

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SEMINARIOS



ACREDITADA POR RESOLUCIÓN CEUB 1126/2002

TESIS DE GRADO

(Para optar al grado académico de Licenciatura en Derecho)

**“PROPUESTA JURIDICA PARA EVITAR LA
CONTAMINACIÓN VISUAL EN VÍA PÚBLICA ANTE LA
AUSENCIA DE POLITICAS DE PREVENCIÓN
MUNICIPAL”**

POSTULANTE : Univ. Ana María Bustillos Roca

TUTOR : Dr. Constantino Escobar Alcón

La Paz – Bolivia
2016

Dedicatoria

A mi mamita querida y a mis dos amados hijos, que me dedicaron todo el tiempo y esfuerzo con su apoyo culmine mis estudios satisfactoriamente, a pesar de los momentos complicados que se presentan en la vida.

Agradecimiento

A Dios, por regalarme el don de la vida y la maravillosa familia, que es mi pilar fundamental.

Al Dr. Constantino Escobar Alcon quien es mi asesor en el presente trabajo, por haberme apoyado, guiado desinteresadamente.

Un especial reconocimiento al Dr. Roberto Laura, Dr. Edwin Machicado, Dr. Jorge Siles quienes me motivaron y aportaron con su conocimiento.

RESUMEN ABSTRACT

El presente trabajo de investigación, es de suma importancia para prevenir uno de los problemas que se presenta en el municipio de La Paz y pretender reforzar las tareas de la Unidad de Publicidad Urbana dependiente del gobierno municipal, brindando una propuesta jurídica contra la contaminación Visual en Vía Pública.

Por tanto, cabe destacar que si bien existen distintos tipos de contaminación, mi investigación se refiere propiamente a la publicidad exterior la cual los usuarios sin respeto a los ciudadanos exponen sus carteles, vallas, paneles televisivos, de formas agresiva brindando información confusa por el tamaño, forma, color, los cuales encontramos en nuestro cotidiano vivir, más aun en el centro de la ciudad, en las calles de comercio, alrededor de las universidades, etc.

Entendemos, que la publicidad exterior sigue siendo uno de los medios publicitarios más efectivos (en la mayoría de los casos) y que goza de una gran popularidad, característica que lo hace ser uno de los medios más cotizados, por las industrias de publicidad las cuales infringen las normas de la Unidad de Publicidad Urbana, con una mentalidad muy ambiciosa explotan exageradamente este tipo de publicidad y lejos de ser un medio publicitario eficaz se convierte en un agente de contaminación visual.

Si bien, al momento no vemos la contaminación visual como un problema en gran dimensión, debemos analizar que nuestro municipio está en un rápido crecimiento, por lo que se debe prevenir daños futuros ahora.

INDICE

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN ABSTRACT	III
INDICE	IV

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1. ENUNCIADO DEL TEMA	1
2. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	1
3. PROBLEMATIZACION	3
4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
4.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA	4
4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL	4
4.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL	4
5. FUNDAMENTOS E IMPORTANCIA DEL TEMA DE LA INVESTIGACIÓN	5
6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	6
6.1. OBJETIVO GENERAL	6
6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
7. MARCO TEORICO QUE FUNDAMENTA LA TESIS	6
8. HIPOTESIS	8
8.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	8
8.2. VARIABLE DEPENDIENTE	9
9. METODO DE INVESTIGACION	9
9.1. MÉTODO GENERAL	9
9.2. MÉTODOS ESPECIFICOS	10
10. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	11

CAPÍTULO I MARCO HISTÓRICO

1.1. <u>ANTECEDENTES HISTORICOS</u>	12
1.2. <u>ANTECEDENTES HISTORICOS EN LA CIUDAD DE LA PAZ</u>	13

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. <u>ANTECEDENTES</u>	17
--------------------------------	----

<u>2.1.1.</u>	<u>DEFINICION DE CONTAMINACION</u>	17
<u>2.1.2.</u>	<u>DEFINICION DE CONTAMINACION VISUAL</u>	17
<u>2.1.3.</u>	<u>CLASIFICACION DE LA CONTAMINACION</u>	18
	<u>2.1.3.1. CONTAMINACION DEL SUELO</u>	18
	<u>2.1.3.2. CONTAMINACION DEL AGUA</u>	19
	<u>2.1.3.3. CONTAMINACION DE LA ATMOSFERA</u>	19
	<u>2.1.3.4. CONTAMINACION LUMINICA</u>	20
	<u>2.1.3.5. CONTAMINACION DEL PAISAJE NATURAL</u>	20
<u>2.2.</u>	<u>CONTAMINACIÓN VISUAL Y SUS EFECTOS EN LA SOCIEDAD</u>	21
	<u>2.2.1. PRINCIPALES CAUSAS DE LA CONTAMINACION VISUAL</u>	21
	<u>2.2.2. LA SOBRE ESTIMULACION Y LA CONTAMINACION VISUAL</u>	21
	<u>2.2.3. EFECTOS DE LA CONTAMINACION VISUAL EN EL PAISAJE URBANISTICO</u>	22
	<u>2.2.3.1. CARACTERISTICAS DEL PAISAJE</u>	22
	<u>2.2.3.2. RELACION ENTRE CONTAMINACION VISUAL Y PAISAJE URBANISTICO</u>	22
	<u>2.2.3.3. ELEMENTOS QUE AFECTAN EL PAISAJE URBANISTICO</u>	22
	<u>2.2.4. CONTAMINACION VISUAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ</u>	23
<u>2.3.</u>	<u>LA CONTAMINACIÓN VISUAL Y SU IMPACTO EN LA SALUD</u>	24
	<u>2.3.1. DIFERENTES CONCEPTOS DE CONTAMINACION VISUAL</u>	25
	<u>2.3.2. ALGUNOS MECANISMOS BASICOS DE LA VISION</u>	26
	<u>2.3.3. LA PERCEPCION</u>	29
	<u>2.3.4. CÓMO AFECTA A NUESTRA SALUD LA CONTAMINACION VISUAL</u>	31

MARCO JURIDICO

<u>3.1.</u>	<u>NORMATIVA VIGENTE</u>	33
	<u>3.1.1. CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO</u>	33
	<u>3.1.2. SENTENCIA CONSTITUCIONAL PLURINACIONAL N°1714/2012</u>	37
	<u>3.1.3. LEY N°031 MARCO DE AUTONOMIAS Y DESCENTRALIZACION “ANDRES IBAÑEZ”</u>	38
	<u>3.1.4. LEY N° 482 DE GOBIERNOS AUTONOMOS MUNICIPALES</u>	40
	<u>3.1.5. ORDENANZA MUNICIPAL GAMLP N°281/2011</u>	42
	<u>3.1.6. ORDENANZA MUNICIPAL GAMLP N°559/2008-GAMLP N°696/2008 GAMLP N°497/2011 REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR</u>	42
<u>3.2.</u>	<u>DERECHO COMPARADO</u>	42
	<u>3.2.1. LEY CONTRA LA CONTAMINACION VISUAL – SAN JOSE DE COSTA RICA</u>	43

3.2.2. LE GISELACION URUGUAYA, DECRETO MONTEVIDEO ART. DE 284 43

3.3. NORMATIVA INTERNACIONAL AMBIENTAL DEL PAISAJE. 44

CAPÍTULO IV MARCO PRÁCTICO

4.1. AMBITO DE ENCUESTA	49
4.1.1. ¿CUAL FUE EL PROMEDIO DE EDAD EN LAS ENCUESTAS REALIZADAS? 49	
4.1.2. ¿CUÁL ES EL DAÑO AL ORNATO PÚBLICO Y PRIVADO QUE SE REALIZA CON LA MASIVA EXHIBICIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR?_.....	50
4.1.3. ¿CUAL ES EL GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE LA CONTAMINACIÓN VISUAL?	51
4.1.4. ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRO DISTRITOS?	52
4.1.5. ¿CUÁL ES EL GRADO DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS EN LOS MACRO DISTRITOS?_.....	53
4.1.6. ¿CUÁL SON LAS POLITICA PREVENTIVAS DE CONTAMINACION VISUAL EN LOS MACRODISTRITOS?_.....	55
4.1.7. ¿CUÁL ES EL GRADO DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICIDAD DEXTERIOR?_.....	56
4.1.8. ¿QUIÉNES SON LOS QUE CONTAMINAN VISUALMENTE EN VIA PUBLICA?_.....	57
4.2. CONCLUSIONES.....	59

PROPUESTA EXPOSICION DE MOTIVOS

I. INTRODUCCION_.....	61
II. ANTECEDENTES	62
III. CONTENIDO DEL PROYECTO	63
IV. JUSTIFICACION_.....	65
PROYECTO DE LEY AUTÓNOMA MUNICIPAL DE CONTROL DE PUBLICIDAD URBANA CONTRA LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN LA VÍA PÚBLICA_.....	67
DEFINICIONES	81
BIBLIOGRAFIA	88

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1. ENUNCIADO DEL TEMA

“PROPUESTA JURIDICA PARA EVITAR LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN VÍA PÚBLICA, ANTE LA AUSENCIA DE POLITICAS DE PREVENCIÓN MUNICIPAL.”

2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La contaminación visual se refiere al abuso de ciertos elementos “no arquitectónicos” que alteran la estética, la imagen del paisaje urbano y que generan a menudo una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea. *Dichos elementos pueden ser carteles, cables, 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 contaminantes¹.*

En el municipio de la ciudad de La Paz, es posible que ya estemos tan adormecidos y acostumbrados al hecho de tener un cartel, pasacalle, valla, banner, pantalla gigante, etc., en cualquier dirección que miremos, a tal punto que la misma publicidad va perdiendo eficiencia y se sumerge en esa mancha borrosa de luces y colores en la que se han convertido las calles y avenidas.

La cartelera publicitaria es el agente más notorio por su impacto inmediato, creando una confusión en el ser humano mediante la información indiscriminada y los múltiples mensajes que invaden la mirada.

Algo que se ha vuelto bastante popular es la instalación de pantallas publicitarias gigantes en sitios estratégicos de la ciudad, (Av. Mariscal Sta. Cruz, plaza del estudiante, calle 21 de Calacoto, Av. Montenegro y otros) cautivando de manera

¹ BOFF, Leonardo: "Daños por contaminación ambiental urbana e inmisiones inmateriales – Una tensión entre viejas y nuevas realidades que el derecho debe plantear y resolver", Argentina. 2009

peligrosa la atención de conductores e interfiriendo con las señales de tránsito, situación que puede ocasionar accidentes vehiculares con graves consecuencias.

Este panorama es terriblemente agresivo para el hombre común, imaginemos cuánto lo es para un discapacitado, niño o anciano.

La psicóloga Clara Sánchez, explica que la publicidad excesiva provoca estrés, dolor de cabeza, a menudo genera una sobre estimulación visual agresiva, invasiva.

Aunque no parezca, el ser humano retiene en el subconsciente con una sola mirada la información que observa, lo cual, aunque no nos demos cuenta, provoca nivel de estrés

La cartelería 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 Arquitecto **Sprechmann** aclara que *“no ataca a la publicidad, pero estima que ésta debe desarrollarse en base a reglas de juego racionales y urbanísticamente viables. 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”*².

La publicidad exterior es la que más aporta a la carga visual urbana, cuando no es controlada debidamente. Según la normativa, de la Unidad de Publicidad Urbana, no están permitidos los anuncios que afecten el aspecto urbanístico, es decir aquellos que por su ubicación, magnitud o estructura perjudiquen el punto de vista técnico y urbanístico. En cuanto a los anuncios frontales deberían ubicarse por encima de los 2,20 metros, debiendo integrarse a los lineamientos de la fachada. Un recorrido por los principales barrios paceños bastará para

² Boff, Leonardo: *"Daños por contaminación ambiental urbana e intrusiones inmateriales – Una tensión entre viejas y nuevas realidades que el derecho debe plantear y resolver"*, Argentina. Ed.

comprobar fácilmente que esta normativa no se cumple.

Observando esta problemática vi la necesidad de plantear una propuesta jurídica contra la contaminación visual en vía pública, producto de la mala política de prevención municipal, para reforzar las tareas de la **UNIDAD DE PUBLICIDAD URBANA** que al no tener normas efectivas, multa a las diferentes empresas e instituciones que publicitan productos en espacios urbanos no autorizados y estas hacen caso omiso a las multas,

3. PROBLEMATIZACIÓN

La problematización de la investigación se presenta con las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué factores implican la problemática de la Contaminación visual?
2. ¿Qué tipo de contaminación visual es la que daña e incómoda más?
3. ¿Cuáles son los efectos nocivos de la saturación y sobre exposición para la salud de los habitantes?
4. ¿La carencia de normas efectivas de la Unidad de Publicidad Urbana, permite en gran medida la contaminación visual en el municipio de La Paz?

4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA

La delimitación temática del trabajo de investigación se halla, establecida dentro del Derecho Público y la rama específica corresponde al Derecho Municipal.

4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La delimitación temporal se halla establecida para su análisis minucioso de estudio desde el año 2009 hasta el 2015, debido al cambio de modelo al Estado Plurinacional de Bolivia y a la promulgación de una nueva Constitución Política del Estado.

4.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se realizara en el Municipio de La Paz, del Departamento de La Paz, por ser una de las principales ciudades de Bolivia que presentan gran contaminación visual en vía pública.

5. FUNDAMENTOS E IMPORTANCIA DEL TEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La apariencia visual de las ciudades dice mucho de sus habitantes, de sus gobernantes y en general, de su forma de vida. Es por ello que mundialmente existe una gran preocupación por la contaminación visual de los espacios de una ciudad, lo cual implica mucho más que un problema de estética, pues ocasiona un desequilibrio paisajístico y puede afectar a los ciudadanos.

La psicóloga Carla Sánchez explica que la contaminación visual puede ocasionar en el ser humano estrés, dolor de cabeza, migraña, trastornos de atención, agresividad, disminución de la eficiencia y accidentes de tránsito, pues la lectura visual afecta directamente la atención y el organismo de las personas.

Por consiguiente, no se trata tan sólo de un problema de estética como ya señalamos, sino que puede perturbar tanto la salud, el desenvolvimiento de la conducta humana y la eficiencia laboral.

Es de esperar que las autoridades paceñas comprendan la importancia que tiene el luchar contra la contaminación visual que padece la ciudad y extremen los controles y la prevención de manera de llevar adelante acciones coordinadas

para limpiar la ciudad de todos los carteles que invaden el espacio público y no cuentan con la habilitación correspondiente. El problema surge con el incremento del movimiento económico, intentando patrocinar sus productos mercantilistas, llenando de pancartas, pasacalles, carteles, afiches, en todo lugar disponible, tanto en lugares públicos como privados, esencialmente en fachadas, esta problemática genera dos factores en la sociedad, malestar por destrucción de la propiedad privada o en casos extremos a la derivación en depresión, intensificación del estrés visual al ver una gama de colores variados.

6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

6.1. OBJETIVO GENERAL

Proponer una norma jurídica que efectivice las funciones de la Unidad de Publicidad Urbana dependiente del Gobierno autónomo Municipal de La Paz, con la finalidad de recuperar espacios en vía pública, libres de Contaminación Visual.

6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir la problemática de la contaminación visual en vía pública.
- Analizar el impacto de la contaminación visual en vía pública en el municipio de La Paz.
- Analizar la normativa vigente que regula la publicidad exterior y las sanciones impuestas a los infractores.
- Considerar los daños a la salud que puedan producir la contaminación visual en la población.

7. MARCO TEORICO QUE FUNDAMENTA LA TESIS

En la publicidad externa existen ventajas y desventajas, si nos basamos en el hecho de que el hombre en su evolución y hominización siempre busco la manera de comunicarse de forma fácil, buscando los medios precisos para hacerlo, desde este momento se empiezan abrir campos diferentes, muchos más gráficos y efectivos.

