

CARTELERÍA PUBLICITARIA EN LA CIUDAD DE ASUNCIÓN, Y LOS EFECTOS EN EL MEDIO AMBIENTE URBANO.

ADVERTISING BILLBOARD IN ASUNCION CITY, AND THE EFFECTS ON THE URBAN ENVIRONMENT.

DOI: <https://doi.org/10.47796/ra.2020i17.357>

JESSICA JAZMÍN AYALA RODRÍGUEZ ¹, MARÍA JOSÉ APARICIO MEZA

PRESENTADO : 07.05.20

ACEPTADO : 03.07.20

RESUMEN

La cartelería publicitaria en sitios urbanos puede convertirse en un contaminante visual con efectos variados sobre el ambiente y las personas. En este estudio se describió el efecto ambiental percibido por parte de la población en las zonas con mayor dinámica de cartelería publicitaria. El estudio es cuali-cuantitativo, no experimental, transeccional y exploratorio-descriptivo. Para el estudio se definieron dos sitios de muestreo sobre intersecciones de avenidas principales de la capital que mostraron mayor cantidad de carteles habilitados en el periodo 2014-2016. En cada punto se realizó observación y se incluyó la percepción de pobladores, transeúntes, informantes clave y calificados. Algunos de los efectos ambientales negativos más mencionados fueron tala de árboles para la colocación de carteles y afectación de la imagen de la ciudad de Asunción como una ciudad sostenible. Se concluye que la presencia de cartelería publicitaria puede ocasionar daños ambientales en los entornos urbanos donde se encuentra inserta.

PALABRAS CLAVE: Carteles publicitarios, contaminación visual, medio ambiente urbano, efectos medio-ambientales.

ABSTRACT

The advertising posters in urban sites can become a visual pollutant with varied effects on the environment and people. In this study, the perceived environmental effect of the population in the areas with the most dynamic advertising posters was described. The study is quali-quantitative, non-experimental, transeccional and exploratory-descriptive. For the study, two sampling sites were defined on intersections of the main avenues of the capital that showed the greatest number of posters enabled in the 2014-2016 period. At each point, observation was made and the perception of settlers, bystanders, key and qualified informants was included. Some of the negative environmental effects mentioned above were cutting down trees for the placement of posters and affecting the image of the city of Asunción as a sustainable city. It is concluded that the presence of advertising posters can cause environmental damage in the urban environments where it is inserted.

KEYWORDS: Billboards, visual pollution, urban environment, environmental effects.

¹ Jessica Jazmín Ayala Rodríguez es Ingeniera en Ecología Humana, MSc. en Manejo de Recursos Naturales y Gestión Ambiental del Territorio, graduada de la Universidad Nacional de Asunción, actualmente candidata a MSc. en Investigación del Hábitat y la Vivienda Sustentable de la Universidad Americana. Trabajo en coordinación proyectos; actualmente ejerce como consultora socio-ambiental y docente. Actualmente afiliada a la Universidad Americana de Asunción.

INTRODUCCIÓN

Considerando el crecimiento y la complejidad de las ciudades es necesario conocer situaciones que afectan al ambiente por su naturaleza contaminante. De acuerdo a Zeas (2017) el ambiente es el conjunto de elementos naturales y sociales que se relacionan estrechamente, en los cuales se desarrolla la vida de los organismos y está constituido por los seres biológicos y físicos. Se debe tener en cuenta que las ciudades son estructuras complejas y la incorrecta gestión de los recursos naturales en el ambiente que lo integra conduce a la contaminación de diversos tipos. Por ello es común en el presente que agregaciones de cartelarias publicitarias posean el potencial de originar impactos en el paisaje, y que ocasionen o puedan a futuro ocasionar desequilibrios ambientales.

Se debe considerar que los carteles publicitarios son susceptibles de convertirse en contaminantes visuales que ocasionen daños ambientales en sitios donde están colocados de manera desordenada, exagerada o infringen las ordenanzas municipales que reglamentan su uso, por ejemplo en cuanto a su posición, tamaño, estructura, etc. Es importante el estudio de los carteles publicitarios en la ciudad de Asunción a causa de los potenciales daños ambientales que podría ocasionar.

Teniendo en cuenta las definiciones de Osorio y Arnold (s.f.) Van Gigh (1989) se entiende a la ciudad como un sistema complejo donde existen seres vivos y no vivos y donde la introducción o extracción de un elemento que lo compone, puede afectar de manera negativa o positiva su funcionamiento, y por ende podría dañar su estructura autóctona (medio ambiente) y afectar a los seres vivos que habitan en la misma (personas, plantas y animales).

