurídicos post mortem, como el caso de la sucesión por causa de muerte. Sin embargo la solución no es tan simple y llana como parece pues, las leyes civiles establecen normas a seguir tanto en la sucesión por causa de muerte, así como en el caso de que dos personas fallezcan en un momento que imposibilite determinar quien murió primero (en el caso de que marido y mujer fallezcan en un accidente de

tránsito por ejemplo), en cuyos casos para determinar la sucesión por causa de muerte, el quien sucede a quien, se presume que las dos personas murieron al mismo tiempo. De la misma manera, en caso de una persona desaparecida, cuya muerte es muy probable sin embargo no ha sido encontrado el cadáver, se siguen varios pasos para declarar la muerte presunta, lo cual generará también una serie de efectos jurídicos.

### **1.3.3.- LA CONTAMINACIÓN**

El aumento continuo de la población, su concentración progresiva en grandes centros urbanos y el desarrollo industrial ocasionan, día a día, más problemas al medio ambiente conocidos como contaminación ambiental. Ésta consiste en la presencia de sustancias (basura, pesticidas, aguas sucias) extrañas de origen humano en el medio ambiente ocasionando alteraciones en los ecosistemas.

1. Efectos de la contaminación. Los efectos se manifiestan por las alteraciones en los ecosistemas; en la generación y propagación de enfermedades en los seres vivos, muerte masiva y, en casos extremos, la desaparición de especies animales y vegetales; inhibición de sistemas productivos y, en general, degradación de la calidad de vida (salud, aire puro, agua limpia, recreación, disfrute de la naturaleza, etc.).

2. Causantes de la contaminación. Los causantes o contaminantes pueden ser químicos, físicos y biológicos.

· Los contaminantes químicos se refieren a compuestos provenientes de la industria química. Pueden ser de efectos perjudiciales muy marcados, como los productos tóxicos minerales (compuestos de fierro, cobre, zinc, mercurio, plomo, cadmio), ácidos (sulfúrico, nítrico, clorhídrico), los álcalis (potasa, soda cáustica), disolventes orgánicos (acetona), detergentes, plásticos, los derivados del petróleo (gasolina, aceites, colorantes, diesel), pesticidas (insecticidas, fungicidas, herbicidas), detergentes y abonos sintéticos (nitratos, fosfatos), entre otros.

- Los contaminantes físicos se refieren a perturbaciones originadas por radioactividad, calor, ruido, efectos mecánicos, etc.

- Los contaminantes biológicos son los desechos orgánicos, que al descomponerse fermentan y causan contaminación. A este grupo pertenecen los excrementos, la sangre, desechos de fábricas de cerveza, de papel, aserrín de la industria forestal, desagües, etc.

3. Formas de contaminación. Se manifiesta de diversas formas:

La contaminación del aire o atmosférica se produce por los humos (vehículos e industrias), aerosoles, polvo, ruidos, malos olores, radiación atómica, etc. Es la perturbación de la calidad y composición de la atmósfera por sustancias extrañas a su constitución normal.

La contaminación del agua es causada por el vertimiento de aguas servidas o negras (urbanos e industriales), de relaves mineros, de petróleo, de abonos, de pesticidas (insecticidas, herbicidas y similares), de detergentes y otros productos.

La contaminación del suelo es causada por los pesticidas, los abonos sintéticos, el petróleo y sus derivados, las basuras.

La contaminación de los alimentos afecta a los alimentos y es originada por productos químicos (pesticidas y otros) o biológicos (agentes patógenos). Consiste en la presencia en los alimentos de sustancias riesgosas o tóxicas para la salud de los consumidores.

La contaminación agrícola es originada por desechos sólidos, líquidos o gaseosos de las actividades agropecuarias. Pertenecen a este grupo los plaguicidas, los fertilizantes, los desechos de establos, la erosión, el polvo del arado.

La contaminación electromagnética es originada por la emisión de ondas de radiofrecuencia y de microondas por la tecnología moderna, como radares, televisión, radioemisoras, redes eléctricas de alta tensión y las telecomunicaciones. Se conoce también como contaminación ergo magnética.

La contaminación óptica se refiere a todos los aspectos visuales que afectan la complacencia de la mirada. Se produce por la minería abierta, la deforestación incontrolado, la basura, los anuncios, el tendido eléctrico enmarañado, el mal aspecto de edificios, los estilos y los colores chocantes, la proliferación de ambulantes.

La contaminación publicitaria es originada por la publicidad, que ejerce presiones exteriores y distorsiona la conciencia y el comportamiento del ser humano para que adquiera determinados productos o servicios, propiciando ideologías, variaciones en la estructura socioeconómica, cambios en la cultura, la educación, las costumbres e, incluso, en los sentimientos religiosos.

La contaminación radiactiva es la resultante de la operación de plantas de energía nuclear, accidentes nucleares y el uso de armas de este tipo. También se la conoce como contaminación neutrónica, por ser originada por los neutrones, y es muy peligrosa por los daños que produce en los tejidos de los seres vivos.

La contaminación sensorial es la agresión a los sentidos por los ruidos, las vibraciones, los malos olores, la alteración del paisaje y el deslumbramiento por luces intensas.

**La** contaminación sónica se refiere a la producción intensiva de sonidos en determinada zona habitada y que es causa de una serie de molestias (falta de concentración, perturbaciones del trabajo, del descanso, del sueño).

### **1.3.4.- CONTAMINACIÓN VISUAL**

#### **BASE LEGAL**

##### **Capítulo sexto**

##### **Derechos de Libertad**

##### **Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:**

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

**Art. 397.-** En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

1. Permitir a cualquier persona natural o jurídica, colectividad o grupo humano, ejercer las acciones legales y acudir a los órganos judiciales y administrativos, sin perjuicio de su interés directo, para obtener de ellos la tutela efectiva en materia ambiental, incluyendo la posibilidad de solicitar medidas cautelares que permitan cesar la amenaza o el daño ambiental materia de litigio. La carga de la prueba sobre la inexistencia de daño potencial o real recaerá sobre el gestor de la actividad o el demandado.

2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.

3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR (2008).

Para GARCÍA, Fernanda, Cuenca (2009): Este tipo de contaminación percibida a través del sentido de la vista expone diariamente a millones de personas, principalmente en las ciudades, a estímulos agresivos que las invaden y contra los cuales no existe ningún filtro ni defensa. (Pág.97.)

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

Dichos elementos pueden ser carteles, cables, chimeneas, antenas, postes y otros elementos, que no provocan contaminación de por sí; pero mediante la manipulación indiscriminada del hombre (tamaño, orden, distribución) se convierten en agentes contaminantes.

Una salvaje sociedad de consumo en cambio permanente que actúa sin conciencia social, ni ambiental es la que avala (o permite) la aparición y sobresaturación de estos contaminantes. Esto se evidencia tanto en poblaciones rurales como en aglomeraciones urbanas de mayor densidad. Pero lógicamente es en las metrópolis, donde todos estos males se manifiestan más crudamente.

Todos estos elementos descriptos influyen negativamente sobre el hombre y el ambiente disminuyendo la calidad de vida.

La cartelera publicitaria es el agente más notorio por su impacto inmediato, creando una sobre estimulación en el ser humano mediante la información indiscriminada, y los múltiples mensajes que invaden la mirada. Así el hombre percibe un ambiente caótico y de confusión que lo excita y estimula, provocándole una ansiedad momentánea mientras dura el estímulo.

La simultaneidad de estos estímulos a la que se ven sometidos, por ejemplo, los automovilistas, pueden llegar a transformarse en disparadores de accidentes de tránsito. Dado que pueden llegar a generar distracción, e incluso a imposibilitar la percepción de las señales indicadoras de tránsito. Esta situación, inevitablemente, actúa también en detrimento de los mismos medios de comunicación, mimetizando los diferentes signos y señales a que se somete a los individuos, camuflándose mutuamente y perdiendo fuerza la clara lectura del mensaje.

Se ven así fachadas destruidas u ocultas por la superposición de carteles, estructuras metálicas y chimeneas. La arquitectura aparece desvalorizada y miniaturizada. El cielo oculto por cables y antenas. El espacio público desvirtuado e invadido por postes, sostenes de carteles, refugios; el tránsito peatonal entorpecido; y la vegetación destruida. Este panorama es terriblemente agresivo para el hombre común, imaginemos cuánto lo es para un discapacitado, niño o anciano.

Esta situación no sólo atenta contra la belleza del espacio urbano, sino también sobre la lectura poco clara que tienen los individuos del mismo, dificultando la identificación del habitante con su ciudad.

Una ciudad con contaminación visual denota un Estado con falta de política para la ciudad, con una regulación deficitaria o inexistente del espacio público y privado. Así las ciudades se convierten en escenarios de millones de decisiones individuales despreocupadas por su entorno, que conviven formando un caos difícil de asimilar por el ojo humano.

La contaminación visual debe ser considerada definitivamente como un tema ambiental, y se debe legislar en concordancia. Se debe tomar conciencia de que no se trata solamente de intervenir sobre medidas y proporciones de carteles. El estado debe tener una política ambiental global con reglas claras y precisas cuya finalidad sea una mejor calidad de vida para todos. Así como la degradación es voluntaria y producida por el hombre también debe ser controlada y modificada

por él. Es la alteración visual de la imagen y fisonomía del entorno urbano causada por acumulación de materia prima, productos, desechos, abandono de edificaciones y bienes materiales, así como, violación en las densidades y características físicas de publicidad

Generalmente los entes de control urbano definen a la contaminación visual como toda forma de interferencia que pueda generar un mensaje visual o su estructura portante que impida ver, distorsione o desdibuje la visión de otros mensajes o de cualquier componente del entorno.

Se observa que la publicidad exterior ha venido reproduciéndose, en una forma asombrosa, lo que representa un impacto negativo para el ambiente, a pesar que sabemos que la publicidad exterior un medio generador de riqueza.

Ante todo, resulta evidente que la ciudad o pueblo constituye el hábitat cotidiano donde nacemos, nos movemos y vivimos. En tal sentido, todo elemento, actitud o circunstancia que altere determinados parámetros de nuestro entorno, y ello origine un cambio negativo en nuestra conducta o persona, bien puede definirse como "contaminante".

Se debe tener en cuenta que la salud de la población se ve agredida por innumerables factores externos a cada individuo, los cuales incidirán, muchas veces, en su equilibrio psíquico: bocinazos estridentes, ruidos molestos, el televisor o el centro musical del vecino que nos impide dormir. El martillo neumático que perfora no sólo el cemento de la calle sino también nuestros tímpanos... en fin, infinidad de cosas que, desde que nos levantamos hasta que nos retiramos a dormir, atentan contra la normal tranquilidad de espíritu que deberíamos tener.

Las vallas son el medio publicitario que mueve a miles de personas a adquirir un producto, y por ende es un generador de altos índices para la economía de un país

#### 1.3.4.1.- Consecuencias del mal uso de las Vallas y los Avisos Comerciales

##### 1. Las Vallas (Contaminación visual).

Se origina la contaminación visual, debido al abuso en el número de vallas en la ciudad.

Otro factor que genera contaminación visual, es el uso de diferentes tipos de vallas en un mismo punto de la ciudad, creando desorden y competencia con las formas diferentes de la arquitectura.