Cuando los hombres eran iletrados se utilizaban mucho gráficos y se creaban sistemas de fácil entendimiento, de aquí viene evolucionando esta forma de comunicarse, hasta llegar a nuestros tiempos, como la publicidad que es el medio más utilizado con fines comerciales en las calles, en la televisión, en la radio e internet

La publicidad externa es un medio efectivo para dar a conocer un mensaje, en algunas ocasiones debido a su gran tamaño o a lo llamativos que son; cuando el mensaje está bien planeado y estructurado, los efectos de la publicidad exterior son positivos y exitosos para los negociantes comerciantes y empresarios.

El aumento en las ventas es mucho mayor cuando se utiliza la publicidad, por esto mismo se ha incrementado notablemente, desde los negocios más pequeños como en las grandes empresas, sabemos que la publicidad exterior es un medio generador de riqueza. Las vallas llevan el mensaje a miles de personas a adquirir un producto, generando altos índices en la economía.

La mayor desventaja que presenta la publicidad en vía pública es la contaminación visual, que afecta de dos maneras: en forma directa a la vida cotidiana de los seres humanos y el entorno o ambiente donde éste se desenvuelve. Este tipo de contaminación puede afectar a la salud de las personas con dolores de cabeza, estrés migraña. y se ha comprobado que cuando el cerebro recibe más información de la que es capaz de procesar produce un estado de tensiones en el sistema nervioso.³

GARCIA ROJAS EDGARS; Sistema Nervioso; Edit. Barcelona; Pag. 56

La claridad de la visión se ve sensiblemente afectada por la contaminación visual, pues los carteles y sus contenidos constituyen un factor de desatención y de distracciones peligrosas para los automovilistas. De esta forma, la singularidad de nuestro entorno se desvaloriza y desaparece, produciéndose una pérdida de identidad con su medio, pues los habitantes experimentan una lectura poco clara del espacio donde habitan.

Para combatir este problema, es necesario implementar una normativa jurídica para apoyar las funciones específicas de la Unidad de Publicidad Urbana_ dentro del Gobierno Autónomo Muni

cipal de La Paz, con la finalidad de crear sanciones efectivas para la recuperación de espacios y ornato público libres de contaminación visual, previniendo posibles daños en la salud de la población.

8. HIPOTESIS

Con la implementación de una propuesta jurídica para evitar la contaminación visual en vía pública; se logrará recuperar espacios públicos libres de estrés visual.

8.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Con la implementación de una propuesta jurídica para evitar la contaminación visual en vía pública

8.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Se logrará recuperar espacios públicos libres de estrés visual.

9. METODO DE INVESTIGACION

De acuerdo a las características y los objetivos de la investigación se utilizara los siguientes métodos:

9.1. MÉTODO GENERAL

- **MÉTODO DEDUCTIVO.** El método deductivo tiene la característica de establecer principios y teorías generales que permiten conocer un fenómeno particular, en ese sentido, éste método en la presente investigación nos permitirá considerar la problemática funcional del Municipio y la contaminación visual ⁴.
- **MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO.-** Este método permite hacer un análisis para encontrar el sentido y alcance de lo que significa el problema planteado de una manera sintetizada. En el presente trabajo nos ayudara bastante ya que con este método encontraremos el verdadero sentido y necesidad de reglamentar la problemática de la contaminación visual, a través de un profundo análisis al problema planteado.⁵
- **MÉTODO DIALÉCTICO.** Que considera el problema jurídico materia de la tesis en el contexto de las relaciones sociales y económicas describiendo y evaluando sus contradicciones y conflicto.⁶
- **MÉTODO CORRELACIONAL.-** Se basa en la observación y su carácter es exploratorio. Porque utilizaremos como fuentes documentales el recojo de información mediante Test o encuestas y calcularemos la correlación de las variables de la investigación⁷

9.2. MÉTODOS ESPECÍFICOS.

- **MÉTODO JURÍDICO.** Suma de procedimientos lógicos de las investigaciones y causas los fines del Derecho. Que a su vez utiliza distintos tipos de métodos de acuerdo a la variedad de relaciones e

⁴ CABANELLAS DE TORRES, Guillermo; Diccionario Jurídico elemental; Edit. Heliasta; Pag. 56

⁵ WITKER, Jorge; Ob, Cit; Pag. 33

⁶ WITKER, Jorge; Ob, Cit; Pag. 33

⁷ BLANCO, Mario E: "Guía de Elaboración de Tesis de Grado (Modalidades Paneles). La Paz, U.M.S.A – CAE – IICCA. 1990

hipótesis que se plantean, por ser el derecho una ciencia eminentemente práctica.⁸

- **MÉTODO DOGMÁTICO.**- Tiene por objeto la aplicación de la norma jurídica la cual está establecida, sin someter a discusión es decir la aplicación de la letra muerta de la ley, la ley se la cumple tal y como esta.

- **MÉTODO ANALÍTICO – COMPARATIVO.** Por otra parte, en la investigación se utilizará el método analítico-comparativo, tomando en cuenta que en el presente trabajo de investigación se manejará la comparación de la legislación nacional con la legislación extranjera, para obtener un respaldo en el tema.

Siendo la investigación, una de carácter jurídico social; se ha querido trascender el marco formal normativo, ya que se trata del estudio de los efectos que produce la contaminación visual en vía pública, en el proceso de reglamentar la publicidad fuera de espacios debidamente autorizados, siendo por lo tanto un conocimiento racionalmente comprobable; por ello, para arribar a los objetivos trazados, se ha tenido que combinar métodos.

10. TECNICAS DE INVESTIGACION

Para el proceso de investigación se implementara instrumentos y técnicas expresados en las siguientes modalidades:

La técnica de obtención de datos será por medio de:

1- **La observación**, en un primer momento hacemos una revisión bibliográfica, viendo los antecedentes del tema, con lo que formamos una reflexión que aparecerá en nuestra observación; no estructurada, donde anotamos en forma libre lo que vamos percibiendo en el paisaje (evidencias observables:

⁸ WITKER, Jorge; Ob, Cit; Pag. 33

proliferación de carteles publicitarios, de gran tamaño, colores usados y ubicación de los mismos).

2- Toma de fotos, en este caso obtendremos datos sobre: cantidad de carteles en una distancia planteada como “unidad”, tamaño de los mismos, diseño y tipo de carteles.

3-Encuestas Esta técnica está dirigida a recoger la opinión de una población representativa sobre un tema específico, abordaremos a los automovilistas, en las calles de municipio paceño eligiendo al azar, tanto a turistas como a los ciudadanos locales.

CAPÍTULO I

MARCO HISTÓRICO

1.1. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA CONTAMINACION VISUAL.

Para hablar de contaminación visual debemos remontarnos al inicio de la publicidad, el cual se dio desde la época faraónica, en donde los mercaderes promocionaban sus productos inscribiendo mensajes en piedras que colocaban en los caminos de acceso a la ciudad. Mucho tiempo después, se hicieron populares los anuncios pintados. En las ciudades del imperio romano se reservaban espacios donde colocar murales decorados para este mismo propósito. En las ruinas de Pompeya se han encontrado diversos carteles anunciadores de comercios. Por otra parte, en la antigua Grecia se mostraban anuncios de los juegos olímpicos colocados en las paredes exteriores del estadio. Los anuncios gozaron de mayor difusión con la popularización del papiro y posteriormente el papel. A partir de este momento, se podían reproducir y trasladar los mensajes impresos a diferentes entornos. Más tarde la invención de la imprenta en el siglo XV supuso una revolución, casi tanto como la difusión de la litografía en el siglo XVIII. Estas innovaciones dieron paso a la divulgación masiva del cartel publicitario. Los carteles de los anuncios presentan básicamente imágenes; por una parte, para llegar a la población no sabía leer y por otra, para transmitir un mensaje asociación de ideas al presentar imágenes relativas al negocio o su denominación. La litografía impulsó la actividad publicitaria permitiendo una mayor creatividad en el diseño y otorgando un gran protagonismo al dibujo publicitario al que se acercaron grandes pintores como Toulouse Lautrec. Actualmente, las nuevas tecnologías permiten una gran variedad de manifestaciones publicitarias: vallas publicitarias móviles, iluminación interior de vallas, grandes carteles luminosos, juegos de luces, etc.

Se puede decir que el entorno global ha tenido un cambio salvaje en la historia de la humanidad, pues la manipulación indiscriminada e inapropiada del hombre

ha provocado que grandes agentes contaminantes se conviertan en un rol importante en la actualidad.

Ahora bien, la contaminación visual no es solo un problema de estética, sino un problema que afecta a la expresión de la trayectoria histórica de todos los países, a su manifestación de riqueza y a la diversidad cultural que las caracteriza. Actualmente, ciudades muy grandes de diferentes continentes son conocidos por el ámbito publicitario, más que por su arquitectura; la mayoría de las ciudades más contaminadas están en Norteamérica: Nueva York, "la ciudad que nunca duerme" cuyas luces se mantienen encendidas 24/7, la ciudad de México y por supuesto, la que mantiene el récord de la ciudad más brillante del mundo: Las Vegas.

Es importante tener en cuenta a la contaminación visual como un problema serio, que causa estragos en la salud, en el desequilibrio de la naturaleza y en la pérdida de identidad arquitectónica de los países.

1.2. ANTECEDENTES HISTORICOS EN LA CIUDAD DE LA PAZ

La imagen en blanco y negro de un oficial de tránsito que controla los semáforos de una avenida en La Paz a finales de 1950 llega al presente como un recuerdo, pero en ella se esconde más que eso, se guarda la historia de los primeros anuncios publicitarios en vía pública que tuvo la ciudad y el país.

En 1956, se diseñó anuncios especialmente hechos para las casetas de los "varitas" y también para los primeros refugios de peatones, fabricados por la empresa de Juan Ronda. Se definía como publicidad "callejera".

Esta empresa de publicidad fue la primera que estableció refugios peatonales en La Paz, ciudad que a su vez se convirtió en la primera de Bolivia en tener este tipo de servicio. Cada refugio se utilizaba como parada del transporte público.

“Era un servicio para las personas en aquellos años en los que las paradas de transporte se respetaban. Además, tenían tubos fluorescentes que por la noche iluminaban los avisos del refugio”.

Hace más de 50 años, las empresas que publicitaban en las calles eran embotelladoras, cervecerías, marcas de cremas, líneas de vehículos, repuestos, llantas, además de radiorreceptores y hoteles. La televisión aún no formaba parte de la vida de los paceños.

Las calles han sufrido varios cambios en el transcurso de cinco décadas. Sólo algunas conservan ciertas características que permiten adivinar los lugares en donde estaban ubicadas alrededor de 15 a 20 casetas de los “varitas”, como en el Obelisco o los refugios peatonales en la avenida Camacho, la Pérez Velasco o en la acera del cine Monje Campero.

Poco a poco, las empresas depositaron mayor confianza en las empresas Publicitaria las cuales vieron que resultaba muchos más lucrativos explotar la publicidad exterior a comerciales en la radio, anuncios en los periódicos y posteriormente, la televisión.

Para la década de 1960, la empresa de publicidad llegó a tener una fuerte presencia en las principales avenidas de La Paz y el camino antiguo hacia El Alto con otro producto que innovó en la época: los anuncios con siluetas. Ya en la década de 1970, las vías que conectaban las principales ciudades del país tenían anuncios sobre soportes de hormigón y hierro. Posteriormente, se pasó a anunciar en el ingreso e interiores del aeropuerto de El Alto.

En la actualidad se realizan grandes impresiones de vallas y gigantografías en las que se plasman fotografías reales, pero hace dos décadas esas imágenes sólo las lograba un pintor, que con su talento reproducía de la forma más fiel una fotografía. “Hacían una labor de arte, eran artistas en todo el sentido de la palabra”, dice Ronda.

Entre dos y tres pintores reproducían en plena carretera camiones, personas, construcciones y demás formas que promocionaban productos. El trabajo se hacía durante dos o tres días.

“La publicidad exterior está en desarrollo” Para Jesús Sánchez, máster en administración de empresas y docente de publicidad en la Universidad Católica San Pablo, no es mucho lo que se sabe de las empresas antiguas de publicidad en vía pública, que hoy es una herramienta fundamental para la exposición de las marcas.

Sánchez explica que la publicidad en vía pública (o publicidad exterior) tiene un importante avance a mediados y fines de la década de 1990 con la llegada de representaciones de agencias internacionales, como McCann Erickson, Grey y JWT. “La publicidad exterior, a mi juicio, se encuentra en una etapa plena de desarrollo; no llegó aún a su madurez”, manifiesta

Según Sánchez, en la actualidad para lograr la consolidación de este medio hace falta el concurso de tres factores: la responsabilidad de las agencias de publicidad para romper el esquema de la valla rectangular, la posibilidad que brinda el proveedor de hacer realidad las ideas creativas por muy alocadas que sean. Por último, “y con carácter determinante”, está la disposición de inversión que debe poseer el anunciante.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANALISIS DE LA CONTAMINACION VISUAL, SUS EFECTOS EN LA SOCIEDAD Y SU IMPACTO EN LA SALUD.

2.1.1. DEFINICIÓN DE CONTAMINACIÓN

La contaminación es la introducción en un medio cualquiera de un contaminante, es decir, la entrada de cualquier sustancia o forma de energía con potencial para provocar daños, irreversibles o no, en el medio inicial. Puede entenderse además como, el cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes

2.1.2. DEFINICIÓN DE CONTAMINACIÓN VISUAL

La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte o perturbe la visualización de sitio alguno o rompan la estética de una zona o paisaje y que puede incluso llegar a afectar a la salud de los individuos o zona donde se produzca el impacto ambiental es un problema que nos está afectando a todos.

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

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.

2.1.3. CLASIFICACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN

La contaminación en función del recurso natural afectado, se clasifica según los grandes medios en la que se la puede encontrar, estos son:

- El suelo
- El agua
- El aire
- Paisaje Natural

2.1.3.1. CONTAMINACION DEL SUELO

O Geo contaminación, es la introducción de contaminantes en el suelo, por la actividad del hombre, (Ejemplo: el uso de plaguicidas, polvo proveniente de áreas urbanas y carreteras, colas de la minería y desechos industriales) o por fenómenos naturales⁹. La influencia de estos elementos contaminantes depende en gran medida del tipo de suelo y de las concentraciones de las sustancias.¹⁰

2.1.3.2. CONTAMINACION DEL AGUA.

⁹ BAQUEIRO ROJAS (Edgard), *op. cit.* pp. 27-28

¹⁰ MATA (Alfonso) y QUEVEDO (Franklin), *op. cit.* pp. 77 y 164

Es la presencia de impurezas en los cuerpos de agua, sean ríos, lagos, lagunas, estuarios, mares, océanos o mantos acuíferos¹¹. El ser humano es el encargado de contaminar los cuerpos de agua, deteriorando enormemente su calidad.

2.1.3.3. CONTAMINACION DE LA ATMOSFERA

La atmosfera es la envoltura gaseosa del planeta tierra, siendo el aire su materia constitutiva y un recurso indispensable para la vida, a pesar de esto, las actividades diarias del hombre y en menor medida los fenómenos naturales, se han encargado de perturbar la calidad y composición de la atmosfera, por sustancias extrañas a su constitución normal. A esta situación se la conoce como contaminación atmosférica si se incluyen los fenómenos que ocurren en la troposfera y estratosfera, y contaminación del aire, si se trata de los acontecimientos de este tipo que se dan en los alrededores inmediatos del hombre, su hábitat¹².

2.1.3.4. CONTAMINACION LUMINICA

La Luz es un agente físico que hace visible los objetos, puede ser de origen natural (proveniente del sol) o artificial (producida por el ser humano)¹³. Es definida también como “la clase de energía electromagnética radiantes, capaz de ser percibida por el ojo humano”¹⁴. La emisión de la luz por fuentes artificiales nocturnas, en intensidades direcciones o rangos espectrales innecesarios ocasiona contaminación lumínica (conocida también como contaminación

¹¹ MATA (Alfonso) y QUEVEDO (Franklin), *op. cit.* pp. 170

¹² MATA (Alfonso) y QUEVEDO (Franklin), *op. cit.* pp. 75-76

¹³ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *op. cit.* , <http://www.rae.es>.