Es importante resaltar que existe una conexión entre la ciudad y la publicidad que ha coexistido como elemento de estudio de varios investigadores que han relacionado el empleo de la calle como escenario publicitario, originando cambios progresivos. (Olivares, 2009). En algunos países, se limita el sitio en que se puede instalar la publicidad exterior. Por ejemplo, en España está prohibida acomodarlas en las carreteras y cada ciudad establece normativas específicas sobre el tamaño y ubicación de los carteles o rótulos luminosos (Hess, 2006).

Contaminantes visuales, como los carteles publicitarios, pasacalles o tendidos eléctricos, no provocan contaminación de por sí; sino mediante la excesiva presencia en cuanto (tamaño, orden, distribución) se convierten en agentes contaminantes. Son elementos que deterioran el espectro visual con un interés económico a costa del deterioro en la calidad de vida humana (Arias y Torres, 2011 y Rubio, 2012). La publicidad de acuerdo a Olivares (2009) es el principal agente causal de contaminación visual en el medio ambiente urbano, y además el mismo autor indica que se manifiesta como un factor que erosiona las propiedades del paisaje; por ello los excesos de carteles publicitarios en el medio ambiente urbano se suele considerar un factor negativo para el equilibrio y la sostenibilidad del paisaje urbano.

En lo referente a la contaminación visual Rivera (2013) indica que se trata de una afectación que distorsiona el paisaje urbano y en la que intervienen los carteles publicitarios además de otros factores. La publicidad exterior origina en el medio ambiente elementos atípicos que marcan su presencia modificando parte del entorno urbano original, visualmente son identificables como algo sobrepuesto a una

superficie destinada para otro fin y, en general, contribuyen al deterioro del entorno en el que se ubican. Según Gámez (2013) en Bogotá se halló una ciudad muy perturbada por la contaminación visual, estropeando el paisaje urbano, y delicadamente disminuyendo la calidad de vida de los ciudadanos. Arias (2015) considera que en las ciudades es común observar letreros que denigran y abruma al ambiente sin respetarlo, al no ir acorde y quebrar el sentido estético del medio.

Los contaminantes visuales generan diversos tipos de impacto en el ambiente donde están insertos como la alteración de la imagen de la ciudad y su estructura que podría afectar la actividad turística y comercial. También acarrea impactos relacionados a efectos estéticos sobre el paisaje natural que son considerados graves, porque que pueden obstruir la visualización de estos sitios (Gamez, 2013).

De acuerdo a la legislación actual vigente en Paraguay la contaminación visual es un factor condicionante de la calidad de vida de las personas ya que produce una degradación de su medio ambiente y del paisaje natural. Es significativo destacar la importancia que se brinda desde la Constitución Nacional a estos aspectos: Calidad de Vida y Ambiente, como derechos garantizados: menciona así en el art. 6 “La calidad de vida será promovida por el Estado”, y en el art. 7 “Toda persona tiene derecho a habitar en un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado”. Así también menciona al art. 8, “Las actividades susceptibles de producir alteración ambiental serán reguladas por ley” (Constitución Nacional del Paraguay, 1992).

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Asunción, la capital del Paraguay. Esta ciudad cuenta con una superficie de 117 km y está conformada por 68 Barrios. DGEEC (2012).

Las zonas específicas donde se realizó la investigación se seleccionó conforme a la base de datos del periodo 2014 al 2016 existente en la Dirección de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Asunción.

Para la elección de las zonas específicas de estudio se realizó una previa revisión documental de todas las resoluciones de aprobación otorgadas desde el 2014 hasta 2016 registradas en la Dirección General de Gestión Ambiental de la Municipalidad de Asunción, esto permitió definir dos sitios de muestreo sobre intersecciones de avenidas principales de la capital que mostraron mayor cantidad de carteles habilitados en dicho periodo y luego se realizó el estudio del efecto ambiental ante la presencia de carteles publicitarios en ambos sitios.

La unidad de datos correspondió a una población finita, constituida por todos los anuncios publicitarios presentes en las zonas de estudio que fueron seleccionados para la realización de la investigación (como muestra). Los criterios que se tuvieron en consideración son: a) sitios de Asunción donde se sitúan la mayor cantidad de carteles publicitarios y b) cruces de calles sobre avenidas con alta circulación.

Efectos ambientales a causa de la presencia de carteles: se refiere a los daños que podría ocasionar o causar la presencia de carteles publicitarios en el ambiente urbano donde están insertos.

