

Percepción de informantes claves y calificados sobre el potencial de focos de Contaminación Visual de origen publicitario en Avenida San Martín, Asunción, Paraguay.¹

Jessica Jazmín Ayala Rodríguez²

jess.ayala.rodriguez@gmail.com

Resumen

La contaminación visual causa impactos negativos en el medio ambiente y por ende afecta a las personas, la misma puede originarse por diversos factores, entre ellos por la presencia inadecuada de carteles publicitarios en un sitio donde fue implantado. En Paraguay se cuenta con escasa información bibliográfica que aluda a este tipo de contaminación, aunque es una de las más comunes en las urbes. Ante el déficit y la escasez de estudios, surge la necesidad de analizar la posible presencia de focos de contaminación visual de origen publicitario, en un tramo de la Avenida San Martín de la ciudad de Asunción. Como método de recolección de datos de esta investigación durante el estudio se realizaron entrevistas para conocer la opinión a informantes, que fueron divididos en dos categorías: informantes claves (las personas que viven en el lugar de los hechos y saben cómo fue desarrollándose la problemática estudiada) y los informantes calificados (los que debido a su formación, experiencia o trabajo se considera que pueden dar una visión objetiva sobre la contaminación visual en el sitio de estudio, aunque no los afecta; sin embargo se considera que tienen un conocimiento sólido y pueden dar un juicio crítico referente al tema) respecto a los carteles ubicados en los sitios de estudio para identificar la percepción de este grupo de personas respecto a los carteles como potenciales contaminantes visuales del sitio analizado con su correspondiente fundamentación. Entre los resultados más resaltantes de este estudio se puede indicar que más de la mitad de los entrevistados percibieron que el sitio estudiado presenta contaminación visual por presencia exacerbada de carteles de origen publicitario, considerando que influían de manera nociva y causaba un sobre estímulo visual. En base a los resultados obtenidos se puede aseverar, que existen razones suficientes para considerar que en la zona de estudio hay una potencialidad de foco de contaminación visual, por lo cual se deben planificar medidas y acciones para mejorar el sitio, a fin de evitar daños al medio ambiente y a la calidad de vida de las personas.

Palabras clave: contaminación visual, carteles publicitarios, percepción, medio ambiente, calidad de vida.

¹ Recibido: 03/08/2020

Aprobado: 29/10/2020.

² MSc. en Manejo de Recursos Naturales y Gestión Ambiental del Territorio. Universidad Americana, Paraguay.

Summary

Visual pollution causes negative impacts on the environment and also affects people, it can be caused by various factors, including the inappropriate presence of advertising posters on a site. In Paraguay few is mentioned of this type of pollution, although it is one of the most common in cities, for this reason the need arose to analyze the possible presence of sources of visual pollution of advertising origin, in a section of Avenue San Martin in the city of Asunción. As a research method in the present study, interviews were conducted to find out the opinion of the key and qualified informants regarding the posters located in the study sites, to identify the perception of this group of people regarding whether or not they consider the posters of the site as potential visual contaminants, and why. Among the most outstanding results of this study, it can be indicated that more than half of the interviewees perceived that the studied site could be considered to have the potential presence of visual contamination of advertising origin, and also that it was due to the number of posters present that they considered which had a harmful influence and caused over-excitement. Based on the results obtained, it can be asserted that there are sufficient reasons to consider that there are potential sources of visual contamination in the study area, therefore measures and actions must be planned to protect the site, to avoid damage to the environment. and the quality of life of people.

Keywords: visual pollution, advertising posters, perception, environment, quality of life.