¹⁴ WIKIPEDIA (enciclopedia en línea), *op. cit.*, <HTTP://www.rae.es>.

luminosa o por luz)¹⁵

2.1.3.5. CONTAMINACION DEL PAISAJE NATURAL

El deterioro del paisaje natural puede darse por razones naturales (deslizamiento de tierra, actividad sísmica o volcánica que modifique o destruya áreas boscosas, fenómenos climatológicos como huracanes y tormentas que alteran el entorno natural y la contaminación de agua por causas naturales) o por la intervención del hombre (Desarrollo urbanístico sin control y desarrollo desmedido de centros turísticos, edificaciones verticales, en detrimento del paisaje natural, contaminación por luces que afectan el paisaje natural nocturno)¹⁶

2.2. CONTAMINACION VISUAL Y SUS EFECTOS EN LA SOCIEDAD.

2.2.1. 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
- ✓ Basurales que malogran el paisaje y pueden alejar el turismo.

2.2.2. LA SOBRE ESTIMULACION Y LA CONTAMINACION

¹⁵ ORTIZ RECIO (Alba Iris) y MURILLO GONZALES (Salomé), *op. cit.*, p. 17

¹⁶ BAQUEIRO ROJAS (Edgard), *op. cit.*; p. 24

VISUAL.

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.

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, se debe contar con reglas claras y precisas cuya finalidad sea una mejor calidad de vida para todos.

2.2.3. EFECTOS DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN EL PAISAJE URBANISTICO.

2.2.3.1. CARACTERISTICAS DEL PAISAJE

El Paisaje está constituido por elementos naturales y culturales, que coexisten en un espacio determinado (es decir, cualquier parte del territorio); este conjunto forma un paisaje¹⁷. Y a su vez, el paisaje (natural y/o antrópico) será un elemento constituyente del ambiente. MANABELLA definió el ambiente como “el conjunto de elementos naturales y culturales que constituyen el entorno, donde se desarrolla la vida del hombre”¹⁸

2.2.3.2. RELACION ENTRE CONTAMINACIÓN VISUAL Y PAISAJE URBANISTICO

¹⁷ MANAVELLA C. (Carlos), *op. cit.*, pp. 7-8 et pass.

¹⁸ *Ibíd.*, p 4

La relación que existe entre la contaminación visual y el paisaje es que la contaminación visual es una forma de polución que afecta cualquier tipo de paisaje urbano.

2.2.3.3. ELEMENTOS QUE AFECTAN EL PAISAJE URBANISTICO

Publicidad Exterior Visual. Una valla publicitaria mal colocada o de dimensiones inapropiadas, puede dificultar la percepción.

Asimismo, el contenido de los mensajes publicitarios produce un alto índice de distracción que captura la atención de peatones y automovilistas, aumentando el riesgo de accidentes. Durante la noche “los carteles luminosos hacen se las suyas, haciendo difícil, distinguir las luces de los semáforos”¹⁹

Las estructuras lumínicas mal utilizadas generan un efecto negativo sobre el paisaje nocturno.

2.2.4. CONTAMINACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ.

La Paz, es una ciudad que se representa con mucha diversidad etnográfica, color, con calles estrechas destinadas al turismo (Linares, Sagarnaga) donde se representa lo mejor de la cultura andina, que en estos últimos años fue creciendo a pasos gigantes, en sus calles, edificios, casas, etc.

Sin embargo, a partir de un tiempo la verticalidad de nuestra ciudad se ha impregnado con una gran gama de estampados comerciales y un sin fin de cables desorganizados, que contaminan el paisaje de la ciudad y su armonía.

¹⁹ ESPOSITO (Vanesa G) *ibíd.*. en *Idéntico sentido* ORTIZ RECIO (alba Iris) y MURILLO GONZALES (Salomé), *Ibíd.* , p. 15

En época de elecciones, la ciudad se inunda de nuevos carteles y propaganda electoral; a pesar de ser por una temporada corta, se deja notar a gran magnitud su contaminación hacia la ciudad, por la gran cantidad de propaganda utilizada.

Asimismo, podemos observar fachadas destruidas u ocultas por la superposición de carteles, estructuras metálicas. La arquitectura aparece desvalorizada y miniaturizada. El cielo oculto por cables y antenas.

El espacio público se ve desvirtuado e invadido por postes, sostenes de carteles, el tránsito peatonal entorpecido. Este panorama es terriblemente agresivo para el hombre común, imaginemos cuánto lo es para un discapacitado, niño o anciano.

Esta situación no solo atenta contra la belleza del espacio urbano, sino también sobre la lectura poco clara que pueden percibir las personas.

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.

2.3. LA CONTAMINACION VISUAL Y SU IMPACTO EN LA SALUD.

Toda la contaminación visual repercute en la salud psíquica y en algunos casos física de las personas. Por ejemplo, las vallas publicitarias en el centro de la ciudad ocasionan distracción, lo que podría generar accidentes de tránsito.

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.

De noche la excesiva iluminación comercial en paneles televisivos, carteleras y propagandas que nuestra ciudad ostenta, contribuye muchas veces a una dispersión de la atención y según el caso, a un posible aumento de la excitabilidad del individuo, al verse sometido a tan profuso acoso visual.

2.3.1. DIFERENTES CONCEPTOS.

Para MIRANDA LONDOÑO la contaminación visual puede afectar la salud mental y física de las personas, y hasta su seguridad²⁰ .

ESPÓSITO considera que la contaminación visual, ya sea natural o artificial, afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos²¹ .

ORTIZ RECIO y MURILLO GONZALES entienden por contaminación visual “el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos negativos importantes en la percepción visual, por la distorsión o cualquier forma de alteración del entorno urbano de la ciudad”²² .

MATA y QUEVEDO definen la contaminación visual como “aquellos aspectos que afectan negativamente la complacencia de la mirada” y como “todo aquello que altere negativamente el ambiente visual”²³ .

2.3.2. ALGUNOS MECANISMOS BÁSICOS DE LA VISIÓN.

²⁰ MIRANDA LONDOÑO (Julia), *op. cit.* , p. 215

²¹ ESPÓSITO (Vanessa G.), *op. cit.* , <http://www.eco-sitio.com>

²² ORTIZ RECIO (Alba Irirs) y MURILLO GONZALES (Salomé), *op. cit.* pp. 8-9

²³ MATA (Alfonso) y QUEVEDO (Franklin), *op., cit.*, p-78

En este apartado vamos a mencionar brevemente algunos aspectos genéricos de la percepción visual. Concretamente nos referimos a unos mecanismos o características de funcionamiento del sistema visual que traspasan las fronteras de las áreas habituales de investigación en visión y que pueden dar cuenta de un gran número de fenómenos encontrados en la percepción visual. Concretamente nos referimos a los campos receptivos, la inhibición lateral y la magnificación cortical.

- **Campos Receptivos.** Como en el caso del sistema táctil, las células que componen el sistema visual funcionan de acuerdo a la estimulación recibida en el llamado campo receptivo. En el caso por ejemplo de las células ganglionares, el campo receptivo de una de estas células define el conjunto, de forma aproximadamente circular, de receptores fotosensibles (recordemos que ni las bipolares ni las ganglionares lo son) cuya activación o inhibición afecta a su funcionamiento.

Hay dos tipos de campos receptivos, y, por tanto, de respuestas ganglionares: de centro encendido y de centro apagado. En el primer caso, la célula ganglionar se activa máximamente si se activan los receptores del centro de su campo y permanecen sin activar los receptores de la periferia. En el segundo caso, sucede justo lo contrario, esto es, la ganglionar está máximamente activa si los receptores del centro de su campo no son activados por la luz y sí lo son los situados en la periferia (ver figura). Los patrones de iluminación mixtos producen, como es lógico, niveles de activación menos acusados. La percepción del contraste es óptima en aquellos casos en que el patrón estimular se ajusta, por así decirlo, a la estructura física del campo receptivo.

Conviene recordar, en todo caso, que el nivel de integración o convergencia de las ganglionares que conectan con conos y bastones es diferente. En efecto, lo normal es que cada uno de los conos conecte exclusivamente con una ganglionar (a través de una bipolar,

como es lógico) y viceversa, esto es, que cada ganglionar conecte con un solo cono. Por el contrario, las ganglionares que integran la información procedente de los bastones tienen un campo receptivo mayor, es decir, una sola ganglionar integra información de muchos bastones. La lógica de esta diferencia en el nivel de convergencia de conos y bastones es relativamente fácil de entender. Los conos, como sabemos, funcionan mal en situaciones de baja luminosidad, pero son altamente eficaces en la percepción de contornos, bordes y contrastes cuando hay mucha luz. Por esa razón, la información procedente de los conos tiene que ser procesada de manera más selectiva y precisa que la procedente de los bastones.

- **Inhibición Lateral.** Se sabe, pues, que la interacción neuronal en la retina no se produce sólo de abajo a arriba, esto es, de los fotorreceptores a las bipolares y de éstas a las ganglionares. En la retina se dan también efectos de interacción laterales. La organización diferencial entre centro y periferia de los campos receptivos de las células ganglionares tiene mucho que ver de hecho con estos procesos de interacción lateral. Las activaciones de las neuronas de cada parte (centro y periferia) se suman, pero la activación general de la célula ganglionar implica computar los efectos diferenciales de cada parte. De esta manera, si las dos partes del campo receptivo reciben el tipo de estimulación que necesitan, sus efectos se suman y se alcanza un nivel de activación máximo en la ganglionar, pero si el estímulo produce efectos opuestos en el centro y en la periferia, las dos regiones antagonistas compiten entre sí y la célula ganglionar correspondiente se mantiene casi inactiva. Esta interacción entre regiones antagonistas es conocida como inhibición lateral. La inhibición lateral es uno de los procesos básicos más importantes en la explicación de muchos fenómenos perceptivos, como la percepción del contraste, y ciertas ilusiones perceptivas muy llamativas
- **Magnificación Cortical.** Como se puede ver al seguir el largo de viaje neurológico de la actividad del sistema visual, en las vías visuales de

proyección, la organización del sistema visual mantiene una cierta fidelidad a los objetos externos, o, mejor, a la estructura óptica del medio. Esta relación topológica, aunque con ciertas inversiones en la retina y el quiasma, se mantiene también a nivel cortical, de manera que se puede decir que en el córtex se proyecta en cada momento una especie de mapa topológicamente equivalente a la imagen externa, esto es, zonas próximas en la imagen externa activan células próximas en el córtex visual. Sin embargo, la investigación ha demostrado que las zonas más importantes del campo visual, que son también las zonas mejor enfocadas, y, por lo tanto, procesadas por los conos de la fovea, merecen más territorio cortical que las zonas periféricas. Este fenómeno es conocido como magnificación cortical. Este hecho explica distintas formas de percepción del campo visual en términos de resolución, percepción del movimiento, etc.

2.3.3. LA PERCEPCIÓN

Con las señales o estímulos que llegan a nuestro cerebro mediante los sentidos, principalmente el de la vista, se forma una imagen de la sensación que se tiene en la mente de cada una de las sensaciones (visuales, auditivas, táctiles, etc.). La percepción la estudia la psicología cognitiva desde un enfoque modular es el planteamiento de un autor Fodor de los años 1980, piensa que la mente está compuesta por un conjunto de módulos y todos están regulados por un efectivo central el que controla que todos los demás funcionen bien y los organiza, hay uno de los módulos que se encarga de la percepción, él plantea que cada módulo es autónomo y tiene una función muy específica y especializada en una tarea. También habla de la penetrabilidad cognitiva en un funcionamiento normal cada módulo se dedica a una tarea pero si un módulo no funciona bien el resto de los módulos pueden tomar también la tarea del módulo defectuoso pero de una manera menos eficiente entonces algunas veces también pueden intervenir otros módulos.

Los cognitivistas plantean que la percepción está compuesta por una serie de etapas, Gibson dice que solo hay una etapa (las cosas las vemos de golpe sin que haya sub etapas), para Marr hay muchas etapas y hay un autor Rock que plantea que hay dos etapas.

La clasificación de los diferentes tipos de investigación actualmente se ha estudiado los cinco tipos de percepciones pero el gusto, olfato, tacto se ha estudiado solo desde el punto de vista fisiológico, mientras que en la vista y el oído también hay investigaciones en el campo psicológico. Dentro de la vista se ha investigado tres grandes temas:

1º. La constancia del tamaño y del brillo tienen que ver la constancia del tamaño del objeto en nuestra retina en función de la distancia a la que estamos del objeto en nuestra retina se ve el objeto más o menos grande pero psicológicamente lo vemos como una constancia en el tamaño. La constancia del brillo la luz viene a ráfagas pero psicológicamente vemos siempre una luz homogénea pero el estímulo físico sale a ráfagas o por trozos (fotones).

2º. La tridimensionalidad los objetos tienen tres dimensiones pero lo que llega a nuestra retina llega como en una pantalla de cine es plana pero a pesar de esto lo vemos en tres dimensiones hay una especie de traducción del estímulo físico hay algo psicológico que pasa en el proceso no se sabe cómo ni porque.

3º. El proceso de distinción de los colores o formamos los colores.

En el fisiológico se estudia los mecanismos biológicos de la percepción cómo funciona el ojo, el cristalino, los nervios ópticos, el cerebro etc.

Por ejemplo: Se estudia la actividad eléctrica del cerebro en función del tipo de estímulo y de la intensidad nos informa solo de cómo lo percibimos para explicar la percepción en nuestra mente se aplica la investigación psicofísica.

La percepción es fundamental para la supervivencia es lo que nos permite ve el mundo y funcionar en él consiste en dos cuestiones organizadas las unidades estimulares y las organizamos en una mayor, reconocer que la forma que hemos organizado con los elementos y el conjunto le damos un significado que había en la mente o un significado nuevo es la catalogación y la clasificación de los objetos.

La percepción es la puerta por la que el mundo entra en la mente, pero también, y sobre todo, la ventana por la que mente sale al mundo. Desde y a través de la percepción crece nuestra conciencia de habitar un mundo objetivo y compartido. Así que en cierto modo hablar de percepción implica de escribir la manera de transitar entre lo que consideramos mente y lo que preferimos entender cómo mundo.

La percepción nos ponía en contacto con lo real a costa de garantizarnos un acceso seguro sólo a su apariencia. Si la percepción nos engaña, entonces no es de extrañar que los artistas decidieran desarrollar tecnologías y procedimientos eficaces para engañar a la percepción.

2.3.4. ¿CÓMO AFECTA A NUESTRA SALUD LA CONTAMINACIÓN VISUAL?

Desde el punto de vista médico²⁴, cuando una persona está sometida a un acoso visual por contaminación visual puede presentar los siguientes síntomas:

- Estrés

- Dolor de cabeza.

²⁴ GARCIA ROJAS (Edgard), *op. cit.* pp. 27-28

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

CAPÍTULO III

MARCO JURIDICO

3.1. NORMATIVA JURIDICA VIGENTE.

3.1.1. CONSTITUCION POLITICA DEL ESTADO PLURINACIONAL.

TÍTULO II

DERECHOS FUNDAMENTALES Y GARANTÍAS

CAPÍTULO QUINTO

DERECHOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

SECCIÓN I

DERECHO AL MEDIO AMBIENTE

ARTÍCULO 33.- Las personas tienen derecho a un medio ambiente saludable, protegido y equilibrado. El ejercicio de este derecho debe permitir a los individuos y colectividades de las presentes y futuras generaciones, además de otros seres vivos, desarrollarse de manera normal y permanente.

ARTÍCULO 35.- I. El Estado, en todos sus niveles, protegerá el derecho a la salud, promoviendo políticas públicas orientadas a mejorar la calidad de vida, el bienestar colectivo y el acceso gratuito de la población a los servicios de salud.