La investigación es cuali-cuantitativa, de diseño no experimental, de corte transeccional y exploratoria descriptiva. Está sustentada tanto en un estudio de campo y como en el análisis documental.

Las técnicas utilizadas fueron:

Observación directa: Es una técnica utilizada en los estudios cualitativos para el

Tabla 1. Variables e indicadores de estudio

VARIABLES	INDICADORES		DESCRIPCIÓN
Efectos ambientales	Potencial de daño ambiental	Podría ocasionar daño ambiental	Posibles efectos que dañen la calidad del ambiente urbano donde se realiza el estudio.
		Razones por las que podría ocasionar daños ambientales	Efectos ambientales negativos como: <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de árboles talados. • Espacios verdes que desaparecieron. • Erosión. • Infiltración. • Pérdida de hábitat de especies animales. • Efectos en el turismo y el comercio. • Otras afectaciones al paisaje urbano.

estudio de casos. En este método de recolección el investigador ingresa en el contexto objeto de estudio. Es una técnica delicada de llevar a cabo porque el investigador participa en el contexto en interacción constante e incluso se identifica con los sujetos, y al mismo tiempo debe cumplir su rol de investigador (Hernandez, 2010 y Vieytes, 2004). La observación directa participativa se realizó en los sitios de estudio, y se documentó por medio de registros fotográficos.

Informantes claves y calificados: Se realizaron entrevistas abiertas y encuestas con preguntas cerradas (ver si hay respuestas sobre efectos ambientales por parte de los informantes calificados). Los informantes claves y los informantes calificados son individuos a quienes se recurre para recabar información clave y calificada.

Se realizaron encuestas con preguntas cerradas para los informantes claves y entrevistas abiertas para los informantes calificados.

Se elaboraron guías, una guía de entrevista para informantes calificados y una de encuesta para los informantes claves.

Se considera informantes claves a las personas que viven en el lugar de los hechos y sabe cómo va desarrollándose una problemática que puede o no afectarle de manera directa (fuente).

Los informantes calificados son los que debido a su formación, experiencia o trabajo se considera que pueden dar una visión objetiva sobre un asunto de estudio que por lo general no los afecta pero acerca del cual se cree que tienen un conocimiento y pueden dar un juicio crítico.

En esta investigación se recurrió a estos informantes con la finalidad de analizar la percepción que los mismos tienen respecto al tema de los carteles publicitarios y los posibles daños que podrían ocasionar o ya ocasionan en el medio ambiente.

Los materiales y equipos empleados para este estudio fueron materiales de gabinete, conexión a internet, resoluciones municipales de habilitación de carteles publicitarios cámara fotográfica, tableta, vehículo.

Etapas de recolección de datos:

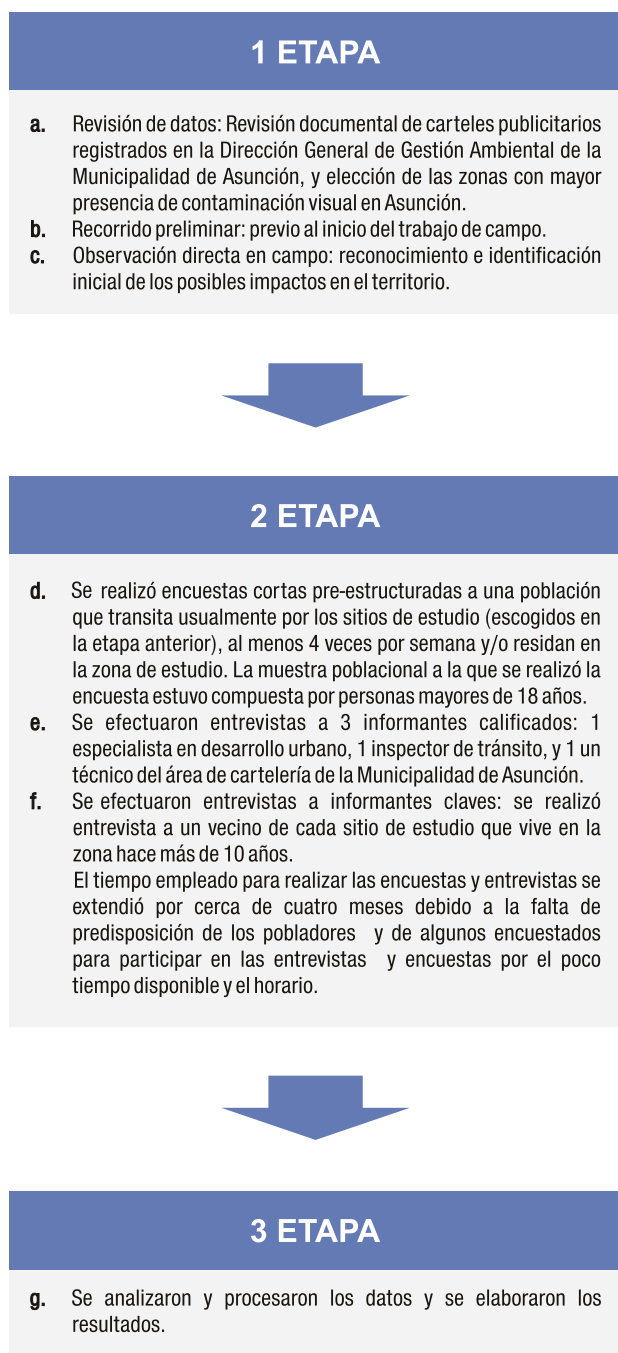


Figura 1. Etapas de recolección de datos.

La recolección de datos en campo se realizó durante distintos días de la semana indistintamente, y el tiempo destinado para relevamiento de datos fue de 3 horas por día. Con el fin de comprobar la utilidad del instrumento a ser implementado para el estudio de campo con los informantes, se realizó una

prueba piloto durante la fase de reconocimiento. Para la presentación final de los resultados de la investigación se realizó una triangulación de datos con la finalidad de obtener y generar resultados cuali-cuantitativos.

Se utilizó la triangulación de métodos empleados para la interpretación de los resultados. Finalmente, se aclara que si bien se reconoce que la muestra tomada para las encuestas es muy pequeña, y las observaciones fueron de carácter transversal, y se optó por presentar resultados en forma cuantitativa (en porcentaje) de manera a facilitar la comparación tanto de la caracterización y la dinámica entre los sitios estudiados, como la percepción de las personas consultadas para este estudio.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

Potencial de daño ambiental

La mayoría de los encuestados considera que los carteles podrían ocasionar algún daño ambiental en los sitios donde se encuentran colocados, la mayoría de ellos son los encuestados en la Avenida España esquina Venezuela. Al consultarles a los entrevistados que son vecinos, uno del sitio ubicado sobre la avenida Eusebio Ayala esquina De La Victoria, indico que un cartel que se encontraba en la zona le parecía peligroso por la forma en que se movía cuando había tormenta y por el tamaño que posee. La persona entrevistada en la avenida España esquina Venezuela indico que los carteles de gran tamaño le dan la impresión que pueden caer por algunas casa cuando hay vientos muy fuertes, además que a veces los cables se liaban por los carteles que estaban a mayor altura y eso le causaba temor.

En este aspecto Olivares (2009), destaca que la publicidad, en todas sus plurales

manifestaciones y soportes, está empezando a ser considerada como un importante motivo de deterioro del paisaje urbano; la saturación publicitaria es el principal agente de distorsión y de contaminación visual y ambiental en el ecosistema urbano. El exceso publicitario no es sólo un elemento contaminante del campo visual; hoy día la publicidad perturba a todos los sentidos, por lo que hablar únicamente de contaminación visual puede no reflejar la verdadera dimensión del problema. Árboles talados.

De acuerdo a los encuestados una de las razones por la cual los carteles publicitarios podrían generar daños ambientales se debe a los árboles que podrían haber sido talados para la colocación de los carteles, la avenida España esquina Venezuela un mayor número de encuestados considero que se pudo haber producido estos daños en varios lugares de la avenida sobre todo en algunas propiedades privadas que se tornaron con el tiempo en comercios.

De acuerdo a una entrevista realizada a los vecinos de la zona, una vecina sobre la avenida España esquina Venezuela indicó que una vez vio que talaron un árbol pequeño en la zona dentro de una propiedad privada para poner un cartel, y que eso fue hace más de 12 años, la misma no quiso dar datos del sitio donde vio eso.

Según Rodríguez y Alarcón (2003) la plantación de árboles en las ciudades y suburbios se justifica no solo por su valor estético, sino que además por su contribución en la reducción de los costos de enfriamiento del ambiente, absorción de contaminantes y su acción de barrera contra el viento y el ruido. A gran escala, un efectivo ordenamiento del arbolado urbano puede mejorar la calidad del aire, moderando así, el efecto de isla de calor que se produce especialmente en las grandes ciudades. Disminución de espacios verdes

De acuerdo a la opinión dada por los encuestados en la Avenida Eusebio Ayala esquina De La Victoria se considera que hubo una mayor disminución de espacios verdes que la avenida Mariscal López esquina Venezuela.