##### 2. Vallas (Desorden arquitectónico).

Muchas vallas son instaladas de manera que irrumpen de forma agresiva en las estructuras de los edificios o casas. Las estructuras metálicas necesitan apoyarse sobre las edificaciones por lo que crean un desorden en las terrazas, fachadas, techos y azoteas.

##### 3. Vallas (Saturación y peligro para los peatones y conductores de vehículos).

Una de las consecuencias o peligro que generan las vallas es la distracción de los conductores, bien sea por su temática o por el sistema de impresión o de comunicación (movimiento). Los puntos de distracción se concentran por lo general, en lugares donde hay gran volumen de tráfico.

##### 4. Avisos Comerciales (Alteración fachadas).

El volumen de los avisos, las formas así como la cantidad de ellos, pueden alterar las fachadas que los sostienen dejándolas ocultas, por lo que se crea un gran desorden visual.

#### 1.3.4.2.- Principales Causas de la Contaminación Visual

- Excesos de avisos publicitarios e informativos (luminosos o no) en forma de carteles en vías.

- Exceso de avisos publicitarios e informativos de programas en general por televisión
- Nuevas edificaciones o distorsiones en paisajes naturales que ahuyentan a los animales.
- Basurales que malogran el paisaje y pueden alejar el turismo.

¿Cómo afecta a nuestra salud la contaminación visual?

- Estrés
- Dolor de cabeza.
- Distracciones peligrosas (especialmente cuando conduce un vehículo).
- Accidentes de tránsito
- Problemas ecológicos (se alejan algunas especies y se rompe el equilibrio ecológico)

## **CAPÍTULO II**

### **2. DISEÑO DE PROPUESTA**

#### **2.1. BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN OBJETO DE ESTUDIO**

Pujilí al igual que el resto de pueblos situados en los páramos del occidente de la Cordillera de los Andes estuvo habitada por “Aborígenes Panzaleos”, estos aborígenes analfabetos quienes se los describe como personas dedicadas a las labores agrícolas, a la alfarería y al pastoreo del ganado. Cosechaban cereales y frutos, debido a que estas tierras eran bosques de clima templado, cansados de las invasiones a su territorio, decidieron desprenderse de sus lares nativos, llegaron hasta comarca pujilense asentándose en este al pie de la loma de Sinchahuasín. En aquel asiento indígena fueron aprovechados algunos materiales para los trabajos agrícolas.

El nombre de la colina donde se asentaron los Panzaleos viene del quichua “sinchi” que significa fuerte valeroso y de “huasi” que significa casa.

En aquellas épocas el caserío Puxillí o Pugsillí fue gobernado por un Cacique Principal de nombre Sancho Hacho Cápac y otros caciques menores.

En el siglo XV Pujilí enfrentó la conquista de los Incas, afrontando los rigores, frustraciones e influencias de los invasores, en la actualidad apellidos, así como las características de la cerámica evidencian el paso de los incas en esta geografía.

...

Durante el periodo de la Colonia en medio de una vida sencilla, hacendosa, de costumbres y creencias religiosas, el pueblo pujilense desarrolló la producción de especies vegetales y animales autóctonos, con ello hicieron posible la implantación de mitas, obrajes y batanes, el considerable grado de desarrollo humano, económico y social de este sector de la Real Audiencia de Quito, constituyeron méritos suficientes para la fundación de Asiento Doctrinero en el año de 1657, con el nombre de Doctrina del Dr. SN. Buenaventura de Puxili.

Dentro del mismo período histórico le correspondió la categoría de Villa conformada por innumerables asientos y jurisdicción de la ciudad administrada por el Cabildo.

Dentro del período republicano, manteniéndose los moradores de la Villa de San Buenaventura de Pujilí: en comunidades hacendosa y política religiosa, con ideas y brazos levantados en acción formal de lograr el mejoramiento diario, a escasos veinte y dos años de la fundación de la República del Ecuador, Pujilí es distinguido y reconocido el 14 de octubre de 1852 con la jerarquía de Cantón.

#### **Decreto Cantonización:**

“REPÚBLICA DEL ECUADOR.- La Asamblea Nacional del Ecuador, Considerando:

1°.- QUE concentrada la acción administrativa, se promueve eficazmente el progreso de los pueblos.

2°.- QUE la Parroquia de Pujilí y sus anexos tienen elementos para formar un Cantón.

Dos días después de haberse expedido este Decreto, fue sancionado por el General José María Urbina Viteri, quiteño, séptimo Presidente Constitucional de la República que ejerció el poder de 1852 a 1856, firmado con él como Secretario del Interior el Dr. Xavier Espinoza, jurista quiteño, después Presidente de la

República (1868-1869), deduciéndose que la Cantonización de Pujilí quedó firmada y sellada en trámite legal el 24 de septiembre de 1852.

Pero transcurrieron 10 días más para que el susodicho Decreto llegara a la Gobernación de León, y ésta dijera en términos oficiales el 5 de Octubre del mismo año: “Publíquese por Bando y circúlese al que corresponda.-(f) Modesto Albuja.-El Secretario, (f) Juan Páez”, hasta que por fin el Juzgado Primero Parroquial de Pujilí, sentó en sus Libros esta histórica razón: “Octubre 14 de 1852.- Recibido en esta fecha el presente Decreto; se publicó con la solemnidad debida y en los lugares públicos y acostumbrados, lo que pongo por diligencia para que conste”. (f) José Jaramillo, Teniente 1° Parroquial. La mentada Divulgación causó el justo regocijo popular y la más acendrada expresión de reconocimiento para los Gobernantes que ordenaron el establecimiento del nuevo y sonriente Cantón.

Este Cantón está conformado por siete parroquias, seis rurales y una urbana que son Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló, Tingo la Esperanza, La Victoria, y la Matriz Pujilí.

La parroquia Matriz que por su ubicación geográfica constituye un centro de distribución comercial hacia las parroquias aledañas y otros cantones, tiene una variedad de recursos naturales, culturales y folclóricos que se enlazan con el colorido de los campos y su identidad cultural. Además constituye la máxima expresión folclórica del pueblo, producto del sincretismo cultural, mezcla de la herencia aborígen donde las sociedades indígenas con sus rituales andinos y las manifestaciones religiosas de occidente otorgan al presente su legado cultural.

Esta parroquia no solo es folclor, cuenta con gente amable, magníficos artesanos de la alfarería, monumentos y bellos paisajes, entre ellos podemos destacar el Santuario del Niño de Isinche que tiene gran importancia en la zona, las fiestas de cantonización, el centro histórico, artesanal, el Parque Trece de Abril, el Parque de los recuerdos, la colina Sinchahuasín, entre otros.

Es justo reconocer la trayectoria de este noble pueblo, que en su avance precolombino, hispánico, independentista y republicano, ha ofrecido al país personajes ilustres, líderes políticos, eclesiásticos y militares de renombre, así como creadores, educadores y artesanos, hombres y mujeres, que representa el linaje de esta tierra mestiza ecuatorial. SARZOSA, Eduardo JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS DEL MUNICIPIO DE PUJILÍ (2010).

## **2.- DISEÑO METODOLÓGICO**

**2.1.- TIPO DE INVESTIGACIÓN.-** El presente trabajo de investigación corresponde al tipo descriptivo porque detalla fenómenos, situaciones, contextos y eventos cómo son y cómo se manifiestan en el caso particular de la contaminación visual de Pujilí.

Buscan especificar las propiedades, características, y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

## **2.2.- METODOLOGÍA**

En cuanto a la metodología corresponde al diseño no experimental, donde se observa el fenómeno tal y cual es, sin que el experimentador pueda manipular las variables que influyen en el fenómeno.

## **2.3.- UNIDAD DE ESTUDIO (POBLACIÓN Y MUESTRA)**

La recopilación de la información para sustentar la presente investigación se realizó a las siguientes personas:

GRUPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	MUESTRA
Alcalde y concejales municipales	8	8
Abogados	45	20
Funcionarios de la comisaria municipal y departamento de planificación y obras públicas	17	17
Habitantes	494	50
TOTAL:	564	101

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible al cuadrado

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N-1)+1}$$

$$n = \frac{564}{(0.0081) (563)+1}$$

$$n = \frac{564}{6.63 +1}$$

$$n = \frac{564}{7.63}$$

$$n = 101$$

## 2.4.- MÉTODOS

Los métodos a utilizarse son:

**2.4.1.- Deductivo.-** Es aquel que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

**2.4.2.- Inductivo.-** Es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Mediante el inductivo partiremos desde los datos particulares, para llegar a las conclusiones generales.

**2.4.3.- Analítico.-** Es aquel que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de sus elementos por separado.

A través del método analítico revisaremos todas las partes del tema a investigar para estudiarlas parte por parte.

**2.4.4.- Sintético.-** Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica, la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.

**2.4.5.- Documental.-** Consiste en la adquisición del conocimiento, siendo este el que determinará la veracidad y la certeza de la información obtenida.

**2.4.6.- Histórico.-** Consiste en buscar los hechos del pasado que permitirán en su momento reconstruir el hecho siendo también una fuente de donde brota toda la información necesaria para conocer la época que se estudia.

## 2.5.- TÉCNICAS

En el proceso de la investigación se aplicará las siguientes técnicas:

**2.2.5.1 Observación.**-Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

**2.2.5.2.- Encuesta.**-Es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre el asunto dado.

**2.2.5.3.- Entrevista.**-Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes.

## 2.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.3.1.- Encuesta aplicada a las autoridades y funcionarios

**Pregunta 1:** ¿En la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

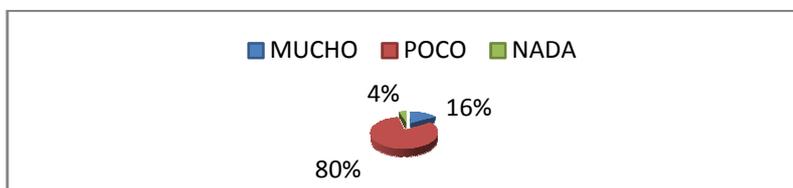
**CUADRO 1**

**PRESENCIA DE LETREROS Y PUBLICIDAD COMERCIAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
MUCHO	4	16,00
POCO	20	80,00
NADA	1	4,00
TOTAL	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO1**



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 4 que representan el 16% responden que en Pujilí existe mucha contaminación visual, 20 que representan el 80% que es poca la contaminación visual, y 1 encuestado que representa el 4% responde que no hay contaminación visual. De estos resultados se desprende que las autoridades y funcionarios consideran que en Pujilí es poca la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial

**Pregunta 2:** ¿Conoce Ud. si existe en el Municipio del cantón Pujilí una ordenanza municipal que regule contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

### CUADRO 2

#### CONOCIMIENTO SOBRE UNA ORDENANZAMUNICIPAL QUEREGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	10	40,00
NO	12	48,00
NO SABE	3	12,00
TOTAL	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 2



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 10 que representan el 40% responden que en Pujilí SI existe una ordenanza municipal para regular la contaminación visual, 12 que representan el 48% que NO existe la ordenanza, y 3 encuestados que representan el 12% responden que no saben. De estos resultados se desprende que si a lo mejor existe una ordenanza municipal que regule la contaminación visual, no se lo ha difundido o aplicado.