ARTÍCULO 37.- El Estado tiene la obligación indeclinable de garantizar y sostener el derecho a la salud, que se constituye en una función suprema

y primera responsabilidad financiera. Se priorizará la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades.

TERCERA PARTE

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

TÍTULO I

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

CAPÍTULO OCTAVO

DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

ARTÍCULO 302.- I. Son competencias exclusivas de los gobiernos municipales autónomos, en su jurisdicción:

5. Preservar, conservar y contribuir a la protección del medio ambiente y recursos naturales, fauna silvestre y animales domésticos

16. Promoción y conservación de cultura, patrimonio cultural. histórico, artístico, monumental, arquitectónico, arqueológico, paleontológico, científico, tangible e intangible municipal.

19. Creación y administración de impuestos de carácter municipal, cuyos hechos imponibles no sean análogos a los impuestos nacionales o departamentales.

20. Creación y administración de tasas, patentes a la actividad económica y contribuciones especiales de carácter municipal.

29. Desarrollo urbano y asentamientos humanos urbanos.

33. Publicidad y propaganda urbana.

TÍTULO II

MEDIO AMBIENTE, RECURSOS NATURALES, TIERRA

Y TERRITORIO

CAPÍTULO PRIMERO

MEDIO AMBIENTE

ARTÍCULO 342.- Es deber del Estado y de la población conservar, proteger y aprovechar de manera sustentable los recursos naturales y la biodiversidad, así como mantener el equilibrio del medio ambiente.

ARTÍCULO 343.- La población tiene derecho a la participación en la gestión ambiental, a ser consultado e informado previamente sobre decisiones que pudieran afectar a la calidad del medio ambiente.

ARTÍCULO 346.- El patrimonio natural es de interés público y de carácter estratégico para el desarrollo sustentable del país. Su conservación y aprovechamiento para beneficio de la población será responsabilidad y atribución exclusiva del Estado, y no comprometerá la soberanía sobre los recursos naturales. La ley establecerá los principios y disposiciones para su gestión.

ARTÍCULO 347. - I. El Estado y la sociedad promoverán la mitigación de los efectos nocivos al medio ambiente, y de los pasivos ambientales que afectan al país. Se declara la responsabilidad por los daños ambientales históricos y la imprescriptibilidad de los delitos ambientales.

QUINTA PARTE

JERARQUÍA NORMATIVA Y REFORMA DE LA CONSTITUCIÓN

TÍTULO ÚNICO

PRIMACÍA Y REFORMA DE LA CONSTITUCIÓN

ARTÍCULO 410.- I. Todas las personas, naturales y jurídicas, así como los órganos públicos, funciones públicas e instituciones, se encuentran sometidos a la presente Constitución.

II. La Constitución es la norma suprema del ordenamiento jurídico boliviano y goza de primacía frente a cualquier otra disposición normativa. El bloque de constitucionalidad está integrado por los Tratados y Convenios internacionales en materia de Derechos Humanos y las normas de Derecho Comunitario, ratificados por el país. La aplicación de las normas jurídicas se regirá por la siguiente jerarquía, de acuerdo a las competencias de las entidades territoriales:

1. Constitución Política del Estado.
2. Los tratados internacionales
3. Las leyes nacionales, los estatutos autonómicos, las cartas orgánicas y el resto de legislación departamental, municipal e indígena
4. Los decretos, reglamentos y demás resoluciones emanadas de los órganos ejecutivos correspondientes.

3.1.2. SENTENCIA CONSTITUCIONAL PLURINACIONAL N° 1714/2012.

“El término facultad entendido como un poder de hacer, expresa en el ámbito legislativo la potestad de los órganos representativos de emitir leyes de carácter general y abstracto, cuyo contenido es normativo sobre determinada materia. **En su sentido formal, este acto de emitir leyes debe provenir de un ente u órgano legitimado, es decir, representativo: Asamblea Legislativa o Asambleas legislativas de las entidades territoriales autónomas con potestad de emitir leyes en las**

materias que son de su competencia. Cabe destacar, que esta potestad legislativa para las entidades territoriales no se encuentra reducida a una facultad normativo-administrativa, dirigida a la promulgación de normas administrativas que podrían interpretarse como decretos reglamentarios, pues esta interpretación no sería acorde al nuevo modelo de Estado compuesto, donde el monopolio legislativo ya no decanta únicamente en el órgano legislativo del nivel central, sino que existe una ruptura de ese monopolio a favor de las entidades territoriales autónomas en determinadas materias.”.

3.1.3. LEY N°031 MARCO DE AUTONOMIAS Y DESCENTRALIZACION “ANDRÉS IBAÑEZ”

ARTÍCULO 8.- (FUNCIONES GENERALES DE LAS AUTONOMÍAS). En función del desarrollo integral del Estado y el bienestar de todas las bolivianas y los bolivianos, las autonomías cumplirán preferentemente, en el marco del ejercicio pleno de todas sus competencias, las siguientes funciones:

3. La autonomía municipal, impulsar el desarrollo económico local, humano y desarrollo urbano a través de la prestación de servicios públicos a la población, así como coadyuvar al desarrollo rural.

ARTÍCULO 10.- (RÉGIMEN JURÍDICO AUTONÓMICO). Las normas que regulan todos los aspectos inherentes a las autonomías se encuentran contenidas en la Constitución Política del Estado, la presente Ley, las leyes que regulen la materia, el estatuto autonómico o carta orgánica correspondiente y la legislación autonómica.

CAPÍTULO II

AUTONOMÍA MUNICIPAL

ARTÍCULO 33.- (CONDICIÓN DE AUTONOMÍA). Todos los municipios existentes en el país y aquellos que vayan a crearse de acuerdo a ley, tienen la condición de autonomías municipales sin necesidad de cumplir requisitos ni procedimiento previo. Esta cualidad es irrenunciable y solamente podrá modificarse en el caso de conversión a la condición de autonomía indígena originaria campesina por decisión de su población, previa consulta en referendo.

ARTÍCULO 34.- (GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL). El gobierno autónomo municipal está constituido por:

I. Un Concejo Municipal, con facultad deliberativa, fiscalizadora y legislativa en el ámbito de sus competencias. Está integrado por concejales y concejales electas y electos, según criterios de población, territorio y equidad, mediante sufragio universal, y representantes de naciones y pueblos indígena originario campesinos elegidas y elegidos mediante normas y procedimientos propios que no se hayan constituido en autonomía indígena originaria campesina, donde corresponda.

II. Un Órgano Ejecutivo, presidido por una Alcaldesa o un Alcalde e integrado además por autoridades encargadas de la administración, cuyo número y atribuciones serán establecidos en la carta orgánica o normativa municipal. La Alcaldesa o el Alcalde será elegida o elegido por sufragio universal en lista separada de las concejales o concejales por mayoría simple.

CAPÍTULO III

ALCANCE DE LAS COMPETENCIAS

ARTÍCULO 88.- (BIODIVERSIDAD Y MEDIO AMBIENTE) V. De acuerdo a la competencia concurrente del Numeral 1 del Parágrafo II del Artículo 299 de la Constitución Política del Estado se distribuyen las competencias concurrentes de la siguiente manera:

1. Nivel central del Estado: a) Protección del medio ambiente y fauna silvestre, manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental. b) Implementar la política de conservación y aprovechamiento sustentable de la vida silvestre.

2. Gobiernos departamentales autónomos: a) Proteger y contribuir a la protección del medio ambiente y fauna silvestre, manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental en su jurisdicción.

3. Gobiernos municipales autónomos: a) Proteger y contribuir a la protección del medio ambiente y fauna silvestre, manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental en su jurisdicción.

3.1.4. LEY N°482 DE GOBIERNOS AUTONOMOS MUNICIPALES.

CAPITULO II

GOBIERNO AUTONOMO MUNICIPAL

ARTÍCULO 13.- (JERARQUIA NORMATIVA MUNICIPAL). La normativa Municipal estará sujeta a la Constitución Política del Estado. La jerarquía de la normativa Municipal, por órgano emisor de acuerdo a las facultades de los Órganos de los gobiernos Autónomos Municipales, es la siguiente:

ORGANO LEGISLATIVO

- a) Ley Municipal sobre sus facultades, competencias exclusivas y el desarrollo de las competencias compartidas.
- b) Resoluciones para el cumplimiento de sus atribuciones.

CAPITULO III

CONSEJO MUNICIPAL COMO ÓRGANO LEGISLATIVO, DELIBERATIVO Y FISCALIZADOR

ARTÍCULO 15.- (ESTRUCTURA ORGANIZATIVA). En los Gobiernos Autónomos Municipales donde se efectúe la separación administrativa de órganos, se establecerán una estructura organizativa del órgano legislativo, conforme a su Reglamento General.

ARTÍCULO 16.- (ATRIBUCIONES DEL CONSEJO MUNICIPAL) El consejo Municipal tiene las siguientes atribuciones:

4. En el ámbito de sus facultades y competencias dictar leyes Municipales y Resoluciones, interpretarlas, derogarlas, abrogarlas y modificarlas.

18. Aprobar, modificar o suprimir mediante ley municipal las tasas y patentes a la actividad económica y contribuciones especiales de carácter municipal.

19. A propuesta del órgano ejecutivo municipal, aprobar, modificar o suprimir mediante ley municipal los impuestos de dominio exclusivo del Gobierno Autónomo Municipal, de conformidad con el art. 323 de la C.P.E., la disposición adicional primera y segunda de la ley N° 31 Marco de Autonomías y Descentralización, la Ley N° 154 de Clasificación y Definición de Impuestos y de regulación para la creación y/o modificación de impuestos de dominio de los Gobiernos Autónomos y el Código Tributario Boliviano.

3.1.5. ORDENANZA MUNICIPAL GAMLP N°281/2011

Aprueba el régimen tributario de las patentes municipales. Asimismo, del artículo 47 al 56 autoriza el pago de patentes municipales de publicidad vial en el espacio aéreo municipal, así como da las fórmulas para las patentes en las diferentes categorías y zonas.

3.1.6. ORDENANZA MUNICIPAL DEL GAMLP N°559/2008- GAMLP N°696/2008 GAMLP N°497/2011 REGLAMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Esta Ordenanza Municipal aprueba el Reglamento de Publicidad Exterior, que tiene por objeto regular el emplazamiento y retiro de exhibiciones publicitarias exteriores en propiedad pública o privada, visibles desde la vía pública a través del establecimiento de un marco normativo, técnico y administrativo que garantice el resguardo y seguridad de las personas, respete el ordenamiento urbano, vele por preservar el patrimonio tangible y natural, promueva la inversión privada y evite la contaminación visual en el Municipio de La Paz.

3.2. DERECHO COMPARADO

3.2.1. LEY CONTRA LA CONTAMINACION VISUAL – SAN JOSE DE COSTA RICA

Lo que esta ley pretende es evitar la proliferación de anuncios y rótulos, en las orillas de las carreteras, debido a que estas atentan contra la seguridad vial. Solamente se permiten las señalizaciones viales estandarizadas: la regulatorias, de orientación vial, preventivas y temporales. Es importante este tipo de leyes debido a sobresaturación de vallas publicitarias y anuncios en las carreteras, suceden accidentes automovilísticos a diario.

Sin embargo en costa Rica no es posible en totalidad la regulación y la aplicación de la ley establecida, debido a que en muchos casos no se le da la importancia que respecta y se es permisivos en este caso, contribuyendo así de manera negativa a la gran cantidad de consecuencias

3.2.2. LEGISLACION URUGUAYA, DECRETO MONTEVIDEO ART. DE 284

En el Artículo D.284. Publicidad.- Se prohíbe expresamente la instalación de cartelería publicitaria en todo el Suelo Rural a excepción de la vinculada al equipamiento público y la que haga referencia a productos del establecimiento en que se instale, debiendo en este último caso, localizarse en las edificaciones de dicho establecimiento y con criterios de protección paisajística.

El Plan de Ordenamiento Territorial, Plan Montevideo, comprende todo el territorio departamental, tomándolo en consideración para su ordenación integrada, es decir, relacionando los valores y características del medio físico del departamento con su conveniente utilización humana con fines productivos y sociales

3.3. NORMATIVA INTERNACIONAL AMBIENTAL DEL PAISAJE.

Existe una serie de declaraciones y convenciones internacionales, que han tratado directa o indirectamente el tema de la Contaminación visual y del debido resguardo que le debemos al paisaje, lo cual quiere decir, como adelantábamos supra, que el mismo es definitivamente un bien jurídico tutelado y reconocido a nivel internacional sin lugar a dudas.

Desde los principios previstos en declaraciones internacionales, tenemos que tanto en la Declaración de Estocolmo de 1972²⁵, como en la de Río 92²⁶ se previó

²⁵ Principio 2: "Los recursos naturales de la tierra incluidos el aire, el agua, la tierra, la flora y la fauna y especialmente muestras representativas de los ecosistemas naturales, deben preservarse en beneficio de las generaciones presentes y futuras, mediante una cuidadosa planificación u ordenación, según convenga."

²⁶ Principio 11: "Los Estados deberán promulgar leyes eficaces sobre el medio ambiente. Las normas ambientales, y los objetivos y prioridades en materia de ordenación del medio ambiente, deberían reflejar el contexto ambiental y de desarrollo al que se aplican."

como instrumento de protección ambiental la ordenación del medio, asunto que conlleva implícitamente un claro deber de resguardar los diferentes escenarios o paisajes donde la biodiversidad se asienta, lo cual es sinónimo de una racionalidad ambiental que se debe implementar y manifestar en políticas y leyes en defensa de los entornos por parte de los Estados. Asimismo, en instrumentos vinculantes más puntuales, se ha reconocido el paisaje equilibrado expresamente, por ejemplo en el Convenio para la Protección de la Flora, de la Fauna y de las Bellezas Escénicas Naturales de los países de América de 1949, que señala en el artículo V: *“1. Los Gobiernos contratantes convienen en adoptar o en recomendar a sus respectivos cuerpos legislativos competentes, la adopción de leyes y reglamentos que aseguren la protección y conservación de la flora y la fauna dentro de sus respectivos territorios y fuera de los parques nacionales y reservas nacionales, monumentos naturales y de las reservas de regiones vírgenes... 2. Los Gobiernos contratantes convienen en adoptar o en recomendar a sus respectivos cuerpos legislativos la adopción de leyes que aseguren la protección y conservación de los paisajes, las formaciones geológicas extraordinarias y las regiones y los objetos naturales de interés estético o valor histórico o científico.”*

Hay que tener claro, que este convenio -y los otros que se dirán- trata expresamente la protección del paisaje natural, es decir, pareciera que excluye o deja al descubierto el entorno urbano o el rural, pero en todo caso, es valedero lo contemplado, pues existe una manifiesta necesidad de no hacer cambios del uso del suelo en sitios que son espacios vitales y sensibles para la biodiversidad silvestre a efecto de detener la degradación de estas áreas que casi se han convertido en islas dentro de los ecosistemas urbanos.

Por su parte, en la Convención Relativa a los Humedales de importancia Internacional especialmente como hábitat de aves acuáticas de 1971, se remarca el deber estatal de proteger los humedales por su valor, no sólo en biodiversidad, sino por su función estética.

En la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural que data de 1972, se establecen regulaciones tendientes a proteger el paisaje

natural. En el Artículo 1. Se señala: *“A los efectos de la presente Convención se considerará patrimonio cultural: Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológicos, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje, le dé un valor universal excepcional, desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia, Los lugares: obras del hombre y obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico”.*

En su artículo 2 se dice: *“A efectos de la presente Convención se considerará “patrimonio natural”: Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o grupos de estas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.”*

En la Convención Interamericana para la Protección y Conservación de las tortugas marinas de 1997 se señala que existe un deber de los firmantes de tratar de restaurar sitios en las zonas costeras a favor de las tortugas; asunto que por su puesto conlleva a tener que proteger los escenarios, para evitar la contaminación visual y la lumínica en las playas de anidamiento a efecto de que estas no se conviertan en paraderos turísticos donde se construyan casas de verano, condóminos y hoteles. Dice en este instrumento en el artículo IV, sobre las medidas a tomar: *“c. En la medida de lo posible, la restricción de las actividades humanas que puedan afectar gravemente a las tortugas marinas, sobre todo durante los períodos de reproducción, incubación y migración; d. La*

protección, conservación y, según proceda, la restauración del hábitat y de los lugares de desove de las tortugas marinas, así como el establecimiento de las limitaciones que sean necesarias en cuanto a la utilización de esas zonas mediante, entre otras cosas, la designación de áreas protegidas...” (el resaltado es nuestro)

También tenemos a la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre de 1974 y la Convención de la Diversidad Biológica de 1995, que defienden los diferentes hábitat, de los distintos animales o aves del orbe y por ende existe una protección tácita del paisaje natural.