El vecino del sitio de estudio de la avenida España esquina Venezuela indicó que cambio para mal en cuanto a medio ambiente debido a que se volvió una zona muy comercial y se llenó de carteles, y desapareció mucho espacio verde. También el tráfico aumento bastante.

En el contexto ambiental las áreas verdes proveen muchas ventajas a los residentes, incluyendo oportunidades recreacionales, hábitat para plantas y vida silvestre y mejoramiento sustancial del agua y aire (Rodríguez y Alarcón, 2003).

De acuerdo a Campo (2018) en Italia se ha empezado recientemente a comprender que toda la ciudad en su conjunto debe contribuir de modo decisivo a su propia regeneración ambiental. O sea, que no basta con disminuir la contaminación del aire, del suelo y del agua en el área urbana -operación difícil en sí misma- sino que el organismo entero de la ciudad debe poseer los anticuerpos de su propia curación fisiológica y debe participar en la purificación de su atmósfera, en el equilibrio de su temperatura y su humedad, en la respiración del suelo y en la renovación de sus capas de aguas subterráneas. Todo esto ya ocurre en cierta medida en las ciudades europeas continentales, en las cuales, por tradición, las superficies realmente ocupadas por el verde son muy amplias, tratándose también a menudo de áreas verdes de propiedad privada. Son entonces terrenos permeables, donde la hierba, los arbustos y los árboles garantizan la respiración de la ciudad: y son en general superficies que alcanzan o superan el cincuenta por ciento del área urbana. En Italia, sin embargo, el porcentaje de suelo urbano permeable y capaz de contribuir a la

regeneración ambiental alcanza en los mejores casos un tercio de la superficie urbana. Estamos entonces delante del problema del verde en la ciudad con una postura más compleja que la tradicional, porque en ciudades como las italianas, donde la cultura urbanística no garantiza fácilmente una elevada dotación de verde, el propósito ha sido durante años el de aumentar las áreas verdes en sitios públicos.

De acuerdo al mismo autor mencionado hay que aumentar el verde en la ciudad con actuaciones públicas, pero también con iniciativas privadas, empujando a los empresarios del sector a realizar grandes porcentajes de superficie verde privada en los asentamientos propios.

Erosión

De acuerdo a los que fueron encuestados, en la avenida Eusebio Ayala esquina De La Victoria existe una mayor erosión (como un posible daño ambiental) producido por los carteles publicitarios, que sobre la avenida España esquina Venezuela.

Alteración del paisaje

En ambos sitios de estudio consideraron el mismo porcentaje de encuestados (8%) que se pudo haber producido la alteración del paisaje.

De acuerdo a Maldonado (2009) el crecimiento de los sistemas urbanos, ha trae consigo diferentes problemas ambientales relacionados con la producción de desechos, la afectación de los ecosistemas, emisiones atmosféricas con sus impactos sobre la calidad del aire y la atmósfera, así como la acumulación de ruido, y alteración del paisaje.

De acuerdo a Campos(2018) en Italia se ha empezado recientemente a comprender que toda la ciudad en su conjunto debe contribuir de

modo decisivo a su propia regeneración ambiental. O sea, que no basta con disminuir la contaminación del aire, del suelo y del agua en el área urbana -operación difícil en sí misma- sino que el organismo entero de la ciudad debe poseer los anticuerpos de su propia curación fisiológica.

Según lo mencionado por vecinos de la avenida Eusebio Ayala esquina De La Victoria entre la década del 60-70 la zona de estudio se encontraba poco poblada, habían mayormente casas y terrenos baldíos, recién comenzaron a surgir en cantidad los negocios sobre la avenida una vez que se amplió la avenida Eusebio Ayala y fue en la década del 90 aproximadamente cuando se comenzó a llenar la zona de negocios comerciales. Con respecto otra zona de estudio, a la avenida España esquina Venezuela una vecina indico que ya en la década del 80 la avenida España era considerada una zona residencial, que había muchas casas ubicadas en la zona de estudio, y la mayoría de ellas de gente pudiente, pero con el correr del tiempo las casas fueron compradas o alquiladas para la colocación de salones comerciales, y a partir del 2000 ella indico que muchos de los vecinos de la zona ya habían negociado sus propiedades, y en la actualidad una sola vivienda habitada queda, también la vecina de esta zona menciona que anteriormente había en las veredas una mayor cantidad de plantas de naranja agria de las que siguen habiendo actualmente en algunas partes del sitio de estudio.