**Pregunta 3:** ¿Cree usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

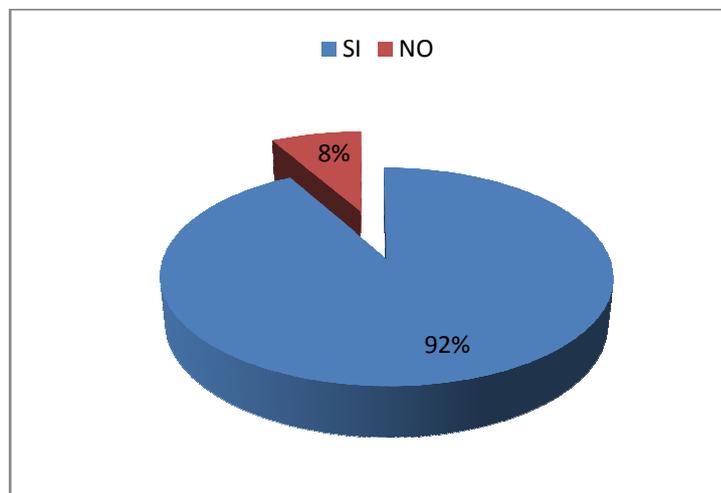
### CUADRO 3

#### PROLIFERACIÓN DE LETREROS, PUBLICIDAD PRIVADA Y COMERCIAL PRODUCE MALA IMAGEN A LA CIUDAD

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	23	92,00
NO	2	8,00
TOTAL	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO3



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 23 que representan el 92% responden que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad ,2 que representan el 8% responden que NO.De estos resultados se desprende que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad, por lo que se hace indispensable dar una solución inmediata.

**Pregunta 4:** ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial.

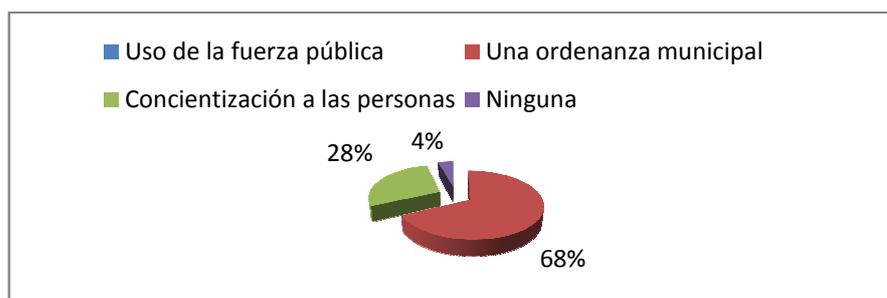
#### CUADRO 4

##### MEDIDAS EFECTIVAS PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
Uso de la fuerza pública	0	0,00
Una ordenanza municipal	17	68,00
Concientización a las personas	7	28,00
Ninguna	1	4,00
Total	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

#### GRÁFICO 4



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 17 que representan el 68% responden que se debe implementar una ordenanza municipal, 7 que representan el 28% responden que se debe concientizar a las personal y 1 que es el 4%, responde que no se debe aplicar ninguna solución. De estos resultados se desprende que para regular la proliferación de letreros y publicidad privada y es prioritaria una ordenanza municipal, seguida de una concientización a los dueños de los locales comerciales.

**Pregunta 5:** ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del Cantón Pujilí?

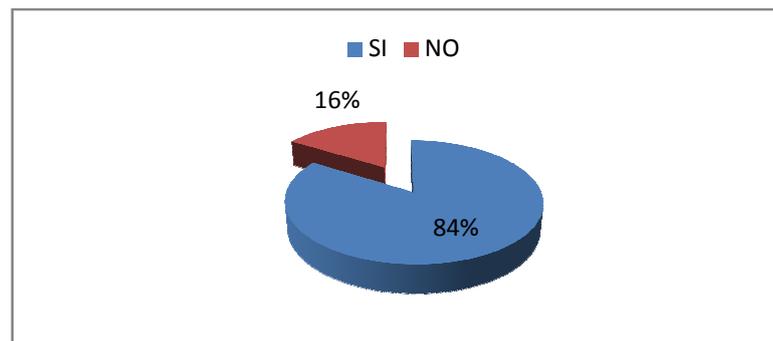
### CUADRO 5

**DEBE SER LA CONTAMINACIÓN VISUAL PRIORIDAD PARA EL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN PUJILÍ**

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	21	84,00
NO	4	16,00
TOTAL	25	100,00

**FUENTE:** Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 5



**FUENTE:** Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 21 que representan el 84% responden que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial SI debe ser prioridad para el Ilustre Municipio, mientras que 4 que representan el 16% responden que NO. De estos resultados se desprende que el municipio debe actuar de urgencia para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

**Pregunta 6:** ¿Considera Ud. que la existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

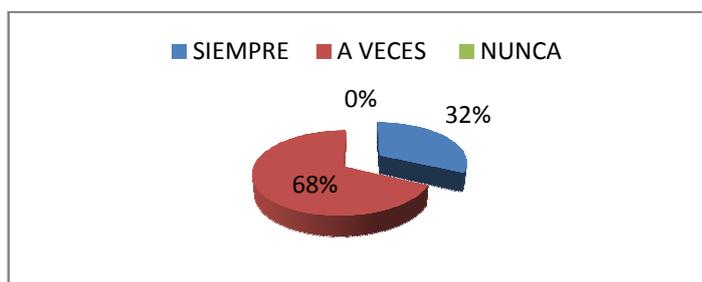
### CUADRO 6

#### LA EXISTENCIA DE DISPOSICIONES JURIDICAS MUNICIPALES SOLUCIONARÍA EL PROBLEMA DE CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
SIEMPRE	8	32,00
A VECES	17	68,00
NUNCA	0	0,00
TOTAL	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO6



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 8 que representan el 32% responden que la existencia de disposiciones jurídicas municipales SIEMPRE solucionarían el problema de la contaminación visual erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial, mientras que 17 que representan el 68% responden que A VECES. De estos resultados se desprende que la solución de este problema no solo es asunto del municipio, sino de todos los habitantes.

**Pregunta 7:** ¿Apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

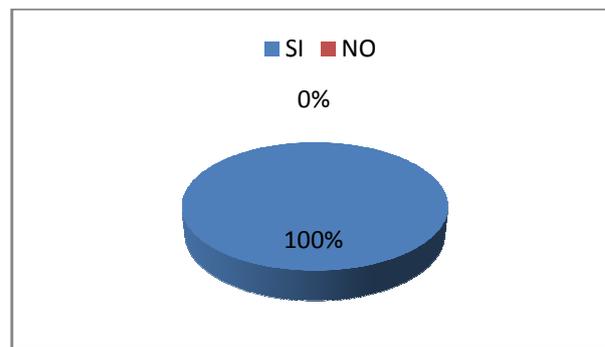
### CUADRO 7

**APOYARÍA UNA ORDENANZA MUNICIPAL QUE REGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	25	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	25	100,00

**FUENTE:** Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 7



**FUENTE:** Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 25 que representan el 100% responden SI apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial. De estos resultados se desprende que todos apoyan la implementación de una ordenanza municipal para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

**Pregunta 8:** ¿Qué tipo de sanciones considera que se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

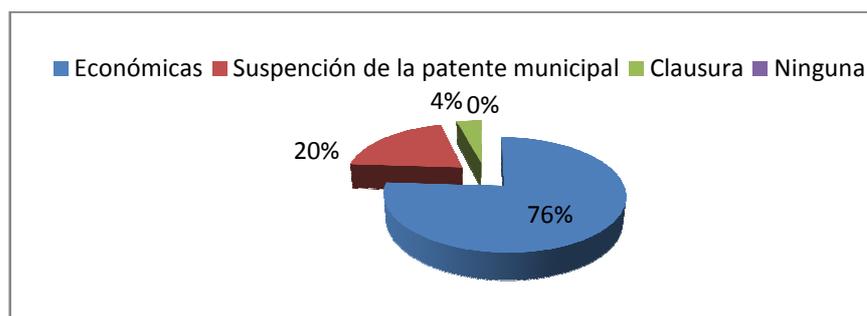
### CUADRO 8

**SANCIONES QUE CONSIDERÁN QUE SE DEBERÍA IMPONER A QUIENES VAYAN EN CONTRA DE ESTA ORDENANZA**

ALTERNATIVAS	f	fi
Económicas	19	76,00
Suspensión de la patente municipal	5	20,00
Clausura	1	4,00
Ninguna	0	0,00
Total	25	100,00

FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICOS



FUENTE: Autoridades y funcionarios del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 25 encuestados 19 que representan el 76% responden que se debe imponer una sanción económica, 5 que representan el 20% responden que se debe suspender la patente municipal y 1 encuestado que representa el 4% se debe clausurar el local comercial. De estos resultados se desprende que para sancionar a quienes contravengan la ordenanza municipal se debe imponer una multa económica y la suspensión de la patente municipal.

### 2.3.2.- Encuesta aplicada a los abogados en el ejercicio profesional

**Pregunta 1:** ¿Considera Ud. que en la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

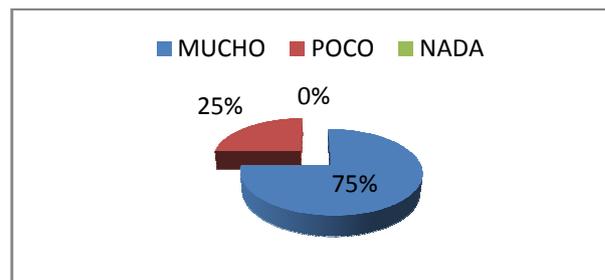
**CUADRO 9**

**EXISTE CONTAMINACIÓN VISUAL EN EL CANTÓN PUJILÍ**

ALTERNATIVAS	f	fi
MUCHO	15	75,00
POCO	5	25,00
NADA	0	0,00
TOTAL	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 9**



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 15 que representan el 75% responden que en Pujilí existe mucha contaminación visual, 5 que representan el 25% que es poca la contaminación visual. De estos resultados se desprende que los abogados consideran que en Pujilí es mucha la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial por lo que se hace necesario que el Gobierno Municipal tome medidas urgentes.

**Pregunta 2:** ¿Conoce Ud. si existe en el Municipio del cantón Pujilí una ordenanza municipal que regule contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

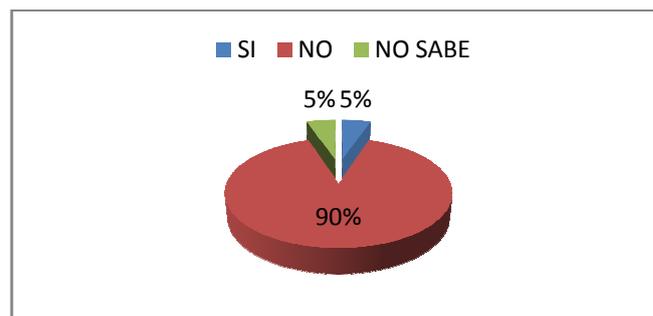
**CUADRO 10**

**EXISTE EN EL MUNICIPIO DEL CANTÓN PUJILI UNA ORDENANZA MUNICIPAL OUE REGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	1	5,00
NO	18	90,00
NO SABE	1	5,00
TOTAL	20	100,00

**FUENTE:** Abogados del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 10**



**FUENTE:** Abogados del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los 20 encuestados 1 que representan el 5% responde que en Pujilí SI existe una ordenanza municipal para regular la contaminación visual, 18 que representan el 90% responden que NO existe la ordenanza, y 1 encuestado que representan el 5% responden que no sabe. De estos resultados se desprende que en el cantón Pujilí no existe una ordenanza municipal que regule la contaminación visual.