Por último, pero de vital trascendencia, tenemos que existe la interesantísima recomendación aprobada en la Conferencia General de la UNESCO en la doceava sesión en París, el 12 de diciembre de 1962, que reconoce la importancia del paisaje en diferentes escenarios y no sólo en lo natural²⁷. Ésta habla de medidas de protección a los diferentes paisajes naturales y señala que los ambientes rurales y urbanos que están ya de por sí degradados, deben ser especialmente protegidos y que se deben establecer las medidas de mitigación necesarias y todo lo anterior, nos resulta de gran valor, pues marca una abierta

²⁷ Señala esta recomendación: *“Considerando que, en todas las épocas, la acción del hombre ha causado a veces daño a la belleza y al carácter de lugares y paisajes que constituyen el ambiente natural de su existencia, empobreciendo de esta suerte el patrimonio cultural y estético e incluso vital de regiones enteras en todas las partes del mundo,*

Considerando que con el cultivo de nuevas tierras, el desenvolvimiento a veces anárquico de los centros urbanos, la ejecución de grandes obras y la realización de vastos planes de organización e instalación industrial y comercial, las civilizaciones modernas han acelerado este fenómeno que hasta el pasado siglo había sido relativamente lento,

Considerando que este fenómeno tiene repercusiones no solo en el valor estético de los lugares y paisajes naturales o creados por el hombre sino también en el interés cultural y científico que ofrece la vida salvaje, Considerando que, por su belleza y carácter, la protección de paisajes y lugares definidos en la presente recomendación es necesaria para la vida del hombre, para el que son un poderoso regenerador físico, moral y espiritual y contribuyen a la vida artística y cultural de los pueblos como lo muestran muchos ejemplos universalmente conocidos,

Considerando además que los lugares y paisajes constituyen un factor importante de la vida económica y social de muchos países, así como un elemento importante de las condiciones de higiene de sus habitantes, Reconociendo, sin embargo, que conviene tener en cuenta las necesidades de la vida colectiva, su evolución y el rápido avance del progreso técnico,

Considerando, en consecuencia, que es sumamente oportuno y urgente estudiar y adoptar las medidas necesarias para proteger la belleza y el carácter de los lugares y paisajes dondequiera y siempre que sea aun posible...

Aprueba, hoy once de diciembre de 1962, la presente recomendación.

diferencia con los instrumentos supra expuestos, que como hemos dicho, tienden a dar protección a los escenarios naturales solamente.

CAPÍTULO IV

MARCO PRÁCTICO

4.1. ÁMBITO DE ENCUESTA

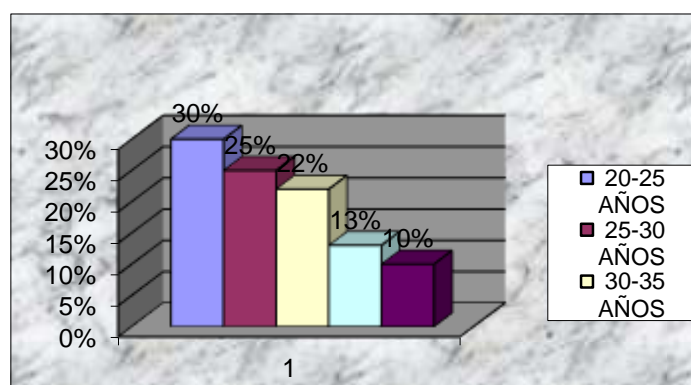
Para este objetivo será necesario realizar un balance de las encuestas, ya que esto nos arrojará datos de la sobre la muestra de la población, en cuanto a su realidad social, económica. El marco muestra en esta parte está destinado a analizar los índices de desarrollo de las personas encuestadas.

4.1.1. ¿CUAL FUE EL PROMEDIO DE EDAD EN LAS ENCUESTAS REALIZADAS?

La muestra fue realizada de forma proporcional bajo los siguientes parámetros.

Grafica N° 1

EDAD DE LOS SUJETOS ENTREVISTADOS – ENCUESTADOS



FUENTE: Elaboración propia.²⁸

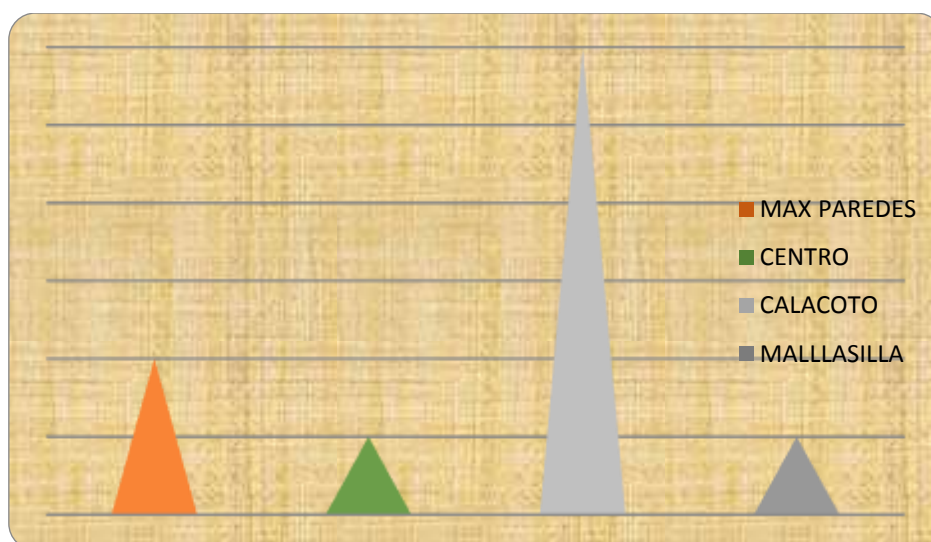
En la gráfica N° (1) se advierte que los sujetos de la muestra de 25 a 45 años son los que más participan y se interesan de los problemas

ambientales en el municipio. Es decir, en el rango de 25 a 35 años son las mujeres en primera instancia hacen entrever la fuerte contaminación visual. Luego hay un descenso de esta percepción, mientras que los varones mantienen el interés hasta los 45 años.

4.1.2. ¿CUÁL ES EL DAÑO AL ORNATO PÚBLICO Y PRIVADO QUE SE REALIZA CON LA MASIVA EXHIBICIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR?

Grafica Nº 2

DAÑO AL ORNATO PÚBLICO Y PRIVADO CON LA EXHIBICIÓN PUBLICITARIA EXTERIOR



FUENTE: Elaboración propia.²⁸

Como se observa en la gráfica Nº (2), que en los macro distritos Sur, Max Paredes y Centro son los que más daño tienen en el ornato público. Esto debido en gran medida al sentido de oportunidad criollo, que no ve desperdicio en ningún lugar visible, sea público o privado, para promocionar todo tipo de productos; pero también por la falta de regulación y control municipal a la exhibición publicitaria exterior, dando lugar a un caos visual,

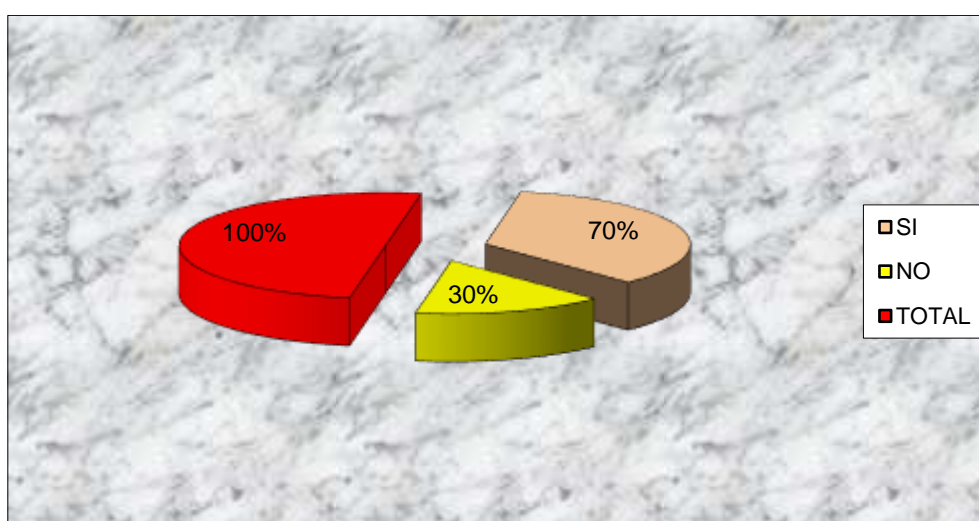
²⁸ FUENTE PROPIA

que al final resulta contraproducente para los propios oferentes, pues esta saturación impide identificar de manera particular cualquier anuncio.

4.1.3. ¿CUAL ES EL GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE LA CONTAMINACIÓN VISUAL?

Grafica N° 3

ENTENDIMIENTO SOBRE LA CONTAMINACIÓN VISUAL



Como se observa en la gráfica N° (3) hay un desconocimiento del concepto de contaminación visual del 70%, a esto hay que sumar el 30% de los que conocen muy poco. Es decir, el 66% desconocen este fenómeno en el espacio urbano de la ciudad de La Paz.

4.1.4. ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRO DISTRITOS?

Grafica N° 4

CONTAMINACIÓN VISUAL

EN LOS MACRODISTRITOS



FUENTE: Elaboración Propia. ²⁹

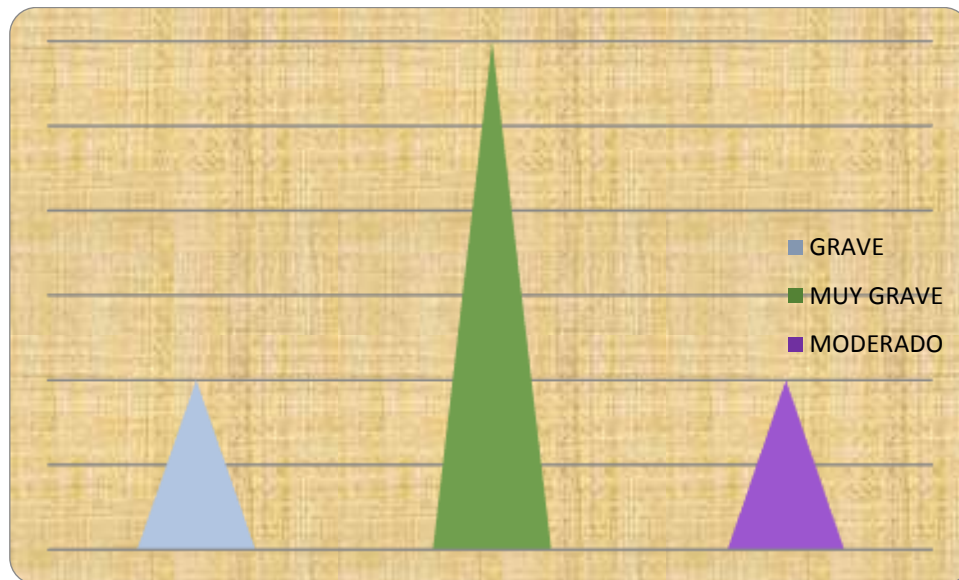
En el espacio urbano (macrodistritos) con vocación comercial, está invadido por una serie de objetos fácilmente identificables desde la perspectiva visual peatonal. La afectación que genera los elementos atípicos como algo sobrepuesto a una superficie destinada para otro fin y, en general, contribuyen al deterioro del entorno en que se ubican. Dada la presencia exagerada y su evidencia a simple vista. Lo cual se puede categorizar como se muestra en la gráfica N° (4). En general, las fachadas son las superficies donde más se encuentran los elementos atípicos y que desde el punto de vista estético y por sus mismas características de número, ubicación, deterioro o falta de mantenimiento, entre otras, generan una presencia que afecta negativamente el espacio público; esta afectación se puede apreciar en una fachada saturada de avisos comerciales no autorizados, en superficies deterioradas y sucias, en cableados instalados sin ningún tipo de consideración estética o técnica.

4.1.5. ¿CUÁL ES EL GRADO DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS EN LOS MACRO DISTRITOS?

Gráfica N°5

²⁹ FUENTE PROPIA

GRADO DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRODISTRITOS



FUENTE: Elaboración Propia. ³⁰

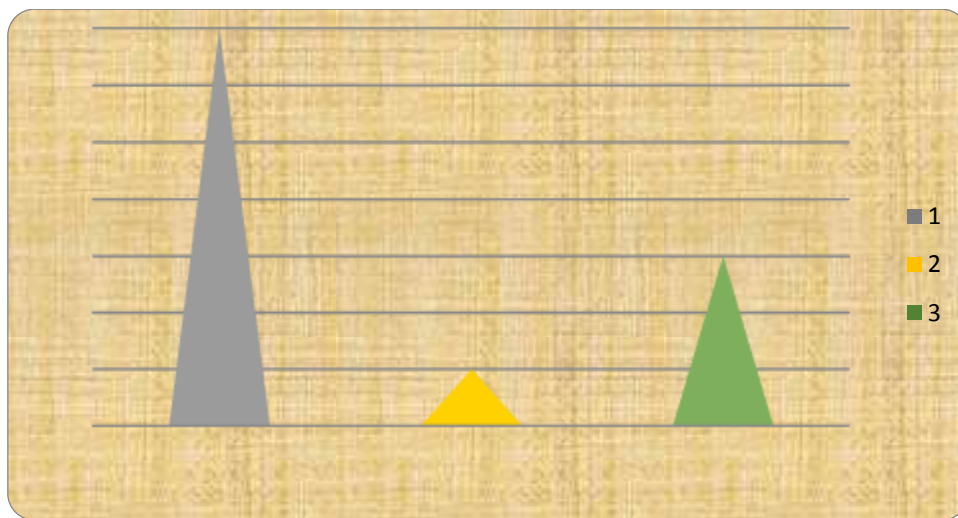
En la gráfica N° (5) se observa un buen porcentaje de los encuestados dicen que no es nada grave, que estos elementos contaminen; el cual, hay que relacionar con el desconocimiento del concepto de contaminación visual. Dentro de las características que se puede ir atribuyendo a la contaminación visual generada por los elementos descritos, se puede destacar que es un aspecto que no es percibido fácilmente cuando el habitante se acostumbra a un entorno o lugar determinado. Solamente cuando se observa detenidamente, es cuando podemos apreciar la cantidad de objetos que permanecen en determinado lugar y lo desagradable que puede llegar a ser en conjunto.

³⁰ FUENTE PROPIA

4.1.6. ¿CUÁLES SON LAS POLÍTICAS PREVENTIVAS DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRO DISTRITOS?