También el vecino que es de la Avenida Eusebio Ayala esquina de La Victoria indico que la circulación mejoro porque se hicieron cambios en la avenida, el paisaje en lo referente a la limpieza de la zona también mejoro porque antes había mucha suciedad. Sin embargo asevero que los carteles que están por las columnas y los que están viejos sin mantenimiento descomponen la imagen de la avenida.

De acuerdo a lo indicado por los vecinos se considera que ambos sitios de estudio sufrieron transformaciones considerables con el correr del tiempo, lo cual pudo alterar el paisaje.

De acuerdo a Branhez et. al. (2017) en la actualidad la publicidad por medio de afiches y paneles, juega un papel trascendental en el desarrollo e imposición de una marca en el mercado, lo que ha generado una reproducción exorbitante de publicidad exterior, que altera la estética paisajística urbana; sin importar a las empresas que elaboran este tipo de publicidad y a los ciudadanos que arriendan un espacio de su vivienda para colocar los paneles publicitarios.

Según Mendez (2012) cada vez la calidad visual del paisaje urbano es un tema de interés público que toma mayor fuerza en los países desarrollados, se realiza por ello la sensibilización de sus habitantes acerca del aspecto del entorno urbano y se aplican normativas para proteger el paisaje urbano como una medida más estricta. También han surgido movimientos independientes como la Asociación de Resistencia contra la Agresión Publicitaria en Francia.

Pérdida de hábitat de animales

De acuerdo a lo considerado por los encuestados pudo haber una pérdida de hábitat de animales en ambos sitios de estudio, y una mayor cantidad de los encuestados que considera que pudo ocurrir esto son los que se encontraban en la avenida España esquina Venezuela.

Producción de calor y consumo de energía

De acuerdo a un mínimo pero significativo porcentaje de los encuestados sobre la Avenida España esquina Venezuela los carteles publicitarios producen mucho calor y consumen mucha energía.

Además uno de los informantes calificados que fue entrevistado en la Municipalidad de Asunción, indico que considera que los carteles con tecnología Led generan menor impacto ambiental que las luces que comúnmente se utilizan en los carteles publicitarios y que aún se continúan usando en la actualidad, pues según el mismo, este tipo de lumínica está compuesta por mercurio, y consume mayor energía y emite mayor calor en el ambiente que los led. Y por esta razón la municipalidad espera ampliar su legislación con el fin de contemplar una reglamentación respecto a la intensidad lumínica de los carteles, y promover el uso de los led para disminuir el consumo de energía utilizado por los carteles publicitarios y la emisión de calor.

Según mi criterio , eso es cierto y traería un menor perjuicio ambiental sin embargo habría que regular la intensidad de la luz de los led , ya que podría ser contraproducente para los conductores y peatones.

Afectación de la imagen de Asunción como ciudad sostenible.

De los encuestados, en la avenida Eusebio Ayala esquina De La Victoria percibieron un mayor número de ellos que los carteles publicitarios ubicados en esa zona de estudio afectan la imagen de Asunción como ciudad sostenible, que los encuestados sobre avenida España esquina Venezuela.

Además un informante calificado de la Municipalidad de Asunción considera que los carteles tradicionales no son sustentables, sin embargo los que poseen pantallas o luces led son ambientalmente sustentables debido a que consumen menos energía que los focos comunes, e indico que suelen sugerir a los anunciantes en calidad de patrocinador que lo utilicen en las plazas. También indico que la contaminación visual de origen publicitario

daña la imagen de la ciudad de Asunción, no así los carteles instructivos, como tampoco dañan los carteles que aporoto Koica que se encuentran en los semáforos con los led que indican el trafico existente en la ciudad.