**Pregunta 3:** ¿Cree usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

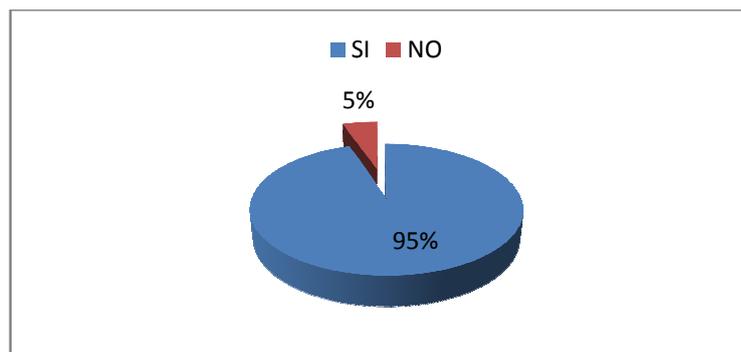
### CUADRO 11

#### LA PROLIFERACIÓN DE LETREROS Y PUBLICIDAD PRIVADA Y COMERCIAL PRODUCE MALA IMAGEN DE LA CIUDAD

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	19	95,00
NO	1	5,00
TOTAL	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 11



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 19 que representan el 95% responden que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad y 1 que representa el 5% responde que NO. De estos resultados se desprende que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad, por lo que se hace indispensable dar una solución inmediata.

**Pregunta 4:** ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

**CUADRO 12**

**MEDIDAS EFECTIVAS QUE SE PUEDE ADOPTAR PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
Uso de la fuerza pública	0	0,00
Una ordenanza municipal	18	90,00
Concientización a las personas	1	5,00
Ninguna	1	5,00
Total	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 12**



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los 20 encuestados 18 que representan el 90% responden que se debe implementar una ordenanza municipal, 1 que representa el 5% responden que se debe concientizar a las personal y 1 que es el 5%, responde que no se debe aplicar ninguna sanción. De estos resultados se desprende que para regular la proliferación de letreros y publicidad privada y es prioritaria una ordenanza municipal.

**Pregunta 5:** ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del cantón Pujilí?

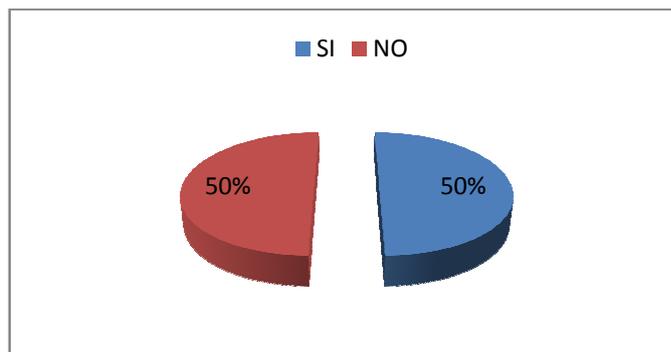
**CUADRO 13**

**DEBE SER LA CONTAMINACIÓN VISUAL PRIORIDAD PARA EL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN PUJILÍ**

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	10	50,00
NO	10	50,00
TOTAL	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 13**



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 10 que representan el 50% responden que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial SI debe ser prioridad para el Ilustre Municipio, mientras que 10 que representan el 50% responden que NO. De estos resultados se desprende que el municipio debe actuar de urgencia para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

**Pregunta 6:** ¿Considera Ud. que la existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

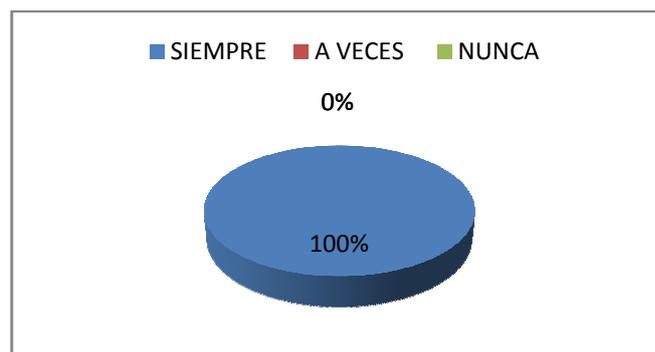
#### CUADRO 14

LA EXISTENCIA DE DISPOSICIONES JURÍDICAS MUNICIPALES SOLUCIONARÍA EL PROBLEMA DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
SIEMPRE	20	100,00
A VECES	0	0,00
NUNCA	0	0,00
TOTAL	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

#### GRÁFICO 14



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 20 que representan el 100% responden que la existencia de disposiciones jurídicas municipales SIEMPRE solucionarían el problema de la contaminación visual erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial. De estos resultados se desprende que la solución de este problema depende de las disposiciones municipales.

**Pregunta 7:** ¿Apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

### CUADRO 15

#### APOYARÍA UNA ORDENANZA QUE REGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	20	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 15



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 20 que representan el 100% responden que SI apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial. De estos resultados se desprende que todos los abogados apoyan la implementación de una ordenanza municipal para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

**Pregunta 8:** ¿Qué tipo de sanciones considera que se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

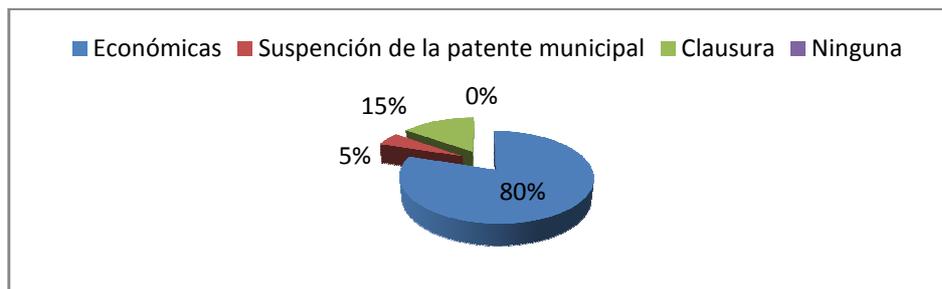
**CUADRO 16**

**SANCIONES QUE CONSIDERA SE DEBERÍA IMPONER A QUIENES VAYAN EN CONTRA DE LA ORDENANZA QUE REGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
Económicas	16	80,00
Suspensión de la patente municipal	1	5,00
Clausura	3	15,00
Ninguna	0	0,00
Total	20	100,00

FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 16**



FUENTE: Abogados del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 20 encuestados 16 que representan el 80% responden que se debe imponer una sanción económica, 1 que representa el 5% responde que se debe suspender la patente municipal y 3 encuestados que representan el 15% se debe clausurar el local comercial. De estos resultados se desprende que para sancionar a quienes contravengan la ordenanza municipal se debe imponer una multa económica, luego la clausura y suspensión de la patente municipal.

### 2.3.3.- Encuesta aplicada a los habitantes del sector urbano de Pujilí

**Pregunta 1:** ¿Ha tenido Ud. problemas para circular ya sea como peatón o conductor por las aceras y calles del centro del cantón Pujilí por la presencia arbitraria de publicidad comercial?

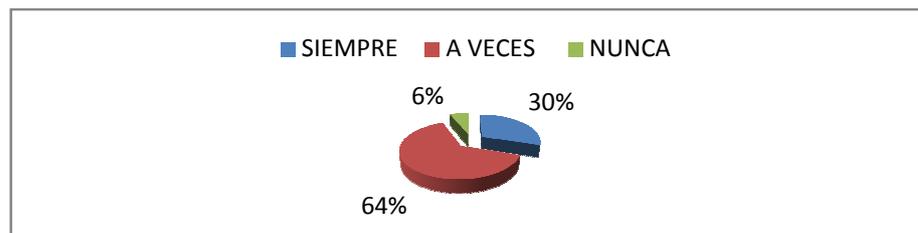
**CUADRO 17**

**TIENE PROBLEMAS PARA CIRCULAR YA SEA COMO PEATÓN O CONDUCTOR POR LAS ACERAS Y CALLES DEL CANTÓN PUJILÍ**

ALTERNATIVAS	f	fi
SIEMPRE	15	30,00
A VECES	32	64,00
NUNCA	3	6,00
TOTAL	50	100,00

**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 17**



**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 15 que representan el 30% responden siempre han tenido problemas para transitar por las aceras y calles de Pujilí, 32 encuestados que representan el 64% responden que a veces, 3 que representan el 6% que nunca han tenido estos problemas. De estos resultados se desprende que los habitantes consideran que a veces hay problemas para circular ya sea como peatón o conductor por las aceras y calles del centro del cantón Pujilí por la presencia arbitraria de publicidad comercial.

**Pregunta 2:** ¿En la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

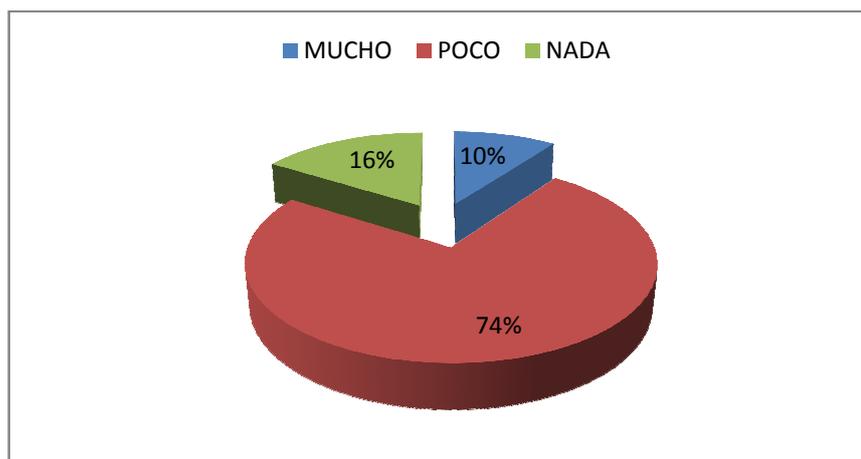
### CUADRO 18

EXISTE CONTAMINACIÓN VISUAL EN EL CANTÓN PUJILÍ POR PRESENCIA DE LETREROS Y PUBLICIDAD COMERCIAL

ALTERNATIVAS	f	fi
MUCHO	5	10,00
POCO	37	74,00
NADA	8	16,00
TOTAL	50	100,00

FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 18



FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 5 que representan el 10% responde que en Pujilí existe mucha contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial, 37 que representan el 74% responden que es poca la contaminación visual y 8 habitantes que representan el 16% responden que no hay contaminación visual. De estos resultados se desprende que si en verdad no hay mucha visual en el cantón Pujilíes un problema que no se puede descuidar.