Grafica Nº 6

POLÍTICAS PREVENTIVAS DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRODISTRITOS



FUENTE: Elaboración Propia. ³¹

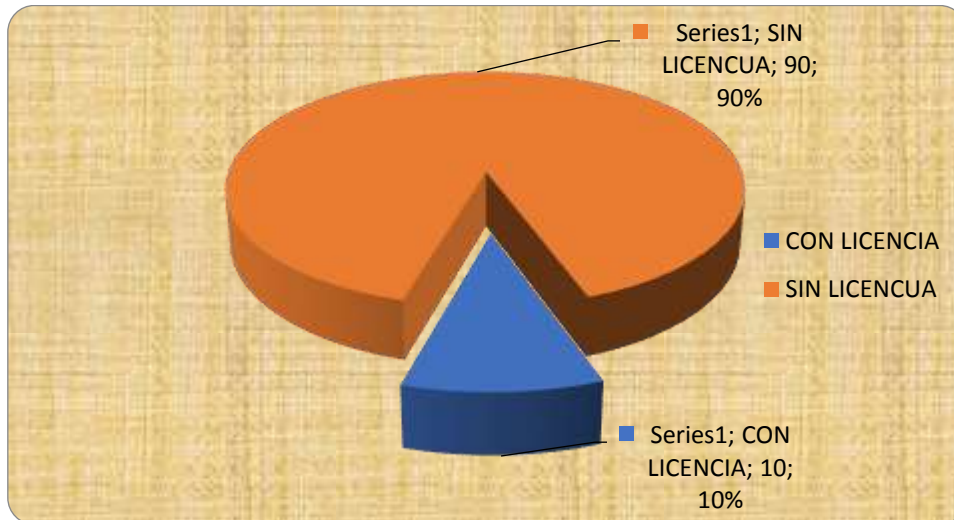
Los poderes públicos no inciden en las políticas públicas de paisaje mediante acciones sobre este, ejerciendo sus competencias mediante los instrumentos regulados es así como se muestra en la gráfica Nº (6)

4.1.7. ¿CUÁL ES EL GRADO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR?

³¹ FUENTE PROPIA

Grafica N° 7

AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR



FUENTE: Elaboración Propia. ³²

En los macrodistritos del municipio de La Paz, se puede advertir carteles que anuncian fotocopias, alimentos, fotografías, películas, internet, productos de limpieza, ofertas de temporada y otros que provocan de forma subconsciente un nivel de estrés en la gente que al pasar los mira, aunque no les de importancia. El estrés es uno de los problemas más comunes que provoca la contaminación visual, y el “52 por ciento de ella en la ciudad no cuenta con autorización respectiva o simplemente es ilegal, según la Jefa de la Unidad de Publicidad Urbana”. Frente a la percepción ciudadana.

Como se observa en la grafica (7) los macrodistritos más afectados por la por la publicidad excesiva son Max Paredes, Centro y Sur de la ciudad.

4.1.8. ¿QUIÉNES SON LOS QUE CONTAMINAN VISUALMENTE EN VÍA PÚBLICA?

³² FUENTE PROPIA

Grafica N° 8

QUIENES CONTAMINAN VISUALMENTE EN LOS MACRODISTRITOS



FUENTE: Elaboración Propia. ³³

En el análisis de los resultados obtenidos en la investigación es necesario tomar en cuenta que el comercio, seguido por el gobierno son los que más publicitan, como se muestra en la gráfica N° 8.

La indagación sobre el significado de “contaminación visual” genera dos tipos de respuestas: unas que asocian el concepto a contaminantes visuales específicos (54%) y otras a definiciones más abstractas (46%). Los contaminantes visuales mencionados, e orden de recurrencia, fueron la publicidad, el cableado aéreo, la basura, los grafitis o pintadas, los escombros de la construcción y los vendedores ambulantes.

Las definiciones, aunque variadas, coincidieron en la “falta de mantenimiento y deterioro, el mal aspecto de las fachadas de la ciudad y del paisaje en general, resultado de diseños que contribuyen a degradar la imagen arquitectónica de un lugar”. Otros conceptos involucran al sentido de la vista, denunciando que la contaminación visual es “todo aquello que

³³ FUENTE PROPIA

afecta nuestros ojos y vemos con desagrado”, o “estímulos visuales que desagradan y tienen un impacto negativo en el receptor”. Cabe destacar que las definiciones de estos sujetos exponen la situación desde el individuo y no desde el espacio. Es decir, se centran en el proceso de percepción de los sujetos, no en los objetos que pueden ocasionar la contaminación visual. Algunas concepciones de los sujetos involucran una obstrucción de la vista, como por ejemplo: “distorsión o agresión sobre la percepción del paisaje, por elementos, luces u objetos perturbadores, que obstaculizan la vista e impiden visualizar el ambiente natural”.

El “desorden, las cosas extravagantes a la vista, los elementos visualmente molestos, exceso de cosas que ver, todo aquello que no armoniza con el resto del paisaje, la alteración del ambiente por elementos que contrastan de una forma negativa, todo lo que no sea infraestructura naturaleza o persona, elementos que afean nuestra ciudad...” son otras formas de explicar lo que es la contaminación visual y, aunque no hubo mayor coincidencia entre ellas, no son divergentes y complementan las definiciones de los expertos, lo cual revela una noción clara entre la muestra de residentes, comerciantes y visitantes en diferentes macro distritos sobre lo que es la contaminación visual, aquello que encontraron difícil definirla de forma abstracta lo hicieron mediante la enumeración de elementos que la causan.

Esta tendencia se repite cuando se pide asociar palabras a la “contaminación visual”. En este caso hay dos tipos de respuestas; la mayoría (85%) son cuestiones “aparentes” que comprenden la descripción del medio (47%) y algunos contaminantes visuales (38%). Las otras por el contrario son subyacentes (12%) y demuestran una asociación de la contaminación visual a emociones muy negativas, como se puede apreciar en el grafico 1.

4.2. CONCLUSIONES.

En el presente trabajo como se puede ver, he intentado reflejar un problema que aqueja a nuestro municipio y sus habitantes, el cual no debe pasar desapercibido, ya que si no colocamos un alto en este momento de pronto en un futuro no podamos regularlo, ya sea por el desarrollo que alcance, como las grandes ciudades que denotan una alta contaminación visual.

Por otra parte, el Gobierno Municipal de La Paz, mediante la Unidad de Publicidad Urbana, debe ser mucho más estricto con las normas que establecen en control de la contaminación visual, considerando la propuesta presentada en este trabajo.

Asimismo, los habitantes como propietarios de algún inmueble o usuarios de la publicidad exterior que para promuevan servicios profesionales u otros, deben colaborar a cuidar el lugar que habitamos, por nuestra salud y los que nos rodean.

Al tomar medidas drásticas contra la contaminación visual, la ciudad será un referente para los demás Municipios, pudiendo adoptar medidas análogas que de pronto puedan adoptar los demás municipios para bienestar y desarrollo de nuestro país.

PROPUESTA

EXPOSICION DE MOTIVOS

I. INTRODUCCION

El tema de la contaminación en general se ha difundido ampliamente en los últimos años, viéndose la importancia de luchar contra este fenómeno adverso, claramente establecido en varias declaraciones y convenciones internacionales (Estocolmo, Kioto, Francia), donde también se han tratado directa o indirectamente el tema de la Contaminación Visual y del debido resguardo que le debemos al paisaje, lo cual ha puesto de manifiesto que los diferentes Estados miembros deben tener tutelar este un bien jurídico que es reconocido a nivel internacional.

Propiamente hablando de la Contaminación Visual, es una realidad que los comerciantes utilizan la publicidad exterior sin respeto a los ciudadanos, exponiendo sus carteles, vallas, paneles televisivos, etc., de forma agresiva brindando información confusa por el tamaño, forma, color, los cuales encontramos en nuestro cotidiano vivir, más aun en el centro de la ciudad, en las calles de comercio, alrededor de las universidades, etc.

Entendemos, que la publicidad exterior sigue siendo uno de los medios publicitarios más efectivos (en la mayoría de los casos) y que goza de una gran popularidad, característica que lo hace ser uno de los medios más cotizados, por las industrias de publicidad las cuales infringen las normas de la Unidad de Publicidad Urbana, con una mentalidad muy ambiciosa explotan exageradamente la publicidad exterior; y lejos de ser un medio publicitario eficaz se convierte en un agente de contaminación visual.

Si bien, al momento no vemos la contaminación visual como un problema en gran dimensión, debemos analizar que nuestro municipio está en un rápido crecimiento, por lo que se debe prevenir daños futuros ahora.

II. ANTECEDENTES

La publicidad en vía pública tiene ventajas y desventajas, si nos basamos en el hecho de que el hombre en su evolución y hominización siempre busco la manera de comunicarse de forma fácil, buscando los medios precisos para hacerlo, desde este momento se empiezan abrir campos diferentes, muchos más gráficos y efectivos.

Cuando los hombres eran iletrados se utilizaban mucho gráficos y se creaban sistemas de fácil entendimiento, de aquí viene evolucionando esta forma de comunicarse, hasta llegar a nuestros tiempos, como la publicidad que es el medio más utilizado con fines comerciales en las calles, en la televisión, en la radio e internet

La publicidad externa es un medio efectivo para dar a conocer un mensaje, en algunas ocasiones debido a su gran tamaño o a lo llamativos que son; cuando el mensaje está bien planeado y estructurado, los efectos de la publicidad exterior son positivos y exitosos para los negociantes comerciantes y empresarios.

El aumento en las ventas es mucho mayor cuando se utiliza la publicidad, por esto mismo se ha incrementado notablemente, desde los negocios más pequeños como en las grandes empresas, sabemos que la publicidad exterior es un medio generador de riqueza. Las vallas llevan el mensaje a miles de personas a adquirir un producto, generando altos índices en la economía.

La mayor desventaja que presenta la publicidad en vía pública es la contaminación visual, que afecta de dos maneras: en forma directa a la vida cotidiana de los seres humanos y el entorno o ambiente donde éste se desenvuelve. Este tipo de contaminación puede afectar a la salud de las personas con dolores de cabeza, estrés migraña. y se ha comprobado que cuando el cerebro recibe más información de la que es capaz de procesar produce un estado de tensiones en el sistema nervioso.

La claridad de la visión se ve sensiblemente afectada por la contaminación visual, pues los carteles y sus contenidos constituyen un factor de desatención y de distracciones peligrosas para los automovilistas. De esta forma, la singularidad de nuestro entorno se desvaloriza y desaparece, produciéndose una pérdida de identidad con su medio, pues los habitantes experimentan una lectura poco clara del espacio donde habitan.

III. CONTENIDO DEL PROYECTO

La propuesta jurídica de control de publicidad urbana contra la contaminación visual en la vía pública, comprende ocho capítulos y veintitrés artículos, los mismos que se describen a continuación.

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Se refiere a las “Disposiciones Generales”, consta de tres artículos que están referidos al objeto, ámbito de aplicación y definiciones, que son el fundamento en cuanto a la estructura, aplicabilidad, alcance y las definiciones técnicas de la publicidad externa.

CAPITULO II

DE LA CONTAMINACION VISUAL

Consta de dos artículos referidos a la definición de la contaminación visual y las previsiones que la Unidad de Publicidad Urbana debe tomar para prevenir la misma en cuanto a la publicidad exterior

CAPITULO III

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y CONTROL

Consta de siete artículos referidos a la otorgación, revocación o negación de licencias para publicidad exterior a cargo de la Unidad de Publicidad Urbana, la

categorización, característica de la publicidad externa, porcentaje máximo de tamaño en fachadas exteriores, emplazamientos en instituciones estatales, así como del Municipio de La Paz y control de la publicidad externa.

CAPITULO IV

CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD EXTERNA

Consta de un artículos referido a como se clasificará la publicidad externa dentro del Municipio de La Paz.

CAPITULO V

PERMISOS Y PROHIBICIONES

Consta de cuatro artículos referidos a los permisos para instalar, sustituir, remodelar y exhibir publicidad externa, así como las solicitudes para realizarlas, las prohibiciones de lugares donde se puedan exhibir publicidad externa y por último señala como deben ser los rótulos de las obras en construcción.

CAPITULO VI

AUTORIZACION DE LICENCIAS

Consta de dos artículos referidos a la vigencia de las licencias, por otro lado declara perjuicio publico la publicidad exterior que no cumpla los requisitos establecidos o que no quite, suprima o borre la publicidad externa dentro del término que ordene el Municipio de La Paz, a través de la Unidad de Publicidad Urbana.

CAPITULO VII

PATENTES

Consta de un artículo referido a que el Municipio de La Paz, a través de la Unidad de Publicidad Urbana, fijará y cobrará las patentes por la expedición de los permisos para la fijación o instalación de publicidad externa.

CAPITULO VIII

SANCIONES

Consta de tres artículos referido a las multas por instalar ilegalmente un anuncio o rótulo, construya, reinstale, erija, reconstruya, re-localice, altere o exhiba publicidad externa, asimismo, se presumirá el conocimiento de las personas responsables de la publicidad, así como del propietario del bien inmueble donde se hubiera cometido la infracción, por último se señala como se realizará la cancelación de licencias.

IV. JUSTIFICACION

Para combatir este problema, es necesario implementar una normativa jurídica para apoyar las funciones específicas de la Unidad de Publicidad Urbana_ dentro del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, con la finalidad de recuperar espacios y ornato público libres de contaminación visual, previniendo posibles daños en la salud de la población.

PROYECTO DE LEY AUTÓNOMA MUNICIPAL DE CONTROL DE PUBLICIDAD URBANA CONTRA LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN LA VÍA PÚBLICA.

CONSIDERANDO:

Qué además de la atención en la contaminación del aire, suelo y agua, debemos prestar especial atención a otras formas perjudiciales de agresión a nuestro medio y a nosotros mismos, como lo es, entre otras; la Contaminación Visual, que es el cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres humanos.

Qué debemos evitar distracciones peligrosas, especialmente cuando se conduce un vehículo, accidentes de tránsito y los problemas ecológicos que hacen que algunas especies se alejen y se rompa el equilibrio necesario.

Qué las vallas, carteles y pasacalles en las vías públicas, suelen ocultar características del recorrido como curvas e intersecciones, incrementando así la probabilidad de accidentes.

Qué el contenido visual de los mensajes publicitarios en rutas, calles y edificios; también suele ser un factor de distracción, considerando que tratan de ser cada vez más atractivos y se apela a efectos tales como diseño, color, luz, movimiento, tamaño, evocando emociones profundas.

Qué la contaminación visual es provocada por la presencia o combinación de las siguientes agravantes:

- 1.- Cantidad (existen demasiados).
- 2.- Tamaño (prácticamente no tiene límites).
- 3.- Ubicación (se encuentran en cualquier lugar)

- 4.- Mensaje (muchas veces es de dudoso buen gusto o inapropiado para el medio en que se encuentra).

Qué la libertad de comercio, como todas las libertades, no tiene un carácter absoluto y debe ser ejercida de manera que no lesione otros derechos fundamentales de los ciudadanos.

Qué el ejercicio de las libertades constitucionales puede ser objeto de regulación, cuando se encuentre de por medio derechos o intereses de la colectividad, como la salud pública.

Que de acuerdo al art. 33 de la Constitución Política del Estado, todas las personas tienen derecho a disfrutar de un medio ambiente saludable, protegido y equilibrado, esto permite que los habitantes tengan un desarrollo normal y permanente.

Que el art. 35., par. I y Art. 37 de la Constitución Política del Estado, señala que el Estado en todos sus niveles protegerá el derecho a la salud, promoviendo políticas públicas orientadas a mejorar la calidad de vida, y garantizando el derecho a la salud y la prevención de enfermedades. Asimismo, los arts. 342, 343, 346 y 347 pár. I establecen que es deber del Estado en todos sus niveles, mantener el equilibrio del medio ambiente, así como promover la mitigación de los efectos nocivos al mismo.

Que el núm. 3 del art. 8 de la ley 031 Marco de Autonomías y Descentralización “Andrés Babiñez” , señala que “La autonomía municipal, debe impulsar el desarrollo económico local, humano y desarrollo urbano a través de la prestación de servicios públicos a la población, así como coadyuvar al desarrollo rural”, asimismo, el art. 34 pár. I dice que el gobierno autónomo municipal está constituido por un Concejo Municipal, con facultad deliberativa, fiscalizadora y legislativa en el ámbito de sus competencias. De igual forma, el art. 88 núm. 3 otorga competencias concurrentes a los Gobiernos Municipales Autónomos para proteger y contribuir a la protección del medio ambiente y fauna silvestre,

manteniendo el equilibrio ecológico y el control de la contaminación ambiental en su jurisdicción.