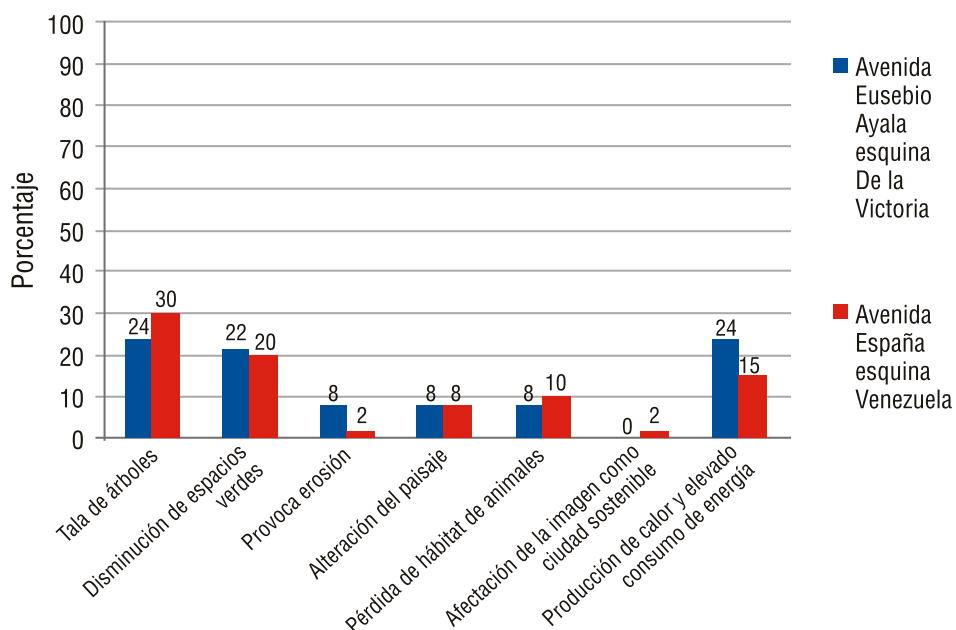
Los problemas ambientales o contaminación se relacionan frecuentemente con los recursos naturales, sin embargo, existen otros tipos de contaminación más característicos de los entornos urbanos como ser la sonora, lumínica y visual, también poseen una gran importancia debido a que representan una gran preocupación ya que es el ambiente construido que da cabida a la mayor parte de la población en latinoamérica con un 79,3%, y en el mundo 50,46% acorde a los datos obtenidos por las Naciones Unidas (Méndez , 2013).

La misma autora menciona el caso de la organización Scenic America, en Estados Unidos

que se dedica a ayudar a las comunidades a convertir lugares de sus vecindarios en espacios públicos limpios, atractivos, de belleza inusual, involucrando a los vecinos del sector para preservar los sitios, De acuerdo al presidente de esta organización la permanencia de la estética de los lugares de la ciudad donde las personas realizan su quehacer diario, es más que una necesidad fisiológica sino que aporta beneficio económico. Por eso en muchas ciudades de estados unidos se está adoptando la política de crear espacios hermosos, pues los gobernantes, comerciantes y habitantes se percataron que una ciudad que luce bien genera beneficios económicos y atrae a los turistas.

A continuación se muestra los tipos de daños ambientales que se producen o podrían darse en los sitios de estudio, según la percepción de los encuestados.

Figura 2. Efectos ambientales a daños producidos por la presencia de carteles publicitarios en Asunción



Tipos de daños ambientales que los informantes (en porcentaje) consideran que son causados por los carteles publicitarios.

De acuerdo a República del Ecuador. Ministerio del Ambiente(2013) mencionado en Lalangui y Palas (2018) asevera que los daños o costos ambientales resultantes de los contaminantes urbanos ponen en peligro la futura productividad de las ciudades, la salud y calidad de vida de sus ciudadanos. Las ciudades se han vuelto las principales zonas rojas ambientales que demandan urgentemente de atención especial en las evaluaciones ambientales regionales y de proyecto y en la planificación y administración ambiental. Con el desarrollo y el modernismo de las Ciudades alcanzado en estos últimos años, han dado como resultado que al medio ambiente se vea amenazado, que la insalubridad aumente, que la calidad de vida de los individuos disminuya, etc. Esto es motivo de preocupación tanto del Estado, como de todos los habitantes de las ciudades.

CONCLUSIÓN

El 50% de los encuestados en ambos sitios de estudio considera que los carteles en las zonas de estudio podrían generar daños ambientales, sobre todo en la avenida España esquina Venezuela. Las principales razones indicadas son porque se talaron árboles y porque afectan la imagen de la ciudad de Asunción como una ciudad sostenible.

Los informantes calificados mencionaron como efectos negativos que provocan los carteles publicitarios, alteración de la imagen de Asunción como ciudad sostenible y un elevado consumo de energía y producción de calor parte de los carteles publicitarios con iluminación que no sea led. Los informantes claves consideraron como un efecto negativo que podrían ocasionar los carteles la alteración del paisaje en ambos sitios de estudio, la disminución de espacios verdes y la tala de árboles sobre la avenida España y Venezuela.

Uno de los daños potenciales ocasionado por la cartelería publicitaria que se da en ambos sitios de estudio se da a causa de la pérdida de árboles y espacios pérdida de árboles y espacios verdes, esto puede producir mayor concentración del calor y afecta la estética del paisaje que ayuda a la relajación, además de afectar la imagen de Asunción como "ciudad verde o ciudad sostenible" pues existen abundantes carteles sin embargo cada vez menos árboles y espacios verdes.