**Pregunta 3:** ¿Considera usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

### CUADRO 19

#### LA PROLIFERACIÓN DE LETREROS Y PUBLICIDAD PRIVADA Y COMERCIAL PRODUCE UNA MALA IMAGEN DE LA CIUDAD

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	27	54,00
NO	23	46,00
TOTAL	50	100,00

FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO19



FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 27 que representan el 54% responden que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad y 23 habitantes que representa el 46% responden que NO. De estos resultados se desprende que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial SI produce una mala imagen de la ciudad, por lo que se hace indispensable dar una solución inmediata.

**Pregunta 4:** ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

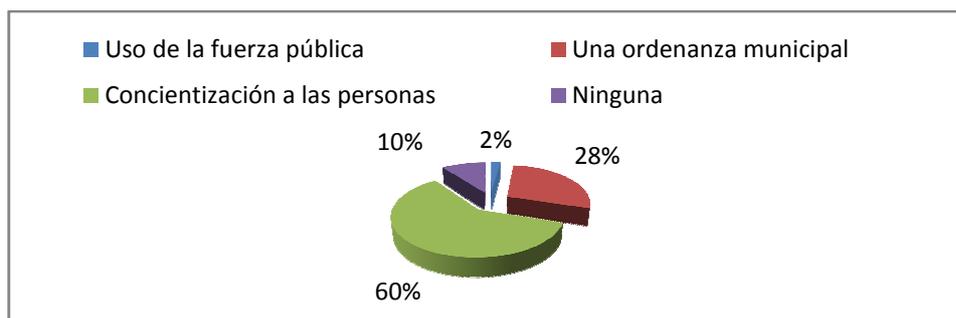
**CUADRO 20**

**MEDIDAS EFECTIVAS QUE SE PUEDE ADOPTAR PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
Uso de la fuerza pública	1	2,00
Una ordenanza municipal	14	28,00
Concientización a las personas	30	60,00
Ninguna	5	10,00
Total	50	100,00

FUENTE: Habitantesdel Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 20**



FUENTE: Habitantesdel Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los 50 encuestados 1 que representan el 2% responde que se debe usar la fuerza pública, 14 encuestados que son el 28% responden que se debe implementar una ordenanza municipal, 30 habitantes que representa el 60% responden que se debe concientizar a las personas y 5 personas que es el 10%, responde que no se debe aplicar ninguna sanción. De estos resultados se desprende que para regular la proliferación de letreros y publicidad privada y es prioritaria la concientización a las personas y una ordenanza municipal.

**Pregunta 5:** ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del cantón Pujilí?

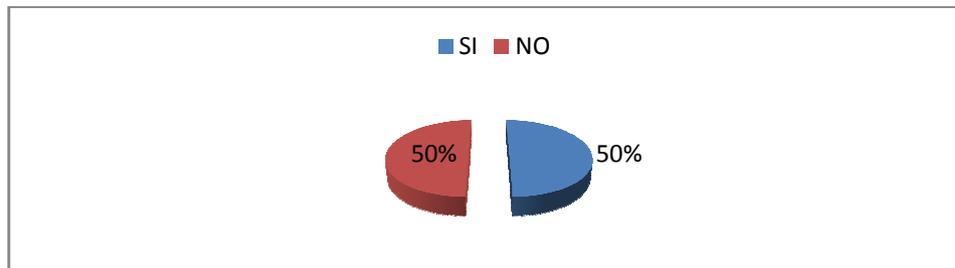
### CUADRO 21

**LA ERRADICACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL POR LETREROS, PUBLICIDAD PRIVADA Y COMERCIAL DEBE SER PRIORIDAD PARA EL MUNICIPIO DE PUJILÍ**

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	25	50,00
NO	25	50,00
TOTAL	50	100,00

**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 21



**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 25 que representan el 50% responden que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial SI debe ser prioridad para el Ilustre Municipio, mientras que 25 que representan el 50% responden que NO. De estos resultados se desprende que la mitad de los encuestados opinan que el municipio debe actuar de urgencia para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

**Pregunta 6:** ¿Considera Ud. que la existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

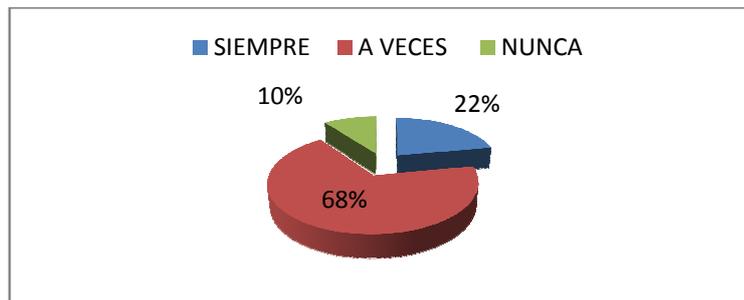
**CUADRO 22**

**LA EXISTENCIA DE DISPOSICIONES JURÍDICAS MUNICIPALES SOLUCIONARÍAN EL PROBLEMA DE LA CONTAMINACIÓN**

ALTERNATIVAS	f	fi
SIEMPRE	11	22,00
A VECES	34	68,00
NUNCA	5	10,00
TOTAL	50	100,00

**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 22**



**FUENTE:** Habitantes del Cantón Pujilí  
**ELABORADO POR:** Marcelo Rolando Rubio

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

De los 50 encuestados 11 que representan el 22% responden que la existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían siempre el problema de la contaminación visual, 34 encuestados que son el 68% responden que a veces y 5 habitantes que representan el 10% responden que nunca. De estos resultados se desprende que la solución de este problema en un gran porcentaje depende de las disposiciones municipales.

**Pregunta 7:** ¿Apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

### CUADRO 23

#### APOYARÍA A UNA ORDENANZA MUNICIPAL QUE REGULE LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ALTERNATIVAS	f	fi
SI	44	88,00
NO	6	12,00
TOTAL	50	100,00

FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### GRÁFICO 23



FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 44 que representan el 88% responden que SI apoyaría usted a una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial, mientras que 6 encuestados que representan el 12% manifiestan que no. De estos resultados se desprende que todos los habitantes en su gran mayoría apoyan la implementación de una ordenanza municipal para la erradicación de la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial.

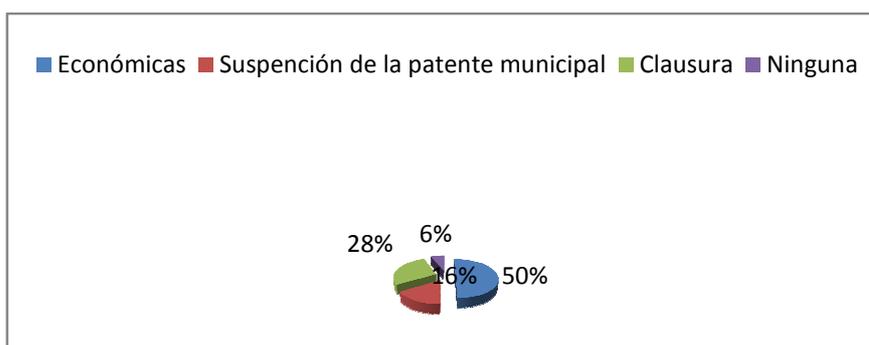
**Pregunta 8:** ¿Qué tipo de sanciones considera que se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

**CUADRO 24**  
**SANCIONES QUE CONSIDERA SE DEBE IMPONER A QUIENES**  
**VAYAN EN CONTRA DE LA ORDENANZA QUE REGULE LA**  
**CONTAMINACIÓN VISUAL**

ALTERNATIVAS	f	fi
Económicas	25	50,00
Suspensión de la patente municipal	8	16,00
Clausura	14	28,00
Ninguna	3	6,00
Total	50	100,00

FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
 ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

**GRÁFICO 24**



FUENTE: Habitantes del Cantón Pujilí  
 ELABORADO POR: Marcelo Rolando Rubio

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los 50 encuestados 25 que representan el 50% responden que se debe imponer una sanción económica, 8 que representan el 16% responde que se debe suspender la patente municipal, 14 encuestados que representan el 28% se debe clausurar el local comercial y 3 que representan el 6% no se imponga sanción. De estos resultados se desprende que para sancionar a quienes contravengan la ordenanza municipal se debe imponer una multa económica, luego la clausura y suspensión de la patente municipal.

## **2.4. CONCLUSIONES**

### **2.4.1. CONCLUSIONES**

- En el cantón Pujilí se evidencia claramente la existencia de contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial.
- La contaminación visual afecta a la imagen urbana de la ciudad, lo que genera desórdenes para la circulación peatonal y vehicular.
- No existe una normativa legal por parte del municipio que regule la colocación de publicidad comercial.
- Es imprescindible la elaboración socialización y aprobación de una ordenanza municipal que contribuya a la erradicación de este problema.

#### **2.4.2. RECOMENDACIONES**

- Se debe concientizar a las autoridades, dueños de locales comerciales y a la población la necesidad de cuidar el medio ambiente.
- Es deber ciudadano contribuir a la buena presentación de la ciudad como imagen de orden que atraiga la visitas de turistas nacionales y extranjeros.
- La propuesta de la ordenanza municipal debe presentarse ante asamblea del G.A.D. del cantón Pujilí para su discusión y aprobación.
- Una vez aprobada la ordenanza municipal se hace necesario un taller de socialización y promoción de la misma con los dueños de locales comerciales para su vigencia y aplicación.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO PROPOSITO**

#### **3.1.- DOCUMENTO CRÍTICO**

El problema de la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial, sin duda alguna está desencadenando conflictos que alteran el desarrollo urbanístico; los principales síntomas que observamos ante la presencia de este problema son: la obstrucción del tráfico peatonal y vehicular, imagen negativa del centro urbano perjudicando la presentación arquitectónica de la ciudad, propaganda negativa de turistas nacionales y extranjeros, contaminación ambiental y desorden urbano.

Entre las causas más importantes para que en la ciudad de Pujilí se produzca la contaminación visual tenemos: falta de una ordenanza municipal que regule la ubicación de letreros y propagandas privadas y comerciales, irresponsabilidad de dueños de locales comerciales para saturar de propaganda sin observar normas legales y condiciones ambientales, despreocupación de las autoridades por la imagen y presentación visual de la ciudad, inexistencia de programas de incentivo y concientización de uso adecuado de la publicidad.

#### **3.2. DISEÑO DE LA PROPUESTA**

**Tema:** “La contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí”.

### **3.2.1. DATOS INFORMATIVOS**

**CANTÓN:** Pujilí

**LUGAR:** Sector Urbano

**TIEMPO:** 6 meses

**INVESTIGADOR:** Marcelo Rolando Rubio

**PARTICIPANTES:** Autoridades, funcionarios, abogados y habitantes del sector Urbano del cantón Pujilí.

### **3.3.- DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

Toda investigación tiene como finalidad dar solución a los problemas más gravitantes dentro de la sociedad, precisamente este ha sido el impulso motor que ha movido el presente trabajo, y que al mismo tiempo este a de convertirse en un referente de adelanto académico personal e institucional.

No se desconoce la importancia que tiene la imagen de orden, disciplina y aseo que debe mostrar un cantón que siendo pequeño, con el tiempo se ha constituido en un lugar de turismo por su cultura, artesanías, arquitectura, por lo tanto es imprescindible una apariencia urbana pujante, progresista, con habitantes que cuidan y quieren a su tierra.