Que la sentencia constitucional plurinacional N° 1714/2012, señala: **“En su sentido formal, este acto de emitir leyes debe provenir de un ente u órgano legitimado, es decir, representativo: Asamblea Legislativa o Asambleas legislativas de las entidades territoriales autónomas con potestad de emitir leyes en las materias que son de su competencia.** Cabe destacar, que esta potestad legislativa para las entidades territoriales no se encuentra reducida a una facultad normativo-administrativa, dirigida a la promulgación de normas administrativas que podrían interpretarse como decretos reglamentarios, pues esta interpretación no sería acorde al nuevo modelo de Estado compuesto, donde el monopolio legislativo ya no decanta únicamente en el órgano legislativo del nivel central, sino que existe una ruptura de ese monopolio a favor de las entidades territoriales autónomas en determinadas materias.”.

Que la Ordenanza Municipal del GAMLP N°559/2008-GAMLP N°696/2008 GAMLP N°497/2011 Reglamento de Publicidad exterior Ordenanza Municipal, regula el emplazamiento y retiro de exhibiciones publicitarias exteriores en propiedad pública o privada, visibles desde la vía pública a través del establecimiento de un marco normativo, técnico y administrativo que garantice el resguardo y seguridad de las personas, respetando el ordenamiento urbano en el Municipio de La Paz.

Qué por lo anteriormente expuesto, es necesario regular la instalación de vallas, letreros, pasacalles y rótulos en las vías públicas, por lo que procede establecer una normativa más estricta desde el municipio de La Paz. Esta Institución tiene un interés más directo en la preservación de su ambiente territorial, así como la obligación de atender eficientemente las necesidades y velar por el bienestar de sus habitantes, eliminando el impacto visual negativo que pudieran ocasionar los referidos medios de publicidad.

POR CUANTO:

El Consejo Municipal ha sancionado la siguiente ley:

CAPITULO I

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO. 1.- (OBJETO). La presente Ley tiene por objeto regular y controlar la publicidad exterior en vía pública, así como toda valla, letrero, pasa-calle, anuncio o publicidad que se instale, para eliminar la contaminación visual y así lograr un equilibrio entre la obra arquitectónica y el ornato

ARTÍCULO. 2.- (ÁMBITO DE APLICACIÓN). La presente Ley se aplicará en todo el territorio del Municipio de La Paz.

ARTÍCULO.3.- (DEFINICIONES). Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a. **Vallas:** anuncio, letrero, pizarra electrónica, impresos, pinturas, emblemas, dibujos, láminas o cualquier otro tipo de comunicación gráfica, cuyo propósito sea llamar la atención hacia una actividad comercial, negocio, institución, servicio, recreación o profesión que se ofrece, vende o lleva a cabo en el lugar donde están instalados con el fin de que sean vistos desde una vía pública.
- b. **Letreros de funcionamiento:** Es aquel que incluye principalmente nombre, colores y/o logotipo del local en que se instale, y que se refiere únicamente a la actividad propia que se desarrolla en el mismo.
- c. **Letrero mixto:** Letrero de funcionamiento combinado con mensajes publicitarios patrocinantés.
- d. **Rótulo de publicidad:** Se refiere a rótulos con mensajes publicitarios no relacionados con la actividad propia del local donde se ubicare directamente o se encuentre instalado.

- e. **Carteleras o pasacalles publicitarias:** Son soportes estructurales de implantación estática, susceptibles de albergar y transmitir mensajes integrados en la modalidad visual de la publicidad exterior, por medio de carteles o rótulos.

CAPÍTULO II

DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL

ARTÍCULO 4.- (CONTAMINACIÓN VISUAL). La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte o perturbe la visualización de sitio alguno o rompan la estética de una zona o paisaje y que puede incluso llegar a afectar a la salud de los individuos o zona donde se produzca el impacto ambiental.

ARTICULO 5. (PREVISIONES). Al ser la contaminación visual nociva para la salud de la población, la Unidad de Publicidad Urbana deberá tomar las previsiones respectivas para el control de anuncios, vallas publicitarias, carteles excesivamente grandes y cargados de elementos distractores y las señales de tránsito colocadas en lugares no visibles.

CAPITULO III

DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR Y CONTROL

ARTÍCULO 6. (UNIDAD DE PUBLICIDAD URBANA). I. La Unidad de Publicidad Urbana otorgará, negará y/o revocará licencias para la publicidad exterior.

II. Asimismo procederá al retiro de la publicidad que estuviese fuera de norma, pudiendo acudir a la fuerza pública para su cumplimiento.

ARTÍCULO 7. (CATEGORIZACION). Para fines de la presente ley las exhibiciones publicitarias exteriores se agrupan en las siguientes categorías:

Categoría I Publicidad Exterior Gigantografica;

Categoría II Publicidad Exterior fija;

Categoría III Publicidad Exterior Eventual;

ARTÍCULO 8. (CARACTERISTICAS). La publicidad externa en vía pública podrá tener las siguientes características:

- a) **SIMPLES:** no emplean ningún recurso tecnológico.
- b) **ELECTRONICAS:** Exposición de mensajes y/o imágenes en movimiento con el uso de celdas luminosas.
- c) **PROYECTADAS:** Exposición de mensajes y/o imágenes fijas o en movimiento, con el uso de sistemas de proyección de cualquier tipo.
- d) **ELECTRICAS:** Utilización de sistemas como parte del anuncio y/o como parte integrante de la estructura
- e) **LUMINOSAS:** Que tengan emisión de luz propia.
- f) **ILUMINADAS:** Reflejan luz artificial instaladas, de uso exclusivo del anuncio
- g) **SONORAS:** Utilizan sistemas sonoros para transmitir mensajes musicales o hablados.
- h) **ANIMADAS:** utilizan mensajes y/o imágenes en movimiento.

ARTÍCULO 9. (PORCENTAJE MAXIMO DE PUBLICIDAD PERMITIDA). La sumatoria de las Categoría I y II, no podrán sobrepasar el 25% de las fachadas y muros medianeros del bien inmueble sobre el cual se encuentren emplazados. Este porcentaje se determinara en el Reglamento Específico.

ARTÍCULO 10. (PUBLICIDAD EXTERIOR EMPLAZADAS POR ENTIDADES ESTATALES). Las Entidades Estatales, coordinarán la disponibilidad de espacios, para el emplazamiento de toda exhibición publicitaria exterior, de carácter institucional con las Su alcaldías según corresponda, debiendo dar cumplimiento a las restricciones establecidas para categoría.

ARTÍCULO 11. (PUBLICIDAD EXTERIOR DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE LA PAZ). Todas las Unidades Organizacionales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, que pretendan emplazar exhibiciones publicitarias exteriores de carácter institucional, deberán coordinar la disponibilidad de espacios, según corresponda, debiendo dar cumplimiento a las restricciones establecidas para categoría.

ARTÍCULO 12. (CONTROL DE PUBLICIDAD EXTERIOR). I. En los edificios y locales comerciales únicamente se permitirá la colocación de letreros de funcionamiento o mixtos, de una sola cara siempre y cuando se coloque en forma paralela a la fachada y además se encuentre adherida totalmente a la misma y dentro de la línea de construcción oficial.

II. La publicidad exterior no debe cubrir elementos decorativos de la fachada del edificio o descomponer la ordenación de la fachada, para cuya comprobación será precisa una representación del frente de la fachada completa.

III. Por encima de la altura de cornisa se prohíbe en todos los casos cualquier tipo de anuncio o publicidad exterior.

CAPÍTULO IV

CLASIFICACION DE LA PUBLICIDAD EXTERNA

ARTÍCULO 13. (CLASIFICACION). Esta categoría se clasifica en:

I. VALLAS

- a) **Vallas auto portantes:** Exhibición publicitaria de una o más caras, soportados por uno o más elementos estructurales, diseñados específicamente para este propósito y emplazadas en vía pública o en propiedad privada
- b) **Vallas Adosadas:** Pueden emplazarse sobre muros, cubiertas o terrazas u obras en construcción
- c) **Tótems:** Son elementos sólidos desde su base hasta su coronación, con publicidad en todas sus caras.

II. PUBLICIDAD EXTERIOR FIJA

- a) **Adosadas:** Exhibición publicitaria exterior, esta sobrepuesta a la fachada principal de un bien inmueble, sobre la superficie adyacente a los ocupados por la actividad económica.
- b) **Pintada:** Exhibición publicitaria exterior en la que se aplica la técnica de pintura sobre la fachada de un bien inmueble.
- c) **Micro perforada:** Exhibición publicitaria impresa en autoadhesivos, adheridos a paños de vidrio y que no bloquea la visibilidad hacia el exterior.
- d) **Paletas auto portantes:** Exhibición publicitaria en elementos auto portante, soportado por una estructura propia y emplazada en vía pública.

III. PUBLICIDAD EXTERIOR EVENTUAL

- a) **Pasacalles:** Exhibición publicitaria incorporada en un lienzo o tela, sustentados en postes de servicio público, de manera paralela al eje de la vía como exhibiciones publicitarias colgantes.

- b) Telones:** Exhibición publicitaria incorporada en un lienzo de tela, sustentada en muros exteriores.
- c) Inflables:** Anuncios flexibles que tienen un volumen lleno de aire o gas inerte.
- d) En Carpas:** Publicidad impresa o adherida en elementos provisorios de cubierta, realizados con lona, tela u otro material flexible, cuya finalidad primordial, es hacer sombra.

CAPÍTULO V

PERMISOS Y PROHIBICIONES

ARTÍCULO 14. (PERMISOS). Toda persona física o jurídica que desee instalar, sustituir, remodelar y exhibir rótulos, anuncios, letreros, avisos y demás tipologías de cualquier naturaleza en edificios, locales comerciales, en predios o en los derechos de la vía pública, deberá para tal efecto, solicitar autorización por escrito ante la Unidad de Publicidad Urbana del Municipio de La Paz.

ARTÍCULO 15. (SOLICITUD) La solicitud a que se refiere el artículo anterior, especificará las dimensiones del rótulo, lugar exacto en donde se pretende colocar, leyenda y figuras que contendrá y si el mismo será luminoso, iluminado o sin iluminación alguna, las dimensiones y condiciones técnicas se especificarán en el Reglamento respectivo.

ARTÍCULO 16. (PROHIBIONES) Queda absolutamente prohibido colocar anuncios publicitarios o cualquier tipo de letreros:

- a)** En postes de alumbrado público, árboles, ríos con zona de protección, jardines de interés público, áreas verdes, sitios catalogados como patrimonio natural, salvo los letreros informativos.
- b)** En monumentos, plazas y demás bienes catalogados como de interés y valor histórico patrimonial.

- c) En edificios, locales comerciales cuando los letreros se encuentren colocados perpendicularmente al inmueble.
- d) Frente a ninguna vía se permitirá la instalación de anuncios en edificaciones destinadas a habitación, excepto aquellas que brinden servicios profesionales, ocupaciones domiciliarias o que ofrezcan la venta o alquiler de edificios. En estos casos, los rótulos deben colocarse en forma paralela a la fachada.
- e) Los que obstruyan la visibilidad de los conductores y la seguridad del tránsito.
- f) Los que tengan reflectores que puedan deslumbrar a los conductores.
- g) Los que tengan luces que despidan rayos o aquellos de iluminación intermitente que afecte a los conductores.
- h) Los letreros, anuncios y en general cualquier obra con fines de publicidad, en forma tal que la combinación de los colores, por las dimensiones, por los símbolos o por cualquier otro motivo, puedan confundirse con las señales de tránsito.
- i) Los textos de los anuncios que utilicen palabras tales como: “Alto”, “Peligro”, “Precaución”, “Pare”, “Cruce”, “Atención” u otras análogas que puedan provocar confusión o sobresalto en los conductores de vehículos.

ARTÍCULO 17. (OBRAS EN CONSTRUCCIÓN). Los rótulos de obras en construcción no podrán tener iluminación intermitente. Su contenido sólo incluirá una indicación de la obra y los materiales que se usarán en su construcción o de los contratistas, los ingenieros y los arquitectos que intervienen en la obra. Se instalarán por el tiempo de duración de la obra.

CAPÍTULO VI

AUTORIZACIÓN DE LICENCIAS

ARTÍCULO 18. (PLAZO DE LA LICENCIA). I. El plazo de la licencia para la colocación de cualquier tipo de rótulo, exceptuando los rótulos temporales, tendrá una vigencia de dos años, pudiendo renovarse dicho plazo por el mismo período si cumple con los requisitos solicitados, previa inspección municipal realizada.

II. La vigencia de la licencia para la instalación de rótulos temporales no podrá ser superior a seis meses.

III. No se autorizará ninguna renovación cuando se compruebe alguna alteración en las condiciones del mismo, o alteraciones no autorizadas hechas posteriores a su colocación o por falta de mantenimiento.

ARTÍCULO 19. (PERJUICIO PÚBLICO). I. Se declara como perjuicio público, cualquier valla, anuncio o rótulo instalado, construido, erigido, reconstruido, re-localizado, alterado o exhibido, sin cumplir con los requisitos establecidos en esta Ley y en los reglamentos específicos.

II. Asimismo, se declara perjuicio público cualquier anuncio o rótulo que no hubiere sido quitado, suprimido o borrado dentro del término que le ordene el municipio.

CAPITULO VII

PATENTES

ARTÍCULO 20. (PATENTES). I. El municipio de La Paz, fijará y cobrará las patentes por la expedición de los permisos para la fijación o instalación de anuncios o rótulos. Asimismo, requerirá un depósito como fianza, con el objetivo de que garanticen los costos de limpieza y remoción de los rótulos y anuncios que no fuesen autorizados.

II. La cantidad depositada como fianza será devuelta cuando la persona que solicitó los permisos autorizando la instalación o fijación de rótulos y anuncios

concluya las gestiones conducentes a la limpieza del lugar y a la remoción de estos.

III. La cuantía de las patentes será establecidas en el Reglamento específico.

CAPITULO VIII

SANCIONES

ARTÍCULO 21.- (MULTAS) A toda persona que instale ilegalmente un anuncio o rótulo, construya, reinstale, erija, reconstruya, re-localice, altere o exhiba algún anuncio o rótulo que hubiere sido suprimido, borrado, quitado o destruido total o parcialmente por la autoridad municipal, se le impondrá una multa de acuerdo a la categorización especificada en el Reglamento respectivo.

ARTICULO 22. (PRESUNCIÓN DE CONOCIMIENTO). Las personas responsables serán las empresas publicitarias o propietarias de la valla, letrero o rótulo, o la persona física o jurídica que haya efectuado el acto publicitario, así como el propietario del bien inmueble en el cual se cometa o se haya cometido la infracción, cuando haya tenido conocimiento de la instalación. Salvo con prueba de lo contrario, se presumirá ese conocimiento cuando por cualquier acto se haya cedido el uso del suelo al responsable directo o material de la infracción, incluido la mera tolerancia.

ARTÍCULO 23. (CANCELACION DE LICENCIAS). I. El municipio de La Paz mediante la Unidad de Publicidad Urbana procederá a cancelar las licencias otorgadas para la colocación de anuncios y rótulos, previa audiencia del interesado y respeto al debido proceso, en los siguientes casos:

- a) Infracción a las disposiciones de la presente Ley.
- b) Cambio en las condiciones originales de los sitios en que se tuviera instalados los anuncios, rótulos o avisos, o de cualquier otra característica especial de la autorización extendida, ello sin perjuicio de la multa a pagar.

- c) Necesidad por parte del Municipio de aprovechar para fines públicos, los espacios públicos en que dichos anuncios o rótulos estuvieren ubicados.
 - d) Negativa del propietario del bien inmueble a permitir la verificación de los rótulos o avisos a los correspondientes funcionarios de la municipalidad, encargados de inspeccionar y vigilar todo lo relacionado con el rótulo.
 - e) Cuando se comprueben deficiencias graves de mantenimiento que resulten atentatorias a la seguridad pública.
- II. Una vez comprobado el incumplimiento, la municipalidad ordenará retirar o demoler los rótulos, sin responsabilidad alguna para el Municipio, cobrando al infractor los gastos, daños y perjuicios en que incurra.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- La presente ley entrará en vigencia a partir del momento de su publicación.