La contaminación visual de carácter publicitario afecta al medio ambiente en los sitios donde se encuentra inserta. Se presenta con mayor frecuencia en sitios urbanos y se relaciona al crecimiento económico. Como sociedad se desconoce sus potenciales daños y se ven exclusivamente los beneficios económicos que reditúan las publicidades sin considerar los efectos ambientales negativos que puedan producir.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, L., Torres , E. (n.d.). Universidad de Cuenca, resumen proyecto "Gualaceo sin contaminación visual."

Arnold, M. , Osorio, F. (n.d.). Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas. Revisado 10 de Enero, 2020, disponible en <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>

Brañez, K., Centeno, R., Solis, D., Palomino, C., Sanchez, K., & Vasquez, A. (2017). Percepción de la contaminación visual por paneles publicitarios y afiches: una revisión jurídica. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 07(02). <https://doi.org/10.18259/acs.2017027>

Campos Venuti, G. (2018). Urbanismo, ecología y ciudad consolidada. *Ciudades*, (04), 105. <https://doi.org/10.24197/ciudades.04.1998.105-113>

Dirección General de Estadística Encuesta y Censo (2012). Atlas Asunción. Consultado 18 Octubre, 2019, disponible en <http://www.dgeec.gov.py/Publicaciones/Biblioteca/Atlas%20Censal%20del%20Paraguay/3%20Atlas%20Asuncion%20censo.pdf>

Gómez, E. (2013). La contaminación visual actual de los avisos publicitarios en la ciudad de Bogotá (en línea). Revisado 11 de Mayo 11, 2020, disponible en <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10716/ELSAGAMEZ.pdf;jsessionid=EFFBDA7C481AAC2E4B4A8C0BFECA22D8?sequence=1>

Hernandez Sampieri, R; Callo, F; Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. 5 ed. México. McGraw-Hill. 850 p.

Hess, A. (2006). Contaminación visual, indicadores de vallas. Resistencia, AR. Revisado 29 de Enero, 2019. Disponible en <http://www.unne.edu.ar/unnevieja/Web/cyt/cyt2006/07-Tecnologicas/2006-T-024.pdf>

Lalangui Ramírez, J.; Palas Jiménez, N. (2018). Impacto ambiental por vacíos en políticas públicas, que genera degradación de suelos y ecosistemas. Ciudad de Machala, un caso ecuatoriano. (n.d.). Revisado 11 de Mayo, 2020, disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200263

Méndez, C. (2013) La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela. Revisado el 11 de Mayo, 2020, disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489007>

Ormaza, J. (2016). Repositorio Digital: Análisis de la contaminación visual provocada por el exceso de letreros comerciales en la Av. Padre Luis Vacari de la segunda etapa del sector de Carapungo. (n.d.). Revisado 9 de Mayo, 2020, disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6193>

Olivares, F. (2009). “Cidade limpa” y la contaminación publicitaria en la ciudad “Cidade limpa” eta hiriko publizitate-kutsadura The advertising pollution in the cities. *14 (26)*. : 253–275. Consultado 19 sept. 2019. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer26-12-olivares.pdf>

Paraguay. 1992. Constitución Nacional del Paraguay (en línea). Revisado el 20 de febrero, 2020. Disponible en https://www.oas.org/juridico/mla/sp/pry/sp_pry-int-text-const.pdf

Rodríguez N., L., & Alarcón R., M. (2003). Para llamarse ciudad: Áreas verdes y espacios de paz en la ciudad presente. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (7), 129–138. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2003.n7-10>

Rubio, M. (2012). Repositorio Digital Universidad Técnica de Cotopaxi: La contaminación visual por letreros, publicidad privada y comercial en la ciudad de Pujilí. (n.d.). Revisado 11 de marzo, 2020, disponible en <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/1226>

Van Gigh, J. (1989). Teoría general de sistemas. editorial trillas. D.F. México, MX. 605 p.

Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas. Buenos Aires, AR, De las ciencias. 745 p.

Zeas García, W. P. (2017). La contaminación visual dentro de la transgresión del Derecho Constitucional del Buen Vivir debido a la publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito en el 2016. Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Abogado. Carrera de Derecho. Quito: UCE. 114 p. Revisado 03 de Marzo, 2020, disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/8898>

Artículo basado en la tesis: Características y efectos de la contaminación visual de carácter publicitario en la ciudad de Asunción, Paraguay.

CORRESPONDENCIA

Jessica Jazmín Ayala Rodríguez

Facultad de Arquitectura Diseño y Arte.
Universidad Americana, Departamento de Postgrado.

984 766 426

Jess.ayala.rodriguez@gmail.com