Realizada la investigación, se puso en marcha la elaboración de la propuesta, una ordenanza municipal que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial, esta propuesta es el producto de un trabajo arduo desarrollado durante los meses de diciembre del 2011 y enero del 2012, en ella se recoge los criterios y bases jurídicas del señor alcalde del Gobierno municipal del cantón Pujilí, de los señores concejales, funcionarios locales, abogados en

ejercicio profesional y los habitantes del cantón que han sido el gran conglomerado afectado por este problema ambiental.

La trascendencia y validez de la presente propuesta está a criterio y juicio de las autoridades municipales, para que luego de un proceso de análisis, reformas y aprobación en el seno edilicio, se socialice con todos los habitantes y entre en vigencia como norma jurídica, aporte del investigador y de la universidad al cuidado ambiental y desarrollo social de los pueblos.

### **3.4.- FUNDAMENTACIÓN**

En el presente trabajo el tesista se propone realizar un acercamiento hacia la problemática de la contaminación visual, un particular fenómeno de polución ambiental típico de las grandes ciudades y del desarrollo de la economía de mercado. Nuestro objetivo es brindar una descripción de este fenómeno y sus implicancias jurídicas, sin ahondar en cuestiones propias de disciplinas como la arquitectura y el urbanismo.

Para recabar información sobre el tema, recurri a material de corte técnico, tal es el caso del Anteproyecto de Ordenanza de Intervención visual urbana y el dictamen del Secretario de Planeamiento de la Municipalidad de Rosario; como así también a enfoques doctrinarios y jurisprudenciales al problema de la polución urbana y a artículos periodísticos referidos a la contaminación visual.

En el presente trabajo el tesista se propone realizar un acercamiento hacia la problemática de la contaminación visual, un particular fenómeno de polución ambiental típico de las grandes ciudades y del desarrollo de la economía de mercado. Nuestro objetivo es brindar una descripción de este fenómeno y sus implicancias jurídicas, sin ahondar en cuestiones propias de disciplinas como la arquitectura y el urbanismo.

Para recabar información sobre el tema, recurri a material de corte técnico, tal es el caso del Anteproyecto de Ordenanza de Intervención visual urbana y el

dictamen del Secretario de Planeamiento de la Municipalidad de Rosario; como así también a enfoques doctrinarios y jurisprudenciales al problema de la polución urbana y a artículos periodísticos referidos a la contaminación visual.

### **3.5.- JUSTIFICACIÓN**

En Pujilí se observa un alto porcentaje de contaminación visual por la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial, cuyo problema evita una organizada imagen urbana del cantón, por esta razón considero importante debe ser investigado, para que a través de sus resultados se pueda tomar medidas que aporten prácticamente a la municipalidad a la toma de decisiones para su solución inmediata. Al mismo tiempo que la elaboración de instrumentos de recolección de información puede servir de aporte metodológico para investigaciones similares dentro y fuera de la ciudad, provincia y país.

La novedad científica del proyecto radica en que nunca en el Municipio de Pujilí ha existido un proyecto para regular el uso y abuso de la publicidad y propaganda visual, desencadenando en los efectos catastróficos detallados anteriormente.

El alcance social de la investigación y una vez superado el problema se verá directamente reflejado en los beneficiarios, en este caso los ciudadanos que en calidad de peatones podrán transitar libremente por las aceras de la ciudad, el tráfico vehicular será más descongestionado y en definitiva la misma imagen arquitectónica y turística de la ciudad será diferente y progresista.

La investigación es planamente factible de ejecutarlo puesto que se dispone con la facilidad de recursos humanos, materiales y financieros para su realización. Aunque debemos tener previsto imponderables que pueden aparecer en su transcurso, tales como la falta de cooperación de los dueños de los locales comerciales, o la disponibilidad de tiempo para la ejecución del proyecto de acuerdo a los plazos previstos.

### **3.6.-OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Diseñar una ordenanza municipal que permita erradicar la contaminación visual por letreros y publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí.

#### **Objetivos Específicos**

- Analizar los contenidos teóricos que explican el problema de la contaminación visual.
- Determinar las principales causas que conllevan a la contaminación visual en la ciudad de Pujilí.
- Establecer las características jurídicas de la ordenanza municipal que regule la contaminación visual por letreros y publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí.

### **3.7.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **3.7.1. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

##### **GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PUJILÍ**

##### **ORDENANZA REGULADORA DE VALLAS, CARTELERAS, MONOPOSTES Y OTROS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

##### **EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PUJILÍ**

#### **CONSIDERANDO:**

Que es un hecho cierto que la publicidad, en los tiempos actuales, es un medio importante para trasladar a los ciudadanos mensajes de toda índole: comerciales, políticos, informativos, e incluso educativos, utilizando para ello los más diversos medios: audiovisuales, escritos, a través de vallas o carteleras publicitarias, monopostes, rótulos, banderolas o mediante la pintura y/o decoración de las fachadas de muros e inmuebles.

Que la proliferación de este tipo de elementos publicitarios no siempre permite mantener el equilibrio deseable entre el legítimo derecho a la libertad de empresa y de emisión de mensajes publicitarios, y el necesario respeto que merecen nuestro paisaje, natural urbano, y nuestros edificios, en definitiva el derecho de los ciudadanos a disfrutar de un entorno y de una calidad de vida que en ocasiones puede verse alterada por la ubicación de estos elementos en el medio natural, la indiscriminada implantación en los suelos industriales o comerciales, o la falta de unas mínimas condiciones estéticas.

Que la Ley Orgánica de Régimen Municipal en el Art. 11, numeral 1, establece como un fin esencial de la Municipalidad el “Procurar el bienestar material de la colectividad y contribuir al fomento y protección de los

intereses locales”, como una medida que garantice, los derechos de los vecinos del Cantón.

Que, la Ley Orgánica de Régimen Municipal en el Art. 14, numeral 2, faculta a las municipalidades la reglamentación del uso de calles, caminos, parques, plazas y más espacios públicos.

Que, la Ley Orgánica de Régimen Municipal en el Art. 146, literal h, establece como competencia de la administración municipal vigilar que las carreteras del cantón y en las zonas urbanas o rurales, se proteja el paisaje, evitando la construcción de muros, avisos comerciales o cualquier otro elemento que oculte su belleza y preservar los retiros adecuados.

Que, es indispensable contar con normas reglamentarias que específicamente regulen la instalación técnica y mantenimiento de rótulos publicitarios de tal forma que no afecten el paisaje y derecho de visita de los usuarios del cantón, así como el ornato y ordenamiento urbanístico, de acuerdo a las características de cada zona de la ciudad y el cantón en armonía con lo establecido en el art. 11 numeral 1 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal.

En ejercicio de la facultad que le confiere el Art. 264 de la Constitución Política de la República, y con sujeción a lo establecido en los artículos 1 y 63, numerales 1, 49 y 123 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal:

**RESUELVE:**  
**EXPEDIR LA PRESENTE ORDENANZA REGULADORA DE VALLAS,  
CARTELERAS, MONOPOSTES Y OTROS ELEMENTOS DE  
PUBLICIDAD EXTERIOR**

**CAPÍTULO I**

**DISPOSICIONES GENERALES**

**Art. 1: OBJETO**

Es objeto de la presente Ordenanza Municipal la regulación de la publicidad exterior, en el Municipio del cantón Pujilí, mediante la instalación de vallas, carteleras, monopostes y otros elementos publicitarios.

**Art. 2: DEFINICIONES**

Para efectos de la presente Ordenanza, se considera a todos los rótulos, letreros, anuncios, avisos y propaganda visual como **PUBLICIDAD EXTERIOR**, que tiene por objeto difundir un mensaje publicitario en espacios públicos o en inmuebles de propiedad privada, cualquiera sea el medio material, carteles fijos o móviles, iluminados o no, que se utilicen para transmitir el mensaje. Se considera como publicidad exterior la realizada en:

- a) Vías, plazas, recintos para espectáculos públicos, instalaciones de uso o servicio público o de utilización general tales como: aeropuertos, buses, estacionamientos.
- b) El espacio aéreo.
- c) Inmuebles de propiedad privada sin identificar, edificaciones en proceso, medianerías visibles desde la vía pública, vallas de obras y muros de cerramiento, estructuras metálicas o de madera que cierren fachadas para obras de mantenimiento o conservación y fachadas laterales de un inmueble.

- d) Los signos o señales públicas de tráfico para la seguridad, control o información así como la señalización de emplazamientos de lugares de emplazamientos de lugares de intereses turísticos y similares, en vías urbanas.
- e) Los mensajes colocados en o desde los predios, por personas naturales o jurídicas, para informar sobre las actividades profesionales, de servicios, mercantiles o industriales.
- f) Las instalaciones que se realicen en o sobre bienes de dominio público o que constituyan aprovechamiento de espacios públicos o de mobiliario urbano, que están sujetas a las normas especiales del sistema de concesión, arriendo, comodato u otra modalidad.
- g) Las instalaciones que se realicen en vehículos automotores de cualquier tipo, destinados al transporte público; y,
- h) Los mensajes de cualquier manera tiendan a la promoción de candidaturas o sus programas para la capacitación de sufragios, que están sujetos a los previsto en el capítulo de Propaganda Electoral.

**Art. 3.- CONTROL DEL MUNICIPIO.-** El Municipio ejercitara sobre las actividades de publicidad en lo relativo al emplazamiento, la seguridad y el ornato de la instalación publicitaria.

## **CAPÍTULO II**

### **CONDICIONES ESPECÍFICAS**

**Art.- 4.- PROHIBICIONES GENERALES.-** Se prohíben toda manifestación de publicidad exterior:

- a) En y sobre los edificios declarados monumentos históricos o artísticos de carácter nacional o local., así como en sus inmediaciones cuando, por su emplazamiento, la publicidad oculte o impida, total o parcialmente la contemplación directa de los edificios.

- b) En todo el ámbito de los conjuntos urbanos declarados de interés histórico artístico;
- c) En todo el ámbito de los espacios naturales protegidos;
- d) En las márgenes de ríos y quebradas;
- e) En los árboles, áreas verdes, jardines y parques públicos;
- f) En los postes de alumbrado eléctrico;
- g) En pancartas de cualquier material atravesadas en las vías;
- h) A una distancia no menor de veinte metros de puentes; pasos a desnivel, redondeles e intersecciones de vías.

Se prohíbe, con carácter general, el empleo de publicidad exterior que, por sus características o efectos, sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desórdenes públicos, así como la que utilice a la mujer ó al niño de manera que degrade su dignidad, que afecte a la moral y buenas costumbres del ser humano.

**Art. 5.- PROHIBICIONES PARTICULARES.-** Se prohíbe,

- a) La presentación de publicidad pintada, dibujada o escrita directamente en paredes, edificaciones, muros, vallas o cercas, así como la colocación o fijación directa de mensajes publicitarios plasmados en carteles u otro medio similar sobre dichos edificios, muros, vallas y cercas o sobre cualquier otro elementos que no sea un soporte especialmente diseñado, construido y autorizado con tal fin.
- b) La colaboración o fijación de mensajes publicitarios en vadera;
- c) Los mensajes publicitarios realizados total o parcialmente por procedimientos internos o externos de iluminación que produzcan deslumbramiento, fatiga o molestias visuales o que induzcan a confusión con señales de tránsito o de seguridad luminosas.
- d) La colocación que, por su ubicación o dimensiones, impida o entorpezca total o parcialmente la visión de otra valla o elemento de publicidad previamente autorizado.