SEGUNDA.- La Unidad de Publicidad Urbana deberá elaborar el Reglamentación Técnico Especifico, en el plazo de 180 días, a partir de la publicación de la presente Ley.

DEFINICIONES

En la presente investigación se utilizaron tantos términos legales y técnicos, los mismos que podrán darle al investigador un mejor entendimiento al tema objeto de estudio.

- **ADMINISTRATIVO.-** Perteneiente o relativo a administración de bienes en general y concerniente a la administración publica ³⁴

³⁴ Ídem, Diccionario Jurídico Omeba Interactivo.

- **ACTO ADMINISTRATIVO.-** La decisión general o especial que en ejercicio de sus funciones toma la autoridad administrativa y que afecta derechos deberes e intereses de particulares o entidades publicas³⁵
- **BIENES MUNICIPALES.-** Se halla dentro del concepto de áreas de propiedad municipal, todas aquellas que corresponden por ley o acto jurídico a los Gobiernos municipales y los correspondientes aportes obligatorios, vías, áreas de equipamiento urbano y otras previstas en las leyes vigentes³⁶.
- **CONTAMINACIÓN.-** La contaminación es la introducción en un medio cualquiera de un contaminante, es decir, la introducción de cualquier sustancia o forma de energía con potencial para provocar daños, irreversibles o no, en el medio inicial. Puede entenderse además como, el cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes³⁷.
- **CONTAMINACIÓN VISUAL.** La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecte o perturbe la visualización de sitio alguno o rompan la estética de una zona o paisaje y que puede incluso llegar a afectar a la salud de los individuos o zona donde se produzca el impacto ambiental³⁸.
- **CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA.** Debida a las emisiones en la atmósfera terrestre. Los contaminantes principales son los productos de procesos de combustión convencional en actividades de transporte, industriales, generación de energía eléctrica y calefacción doméstica, la evaporación de disolventes orgánicos y las emisiones de ozono y freones.
- **CONTAMINACIÓN DEL MEDIO HÍDRICO.** Refiere a la presencia de contaminantes en el agua (ríos, mares y aguas subterráneas). Los

³⁵ *Ídem*, Diccionario Jurídico Omeba Interactivo.

³⁶ **CABANELAS** de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997.

³⁷ Diccionario Jurídico Omeba Interactivo, Tomo No, Edit.2010.

³⁸ Diccionario Ramsés; Editorial Ramón Sopeña; 2009

contaminantes principales son los vertidos de desechos industriales (presencia de metales y evacuación de aguas a elevada temperatura) y de aguas servidas (saneamiento de poblaciones).

- **CONTAMINACIÓN DEL SUELO.** refiere a la presencia de contaminantes en el suelo, principalmente debidos a actividades industriales (almacenes, vertidos ilegales), vertido de residuos sólidos urbanos, productos fitosanitarios empleados en agricultura (abonos y fertilizantes químicos) y purines de las actividades ganaderas. En función de la naturaleza del contaminante se distingue:
- **CONTAMINACIÓN QUÍMICA.** En las que un determinado compuesto químico se introduce en el medio.
- **CONTAMINACIÓN RADIOACTIVA.** Es aquella derivada de la dispersión de materiales radioactivos, como el uranio enriquecido, usados en instalaciones médicas o de investigación, reactores nucleares de centrales energéticas, submarinos, satélites artificiales, etc., y que se produce por un accidente (como el accidente de Chernóbil) o por la disposición final deliberada de los residuos radioactivos.
- **CONTAMINACIÓN TÉRMICA.** Refiere a la emisión de fluidos a elevada temperatura; se puede producir en cursos de agua. El incremento de la temperatura del medio disminuye la solubilidad del oxígeno en el agua.
- **CONTAMINACIÓN ACÚSTICA.** Es la contaminación debida al ruido provocado por las actividades industriales, sociales y del transporte, que puede provocar malestar, irritabilidad, insomnio, etc.
- **CONTAMINACIÓN ELECTROMAGNÉTICA.** Es la producida por las radiaciones del espectro electromagnético que afectan a los equipos electrónicos y a los seres vivos.

- **CONTAMINACIÓN LUMÍNICA.** Refiere al brillo o resplandor de luz en el cielo nocturno producido por la reflexión y la difusión de la luz artificial en los gases y en las partículas del aire por el uso de luminarias o excesos de iluminación, así como la intrusión de luz o de determinadas longitudes de onda del espectro en lugares no deseados.
- **DAÑO.-** Se refiere a los efectos nocivos que sufre un conjunto de elementos expuestos a una amenaza. Se expresa a través de dos componentes, la exposición y la vulnerabilidad, que dependen del marco social, económico y estructural de la zona amenazada
- **DERECHO DE PROPIEDAD.-**Es aquel derecho que corresponde al dueño de una cosa para gozar, servirse y disponer de la misma según la conveniencia o voluntad de aquél, Poder Jurídico que permite el uso, goce y disposición de un bien inmueble, con las obligaciones establecidas por Ley³⁹
- **EXPOSICIÓN.-** Se refiere al conjunto de elementos expuestos al área de influencia temporal y espacial de una amenaza. Se expresa cuantitativamente en número de habitantes o infraestructuras afectadas
- **MUNICIPALIDAD.-** Es una entidad Autónoma de derecho público, con personalidad jurídica y patrimonio propio que representa institucionalmente al municipio, forma parte del Estado y constituye a la realización de sus fines.⁴⁰.
- **MUNICIPIO.-** Es la Unidad territorial, política, administrativa, organizada, en la jurisdicción y con los habitantes de la sección de provincia, base del ordenamiento territorial del Estado unitario y democrático.⁴¹

³⁹ **Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas** , Omeba , 15ava edición

⁴⁰ **Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas** , Omeba , 15ava edición

⁴¹ **Ídem**, Diccionario Sopena Interactivo C.D.

- **OCUPACIÓN.-** Apoderamiento de una cosa, modo originario de adquirir la propiedad mediante la aprehensión o apoderamiento de una cosa que carece de dueño, por no haberlo tenido nunca, por haber hecho abandono de la misma⁴².
- **ORDENANZA MUNICIPAL.-** Las ordenanzas municipales son normas emanadas del Concejo Municipal, de cumplimiento obligatorio a partir de su publicación su ámbito de aplicación está limitada a la jurisdicción del municipio ⁴³
- **ORNATO PÚBLICO.** Se refiere al aspecto decorativo de las fachadas, a los jardines y paseos públicos.
- **POSESIÓN.-** Estrictamente, el poder y derecho sobre una cosa material, constituido por un elemento intencional o animus (la creencia y el propósito de tener la cosa como propia) y un elemento físico o corpus (la tenencia o disposición efectiva de un derecho bien o cosa poseída con justo título. VICIOSA. Aquella que tiene alguno de los defectos que impiden su consolidación dominical según la usucapión ordinaria, son posesiones viciosas la clandestina, la de mal fe, la equívoca, la precaria y violenta⁴⁴.
- **PREDIO MUNICIPAL.-** Finca, heredad, tierra, propiedad o posesión inmueble cuyo derecho propietario corresponde al municipio⁴⁵.
- **PROPIEDAD.-** Es el dominio más grande que una persona tiene sobre una cosa, es la facultad de gozar y disponer ampliamente de una cosa. Objeto de ese derecho o dominio, predio o finca. Por abreviación y

⁴² CABANELAS de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

⁴³ Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas , Omeba , 15ava edición

⁴⁴ CABANELAS de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

⁴⁵ CABANELAS de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

contraponiéndolo al usufructo, la propiedad. URBANA. La comprensiva de las edificaciones, singularmente en los centros poblados.⁴⁶

- **REGISTRO.-** Acción o afecto de registrar, padrón, matrícula, protocolo, oficina donde se registran actos y contratos de los particulares o de las autoridades. Libro en que se anotan unos y otros, Cada uno de los asientos, anotaciones o inscripciones del mismo⁴⁷.
- **REGISTRO CATASTRAL.-** Es la inscripción única e irrepitable en el catastro del GMLP, determinando ubicación geográfica, características físicas y la valoración económica de un bien inmueble según instrumentos establecidos y vigentes, inscrito a nombre de un determinado propietario e identificado por un código catastral⁴⁸.
- **REGLAMENTO MUNICIPAL.-** Es una norma jurídica de carácter general dictada por el órgano representativo, normativo, fiscalizador y deliberante del municipio que viene a ser el Concejo Municipal. Su rango en el orden jerárquico es inmediatamente inferior a la ley y, generalmente, la desarrolla.
- **USO.-** Acción o efecto de servirse de una cosa; de emplearla o utilizarla. Como ejercicio de un derecho, mientras que el no uso hace decaer esa potestad jurídica, tácticamente abandonada, susceptible de afectación posterior⁴⁹.

⁴⁶ **Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas** , Omeba , 15ava edición

⁴⁷ **CABANELAS** de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

⁴⁸ **CABANELAS** de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

⁴⁹ **CABANELAS** de Torres Guillermo; Diccionario Jurídico elemental, Edición corregida y actualizada 1997

BIBLIOGRAFIA:

- AYALA, Soria. Marco Daniel. 2000. La Ley del Medio Ambiente en el contexto del Derecho Ambiental. Cochabamba – Bolivia. ABBA.
- BARRERO, Cáceres. José Daniel. 2008. “La Contaminación Ambiental como Delito de Resultado”. Estudios en Derecho y Gobierno. Bogotá (Colombia). Págs. 81–96.
- BUNGE, Mario; La ciencia su método y sus filosofía; Edit. Gato negro; Quito-Ecuador.
- CABANELLAS DE TORRES, Guillermo; Diccionario Jurídico Elemental; Edit. Hefíasta
- COUTO, María Melbia. 2007. Contaminación visual del paisaje: Cartelería publicitaria en rutas.
- ESCRIBÍCHE; diccionario razonado de Legislación y Jurisprudencia; París; Librería de Rosa, Bouret & Cía.; 1852
- FALQUEZ, Espinoza. Joselo. Problemas Jurídicos Ambientales que se presentan en el centro de la ciudad de Guayaquil y su incidencia en el medio.
- FERNÁNDEZ, Damián Edgardo. 2003. La Contaminación Visual en la Vía Pública. Tesis para optar al título de licenciatura en Diseño Gráfico en UAI. Buenos Aires – Argentina.
- JEREZ, Paredes de Sajche María. Teresa. 2007. Eficacia de las medidas legales existentes para evitar la contaminación visual en la Ciudad de Guatemala. Tesis de grado para licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala.
- ITURRI, Núñez del Prado Julio; “Síntesis Históricas de la Municipalidad de

La Paz y de los Amigos de la Ciudad. 1990,

- MANUAL de Organización y Funciones; Honorable Alcaldía Municipal de La Paz, Gestión 2009; Pág. 37 La Paz-Bolivia.
- MATZDORF, Colina. Andrés. 2011 Contaminación Ambiental: Atmosférica, Visual y Acústica. Tesis de graduación de licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales en la Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- MENDEZ, Velandia. Carmen Arelys. 2013 “La contaminación visual: de espacios públicos en Venezuela”. Vol. 16 – Nº 1 mayo de 2013. Medellín (Gestión y Ambiente). Pags. 45 – 60.
- ROMERO Sandoval Raúl; Derechos Reales; Segunda Edición; Editorial Los Amigos del Libro; La Paz Bolivia 1991.
- SAGOT, Rodríguez. Álvaro. La Contaminación Visual en la Normativa Costarricense: Una visión crítica de la Ley Orgánica del Medio Ambiente y su Reglamentación.
- SANSOË F. Giovanni; Curso de Derecho Romano; Segunda Edición; Editorial Don Bosco; La Paz. Bolivia: 1970;
- SAVIGNY, Sobre los elementos de la posesión (corpus y animus), sostiene que el animus es la intención de poseer algo con ánimo de dueño; Citado en HIGTON, “Derechos Reales, Posesión, Buenos Aires 1979, Trad del “traité de la posesión; Ed, 1865.
- SEVILLLA, Gaitán Andrés F. 2009. La Contaminación Visual-Paisajístico en el Derecho Costarricense. Tesis para optar por el grado de licenciatura en Derecho en la Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- VARGAS, Lima. Alan E. 2011, El Derecho al Medio Ambiente en la

Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz – Bolivia, LIDEMA.

- VILLAR, de la Torre Ernesto - de la Anda. Navarro Ramiro; Metodología de la investigación bibliográfica archivista y documental; Edit. Me Graw Hill;; México D.F. - México; 1981
- WJTKER, Jorge; La investigación jurídica; Edit. Mc-Grow Hill; México D.F. - México.

CUERPOS LEGALES

- I. **BOLIVIA. LEYES, DECRETOS, ETC.** 2009. Constitución Política del Estado
- II. **BOLIVIA. LEYES, DECRETOS, ETC.** 1999 Ley N°. 2028 Municipalidades.
- III. **BOLIVIA. LEYES, DECRETOS, ETC.** 1992 Ley N°. 1333 Medio Ambiente y Forestal.
- IV. **BOLIVIA. LEYES, DECRETOS, ETC.** 2014 Ley N°. 482 Gobiernos Autónomos Municipales.
- V. **LA PAZ, GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL. OFICIALIA MAYOR DE PROMOCIÓN ECONÓMICA.** 2010 Resolución Administrativa No. 107/2010 (29 de septiembre).
- VI. **LA PAZ, GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL. OFICIALIA MAYOR DE PROMOCIÓN ECONÓMICA.** 2013 Resolución Administrativa No. 106/2013 (10 de diciembre).
- VII. **LA PAZ, GOBIERNO AUTÓNOMO MUNICIPAL.** 2011 Reglamento Municipal de Publicidad Exterior: Ordenanza Municipal G.M.L.P. N° 559/2008 – G.M.L.P. N° 696/2008 – G.A.M.L.P. N° 497/2011.

LEGISLACIÓN UTILIZADA

- I. GACETA Oficial de Bolivia; ley N° 1768; Código Penal
- II. GACETA oficial de Bolivia, Nueva Constitución Política del Estado.
- III. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA: Ley de Municipalidades 2028, 28 de octubre de 1999.
- IV. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA: Ley N° 2492.
- V. GACETA OFICIAL DE BOLIVIA; LEY N° 031, LEY DE 19 DE JULIO DE 2010. Concordante con la Nueva Constitución Política del Estado Plurinacional; en su artículo 273 “La ley regulará la conformación de mancomunidades entre municipios, regiones y territorio indígena originario campesino para el logro de sus objetivos”

ENCUESTA

NOMBRE: _____ EDAD _____

1. ¿SEGÚN SU OPINION DONDE ES EL MAYOR DAÑO AL ORNATO PÚBLICO Y PRIVADO QUE SE REALIZA CON LA MASIVA EXHIBICIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR?

MAX PAREDES CENTRO
CALACOTO MALLASILLA

2. ¿USTED CONOCELA NORMATIVA QUE SE TIENE EN LA PAZ SOBRE LA CONTAMINACIÓN VISUAL?

SI NO

3. ¿SEGÚN SU OPINON, CUÁLES SON LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL?

FACHADAS LETREROS
PASACALES GRAFITIS

4. ¿SEGÚN SU OPINION CUÁL ES EL GRADO DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS EN LOS MACRO DISTRITOS?

MODERADO
GRAVE
MUY GRAVE

5. ¿CONOCER CUÁLES SON LAS POLÍTICAS PREVENTIVAS DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS MACRO DISTRITOS?

6. ¿CUÁL ES EL GRADO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR?

CON LICENCIA SIN LICENCIA

7. ¿QUIÉNES SON LOS QUE CONTAMINAN VISUALMENTE EN VÍA PUBLICA?

GOBIERNO
AGRUPACIONES POLITICAS
COMERCIO