**Art. 6.- LUGARES ENQUE PUEDE AUTORIZARSE PUBLICIDAD EXTERIOS.-**

Puede autorizarse el montaje de instalaciones de publicidad exterior en:

- a) Fachadas laterales de un inmueble;
- b) Fachadas frontales y muros de cerramiento de las mismas;
- c) Estructuras metálicas o de manera que cierren fachadas con el fin de proceder a su pintura para la realización de obras interiores en los edificios;
- d) Solares sin edificar, sin que se consideren tales los ocupados por instalaciones o construcciones de tipo precario o de dimensiones inferiores a sesenta metros cuadrados,
- e) Medianerías visibles desde la vía pública;
- f) Edificaciones en proceso de construcción, carpas o elementos que sirvan de protección, a una altura no mayor a la del edificio.
- g) La colocación de publicidad en las terrazas y techos o cubiertas de los edificios.

**Art. 7.- INSTALACIÓN.-** La publicidad exterior realizada a través de anuncios, carteles, dibujos, textos o, en general, mensajes reproducidos para su fijación a la vistas del público, solo puede colocarse en instalaciones permanentes o temporales, que cuenten con la respectiva autorización o permiso Municipal. Se entiende por instalación, a dicho efecto, la cartelera o soporte construido y destinado a la fijación o exposición del mensaje aludido en el inciso anterior.

**Art. 8.- ESTRUCTURAS DESUSTENTACIÓN.-** Las estructuras de sustentación y los marcos de las carteleras deben estar diseñados y construidos, tanto en sus elementos como en su conjunto, de forma tal que se garantice la seguridad pública, por su solidez y estabilidad, y una resistencia adecuada a los eventos naturales.

**Art.9.- DIMENSIONES MÁXIMAS.-** Las dimensiones máximas permitidas para los anuncios, carteles, dibujos, textos o, en general, mensajes publicitarios, serán las siguientes:

- a) En las fachadas laterales de los inmuebles, un área equivalente al 20% de la fachada y no superior a los 20 metros cuadrados;
- b) En los solares sin identificar, respetando el retiro correspondiente a la zonificación, un área equivalente a veinte y cuatro metros cuadrados a una altura máxima de siete metros medios desde el nivel de la acera.
- c) En los muros de cerramiento, estructuras metálicas o de madera que cierren fachadas en las medianerías visibles desde la vía pública, un área equivalente al veinte por ciento de la fachada, muro de cerramiento, estructura metálica o de madera y medianería y no superior a treinta y seis metros cuadrados; y
- d) En fachadas, en un área equivalente al 20% de la misma, hasta un máximo de 10 m<sup>2</sup>, en tal forma que no oculte elementos arquitectónicos o reste visibilidad e iluminación.

**Art. 10.- OTORGAMIENTO DEL PERMISO.-** Corresponde a la Comisaría Municipal de Construcciones otorgar autorizaciones para las instalaciones de publicidad exterior.

**Art. 11.- SOLICITUD PARA CONCESIÓN DE PERMISOS.-** Es atribución del Municipio, a través de la Comisaría Municipal de Construcciones, el otorgar o negar la autorización para la instalación de publicidad exterior.

En caso de solicitudes de permisos permanentes, deberán acompañarse los siguientes documentos:

- a) Formato de ubicación del predio adquirido en la Municipalidad y croquis de instalación del anuncio.
- b) Escritura pública que acredite la propiedad del inmueble o autorización escrita, de preferencia notariada, del propietario del bien en el que se ejecutará la instalación.

- c) En los casos contemplados en los literales b y d, del artículo 1 se deberá anexar un estudio estructural del rotulo y una póliza de seguros por posibles daños a terceros.

En el caso de solicitudes de permisos temporales, los documentos que deberán acompañarse serán las siguientes:

- a) Croquis de la instalación; y,
- b) Escritura pública que acredite la propiedad o autorización escrita del propietario del inmueble en el que vaya a realizarse la instalación.

**Art. 12.- CLASES DE PERMISOS.-** Los permisos para instalaciones de publicidad exterior, son:

- a) Temporales, por un periodo máximo de ciento ochenta día; y,
- b) Permanentes.

Los permisos se mantendrán vigentes, mientras subsistían las circunstancias existentes al momento de su otorgamiento.

Los permisos temporales pueden ser renovados por una sola vez, por igual período al del permiso original, no mayores a 180 días.

**Art.13.- EXHIBICIÓN DEL PERMISO.-** El titular del permiso hará constar en la esquina inferior izquierda del anuncio, cartel, dibujo, o texto de la publicidad exterior del número de permiso implica:

- a) La imputación de derecho, de las responsabilidades que se deriven de las instalaciones de la publicidad exterior.
- b) Los espacios Municipales, bienes de dominio y uso público el pago de la tasa correspondiente por la autorización del tamaño del rótulo, que corresponde a cinco dólares por metro cuadrado o fracción, una vez por año; y,
- c) En el caso en que personas naturales o jurídicas cuya actividad sea publicidad comercial con fines de lucro soliciten la ocupación de estaciones públicos municipales, la tarifa será de 10 dólares por metro cuadrado por cara frontal y posterior independientemente de la utilización.

**Art. 14.- OBLIGACIÓN DE DESMANTELAR LA INSTALACION.-** El titular del permiso Municipal, está obligado a desmantelar las instalaciones y retira la totalidad de los elementos publicitarios a la finalización del plazo del permiso. Si no lo hiciera durante los quince días posteriores al vencimiento del permiso, el Comisario Municipal de Construcciones, con auxilio de la fuerza pública, retirará las instalaciones y elementos a costa del titular cuyo cobro se emitirá el correspondiente título de crédito.

**Art. 15.- MANTENIMIENTO DE LOS ELEMENTOS PUBLICITARIOS.-** El titular de un permiso de publicidad exterior está obligado a mantener en buen estado los elementos publicitarios. Si estos se hallaren deteriorados el Comisario Municipal de Construcciones notificará del hecho y el titular deberá sustituirlos en el plazo de treinta días transcurridos los cuales se dispondrá el retiro de los elementos a costa del titular.

**Art. 16.- REGISTRO.-** El Comisario Municipal de Construcciones llevará un registro numerado y cronológico, tanto de las solicitudes para la instalación de la publicidad exterior, como de los permisos concedidos, con la fecha de vencimiento del permiso.

En el caso de existir dos solicitantes para la instalación de publicidad exterior con idéntica ubicación, se concederá el permiso a la primera solicitud que se hubiera presentado.

**Art. 17.- SANCIONES.-** El montaje de instalaciones y la realización de actos de publicidad exterior sin permiso o en contradicción con las condiciones de este constituyen infracciones graves que serán sancionadas con el retiro de la publicidad exterior a costa del anunciante y con una multa equivalente a cinco dólares por metro cuadrado o fracción de metro cuadrado del aviso publicitario, para cuyo cobro se emitirá el respectivo título de crédito.

La violación de las disposiciones sobre el emplazamiento, seguridad y ornato establecidas en esta Ordenanza, constituyen infracciones que serán sancionadas

con el retiro de la publicidad exterior a costa del anunciante y con una multa equivalente a cinco dólares por metro cuadrado o fracción de metro cuadrado del aviso publicitario, ora cuyo cobro se emitirá el respectivo título de crédito.

### **CAPÍTULO III**

#### **COLOCACIÓN DE PROPAGANDA ELECTORAL**

**Art. 18.- PROPAGANDA ELECTORAL.-** Se entiende por propaganda electoral la actividad desarrollada por los partidos políticos, movimientos o agrupaciones que de cualquier manera tienda a la promoción de candidaturas y de sus programas y a la capacitación de sufragios.

**Art. 19.-** El G.A.D. del cantón Pujilí informará a los representantes de partidos políticos, a través del Consejo Electoral Provincial, dentro de los quince días posteriores a la convocatoria a elecciones el contenido de esta Ordenanza, para efectos del cumplimiento de las normas de este capítulo, sin perjuicio de su publicación en los medios de comunicación hablada o escrita.

**Art. 20.- PROHIBICIÓN DE PROPAGANDA EN AREAS PROTEGIDAS.-** En las áreas protegidas en general y especialmente en el perímetro de Centro Histórico, se prohíbe toda propaganda electoral.

**Art.21.- PROHIBICIÓN DE USO DE ESPACIOS PÚBLICOS.-** Se prohíbe la propaganda electoral en cualquier tipo de espacios públicos o en bienes de dominio público.

**Art. 22.- SITIOS EN LOS QUE SE PERMITE LA COLOCACIÓN DE PROPAGANDA ELECTORAL.-** Se permite la colocación de propaganda electoral en inmuebles de propiedad privada, siempre que se cuente con autorización escrita otorgada por el propietario.

**Art. 23.- MODO EN QUE DEBE REALIZARSE LA PROPAGANDA.-** La propaganda Electoral en bienes inmuebles de propiedad privada puede hacerse utilizando vallas desmontables y banderas o afiches adheridos a madera o cartón, globos, elementos colgantes o cualquier otro tipo demostrable.

**Art. 24.- SANCIONES.-** En caso de violación a las disposiciones de este capítulo, el Comisario Municipal de Construcciones ordenara el retiro o la eliminación de la propaganda, a costa del partido o alianza que auspicie la candidatura que se promueva.

El partido político o la alianza, él o sus representantes legales que promueven la o las candidaturas cuya propaganda electoral se coloque contraviniendo las normas de este capítulo, pagara a través de él o los representantes legales una multa equivalente a cinco dólares por metro cuadrado, o fracción de metro cuadrado, por cada cartel, anuncio, o elemento de propaganda colocado.

En el caso de murales pintados, directamente sobre fachadas, muros o cerramientos, así como afiches pegados directamente sobre fachadas muros o cerramientos, la multa que se pague será igual a la fijada en el inciso anterior, además del retiro de la propaganda colocada indebidamente, acosta del infractor.

**Art. 25.- RETIRO DE LA PROPAGANDA.-** Concluido el periodo electoral, el o los representantes legales de los partidos políticos o las alianzas que hayan promovido las candidaturas cuya propaganda electoral este colocada dentro de los límites del cantón Latacunga, deberán retirarla y realizar las obras de mantenimiento y reparación necesarias en un plazo de treinta días, contados a partir del día de los comicios.

#### **DISPOSICIONES GENERALES.**

1. En el área del Centro Histórico, no surten están disposiciones, por tener un reglamento específico de aplicación.

2. Se concede un plazo de noventa días para que todas las personas o instituciones que han colocado publicidad exterior en los sitios autorizados, presenten la documentación respectiva y procedan a cumplir con lo que indica esta Ordenanza.
3. Cumplido el plazo, se procederá a las sanciones que indica esta Ordenanza.

**DISPOSICIÓN FINAL.-** La presente Ordenanza entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en los medios locales de comunicación colectiva o de su publicación en el Registro Oficial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Bibliografía citada

- 1.- COUTO, Melita, Monografía contaminación Visual (2010), pág.1.
- 2.- FOPPIANI, Nicolás, “Nuevas competencias en el derecho municipal argentino la contaminación visual” (2011), pág.2.
- 3.- MCNEILL, VILCHES Y GIL, La Contaminación Mundial (2003) pág. 2.
- 4.- PLACENZA, Miqqa, "La persona en su dimensión familiar y en sus relaciones patrimoniales”, (2009), pág.12.
- 5.- REYES, Geovanny “La globalización”, (2010), pág. 6.
- 6.- SANTIAGO, Jesús, Monografía La contaminación visual en Ciudad Bolívar (2008), pág. 2.
- 7.- SUNKEL, CARLSSON y SCHOLTE. Efectos e influencias derivados de los "aspectos integradores" (2005), pág. 6.
- 8.- GARCIA Fernanda, Cuenca (2009) Pág. 18
- 9.- (KLEIN, PAULY y VOISIN 1985), las teorías económicas neoclásicas pág. 7
- 10.- SCHOTT 1986 las características de posición de varios países con la formación de “camarillas” pág. 8

### Bibliografía Consultada

- 1.- ALFAYATE, José Marcos y otros, “Contaminación Ambiental”, (2002).
- 2.- GONZÁLES, Nieves, “Problemas resueltos de la contaminación ambiental”, (2003).
- 3.- GUTIÉRREZ, Enrique, “Contaminación, ruido y radiaciones”, (2001).
- 4.- HARRISON, R. M, “introducción a la contaminación”, (2003).

- 5.- HURTADO, Ítalo, “Investigación Científica”, (2008).
- 6.- LABATTE, BRIGITY, “La naturaleza y la contaminación”, (2004).
- 7.- SANS, Ramón, “Ingeniería medio ambiental”, (1999).
- 8.- GARCIA FERNANDA, CUENCA (2009)
- 9.- THEODORE en el Harvard Business Review (1983)
- 10.- Constitución de la República del Ecuador; corporación de estudios y publicaciones; 2008.
- 11.-SARZOSA, Eduardo JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS DEL MUNICIPIO DE PUJILÍ (2010).

### **Linkcografías**

- 1.-<http://www.librosaulamagna.com/> “Contaminación Ambiental”
- 2.- [http://es.wikipedia.org/wiki/ “Contaminación”](http://es.wikipedia.org/wiki/Contaminación)
- 3.- <http://contaminacion-ambiente.blogspot.com/> “Contaminación Ambiental”
- 4.- [http://es.wikipedia.org/ “Contaminación Visual”](http://es.wikipedia.org/Contaminación%20Visual)
- 5.- [http://www.ecologiaverde.com/ “Contaminación-visual”](http://www.ecologiaverde.com/Contaminación-visual)
- 6.- [http://www.ecologismo.com/ “La Contaminación-visual”](http://www.ecologismo.com/La%20Contaminación-visual)
- 7.- [http://ecomundo.blogspot.com/ “Contaminación-visual”](http://ecomundo.blogspot.com/Contaminación-visual)

### **TEXTOS LEGALES.**

Código CIVIL, Corporación de Estudios y Publicaciones septiembre 2009.

Constitución de la República del Ecuador; Corporación de Estudios y Publicaciones; 2008.

Ley Orgánica de Régimen Municipal

# **ANEXOS**

**ANEXO N° 1**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**ENCUESTA APLICADA A LAS AUTORIDADES Y FUNCIONARIOS DEL CANTÓN**  
**PUJILÍ**

**OBJETIVO:**

Investigar el impacto ambiental y social de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí y sus alternativas de solución.

**INSTRUCTIVO.-** Responda con toda sinceridad, marcando con una X la alternativa que usted creyere conveniente a cada una de las preguntas que se le plantea.

1 ¿En la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

MUCHO  POCO  NADA

2 ¿Existe en el Municipio del cantón Pujilí una ordenanza municipal que regule contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

SI  NO  NO SABE

3 ¿Cree usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

SI  NO

4 ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

Uso de la fuerza pública	<input type="radio"/>	Una ordenanza municipal	<input type="radio"/>
Concientización a las personas	<input type="radio"/>	Ninguna	<input type="radio"/>

5 ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del cantón Pujilí?

SI  NO

6 ¿La existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

SIEMPRE  A VECES  NUNCA

7 ¿Apoyaría usted una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

SI  NO

8 ¿Qué tipo de sanciones se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

Económicas	<input type="radio"/>	Suspensión temporal de la Patente Municipal	<input type="radio"/>
Clausura	<input type="radio"/>	Ninguna	<input type="radio"/>

## ANEXO N° 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

#### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

#### ENCUESTA APLICADA A LOS ABOGADOS EN EJERCICIO PROFESIONAL DEL CANTÓN PUJILÍ

##### OBJETIVO:

Investigar el impacto ambiental y social de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí y sus alternativas de solución.

**INSTRUCTIVO.-** Responda con toda sinceridad, marcando con una X la alternativa que usted creyere conveniente a cada una de las preguntas que se le plantea.

1 ¿En la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

MUCHO  POCO  NADA

2 ¿Existe en el Municipio del cantón Pujilí una ordenanza municipal que regule contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

SI  NO  NO SABE

3 ¿Cree usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

SI  NO

4 ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

Uso de la fuerza pública  Una ordenanza municipal   
Concientización a las personas  Ninguna

5 ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del cantón Pujilí?

SI  NO

6 ¿La existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

SIEMPRE  A VECES  NUNCA

7 ¿Apoyaría usted una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

SI  NO

8 ¿Qué tipo de sanciones se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

Económicas  Suspensión temporal de la Patente Municipal   
Clausura  Ninguna

### ANEXO N° 3

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

#### ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DEL SECTOR URBANO DEL CANTÓN PUJILÍ

##### OBJETIVO:

Investigar el impacto ambiental y social de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí y sus alternativas de solución.

**INSTRUCTIVO.-** Responda con toda sinceridad, marcando con una X la alternativa que usted creyere conveniente a cada una de las preguntas que se le plantea.

1 ¿Ha tenido Ud. problemas para circular ya sea como peatón o conductor por las aceras y calles del centro del cantón Pujilí por la presencia arbitraria de publicidad comercial?

SIEMPRE  A VECES  NUNCA

2 ¿En la ciudad de Pujilí existe contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

MUCHO  POCO  NADA

3 ¿Cree usted que la proliferación de letreros y publicidad privada y comercial produce una mala imagen de la ciudad?

SI  NO

4 ¿Qué medidas efectivas se puede adoptar para evitar la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad comercial?

Uso de la fuerza pública  Una ordenanza municipal

Concientización a las personas  Ninguna

5 ¿Cree usted que la erradicación de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial debe ser prioridad para el Ilustre Municipio del cantón Pujilí?

SI  NO

6 ¿La existencia de disposiciones jurídicas municipales solucionarían el problema de la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en el cantón Pujilí?

SIEMPRE  A VECES  NUNCA

7 ¿Apoyaría usted una ordenanza que regule la contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial?

SI  NO

8 ¿Qué tipo de sanciones se debe imponer a quienes vayan en contra de la ordenanza que regule la contaminación visual por la presencia de letreros y publicidad privada y comercial?

Económicas  Suspensión temporal de la Patente Municipal

Clausura  Ninguna

**ANEXO N° 4  
FOTOGRAFIAS**



**ENPROVIT.- TIENDA DE ABARROTES UBICADA EN LA PLAZA SUCRE DEL CANTÓN PUJILÍ**



**COMERCIAL LA ECONOMÍA.- TIENDA DE ABARROTES UBICADA EN LA PLAZA SUCRE DEL CANTÓN PUJILÍ**



DISENSA.- DISTRIBUIDOR DE CERÁMICA GRIFERÍA Y ARTÍCULOS DE FERRETERÍA UBICADO EN LA PLAZA SUCRE DEL CANTÓN PUJILÍ



CALZADO EJCUTIVO UBICADO EN LA PLAZA SUCRE DEL CANTÓN PUJILÍ



VALLAS PUBLICITARIAS DE OBRAS QUE EL MUNICIPIO EJECUTA EN BENEFICIO DEL CANTÓN UBICADO EN LA AVENIDA VELASCO IBARRA INGRESO AL CANTÓN PUJILÍ



VALLAS PUBLICITARIAS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS UBICADA EN LA AVENIDA VELASCO IBARRA INGRESO AL CANTÓN PUJILÍ



VALLAS PUBLICITARIAS SOBRE VENTA DE BIENES RAICES UBICADA AL INGRESO AL CANTÓN PUJILÍ AVENIDA VELASCO IBARRA



VALLAS PUBLICITARIAS SOBRE INSTITUCIONES FINANCIERAS UBICADA AL INGRESO AL CANTÓN PUJILÍ AVENIDA VELASCO IBARRA



**SR. BYRON COMINA.- SECRETARIO DE PROCURADURÍA**



**ASESOR JURÍDICO DEL GAD MUNICIPAL DE PUJILÍ**



EDGARNETO .- COMISARIO MUNICIPAL



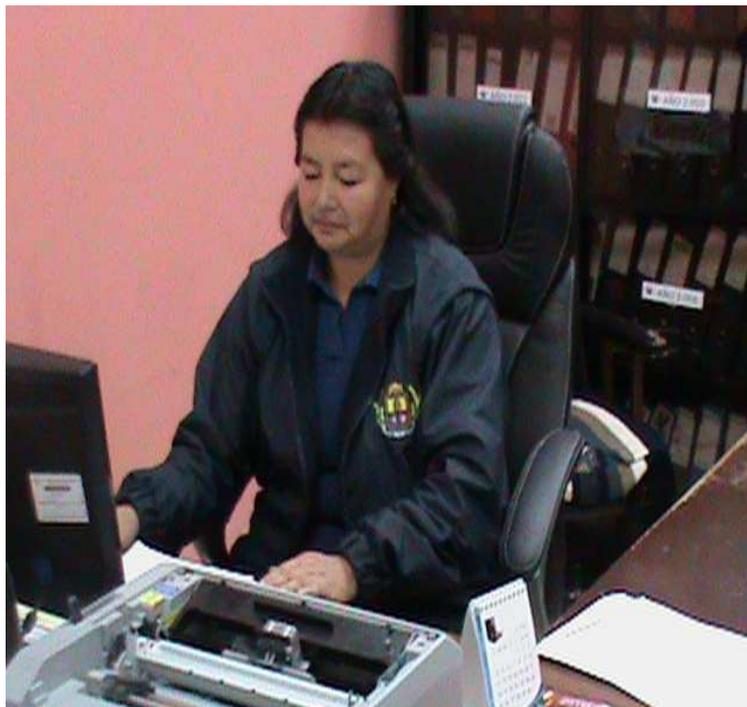
OFICINAS DE LA COMISARÍA MUNICIPAL



POLICÍA MUNICIPAL



**DR. FERNANDO MATUTE CONCEJAL DEL ILUSTRE MUNICIPIO DE  
PUJILÍ**



**SRA. SONIA ARROYO.- SECRETARIA DEL DEPARTAMENTO  
FINANCIERO**



SR. LUIS YÁNEZ CONTADOR DEL ILUSTRE MUNICIPIO DE PUJILÍ



SR. HUMBERTO JACHO TENIENTE POLÍTICO DEL CANTÓN PUJILÍ



SRA. SECRETARIA DE LA VICE- ALCALDÌA



SRA. SECRETARIA DE ARCHIVO