Introducción

En cualquier ciudad la infraestructura que conforma físicamente su entorno forma parte del hábitat donde está inserto, y debe permitir que las funciones urbanas se desarrollen de manera apropiada, en concordia con sus componentes. Sin embargo hay espacios en algunas ciudades que niegan esta posibilidad de calidad de vida a la población a causa de la contaminación visual, estos sitios deben ser el principal motivo de preocupación relacionado al desarrollo de las urbes en las ciudades (Goycoolea, 2004). Por ello se debe asegurar que toda la infraestructura instalada en la ciudad permita que la misma y sus habitantes se desarrollen de una manera sostenible. Sin embargo, esto muchas veces no se logra por causa de la contaminación, que tiene sus raíces en actividades antrópicas (Ormaza, 2016).

Un tipo de contaminación característica de algunos entornos urbanos es la visual. La cual representa una gran preocupación ya que es el medio ambiente, que da lugar a la mayor parte de la población en Latinoamérica con un 79,3% de focos de contaminación y en el mundo 50,46% acorde a los datos obtenidos por las Naciones Unidas (Méndez , 2013).

Por ello surge la importancia del estudio de los carteles publicitarios como potenciales contaminantes visuales, como un tipo de infraestructura en la ciudad que podría ocasionar

impactos negativos en algunos sitios. Debido a que los carteles publicitarios constituyen agregaciones al medio urbano que modifican la estructura natural del medio ambiente, y por ello pueden ocasionar impactos tanto en la estructura del paisaje causando desequilibrios medio ambientales como también pueden afectar la salud emocional y física de las personas expuestas a estas estructuras artificiales.

De acuerdo con Rivera (2013), la contaminación visual de origen publicitario se trata de una afectación que distorsiona el paisaje urbano y en la que intervienen los carteles publicitarios además de otros factores. Los carteles publicitarios originan 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.

Pérez (2013) afirma que la densificación en la ciudad y el desarrollo traen problemas generados inconscientemente por carteles publicitarios y señalizaciones, causando molestias a los conductores y peatones, sin contar con la inseguridad que estas generan al conducir.

El objetivo de esta investigación es identificar la percepción de los informantes calificados y claves respecto a los carteles publicitarios presentes en la zona de estudio y su potencial como contaminadores visuales.

En este estudio se consideró muy importante identificar y documentar la opinión de los entrevistados para poder saber si la zona de estudio es o no es un sitio con potencial de contaminación visual. Ya que al buscar que se dé un desarrollo sostenible en la ciudad es importante ir erradicando cualquier agente contaminante que la perjudique.

Metodología

Es una investigación cuali-cuantitativa, de diseño no experimental, y exploratoria descriptiva.

La técnica que fue empleada para la recolección de datos fue la de entrevistas a informantes claves y calificados.

Las entrevistas se realizaron de manera flexible, donde las preguntas no fueron cerradas con el objetivo de recabar toda la información que pueda ser pertinente conforme a los objetivos planteados. Los informantes claves y los informantes calificados constituyeron personas a quienes se recurrió para recabar información clave y calificada. Se considera informantes claves a las personas que viven en el lugar de los hechos y conocen como se presenta la problemática que puede o no afectarle de manera directa; mientras los informantes calificados son los que debido a su formación, experiencia o trabajo se considera que pueden dar una visión propia de su profesión sobre un asunto de estudio acerca del cual se cree que tienen conocimiento y pueden dar un juicio crítico. En esta investigación se recurrió a ellos con la finalidad de analizar

la percepción que los mismos tenían referente al tema de la potencial contaminación visual en el sitio.

Los participantes de esta investigación fueron diez informantes claves y cinco informantes calificados:

a- Informantes claves: dueños de negocios que se encuentran sobre San Martín y vecinos que viven sobre la Avenida.

b- Informantes calificados: 1 sicólogo, 1 especialista en salud pública, 1 licenciado en diseño gráfico, 1 periodista, 1 inspector de tránsito.

El área de estudio corresponde, dentro de la trama vial de la ciudad de Asunción, a un tramo de la avenida San Martín, desde su intersección con la Avenida Mcal. López hasta su intersección con la Avenida España, abarcando una longitud de 8 cuadras que equivalen a 980 metros de vía pública.

Figura 1. Mapa de ubicación del sitio de estudio



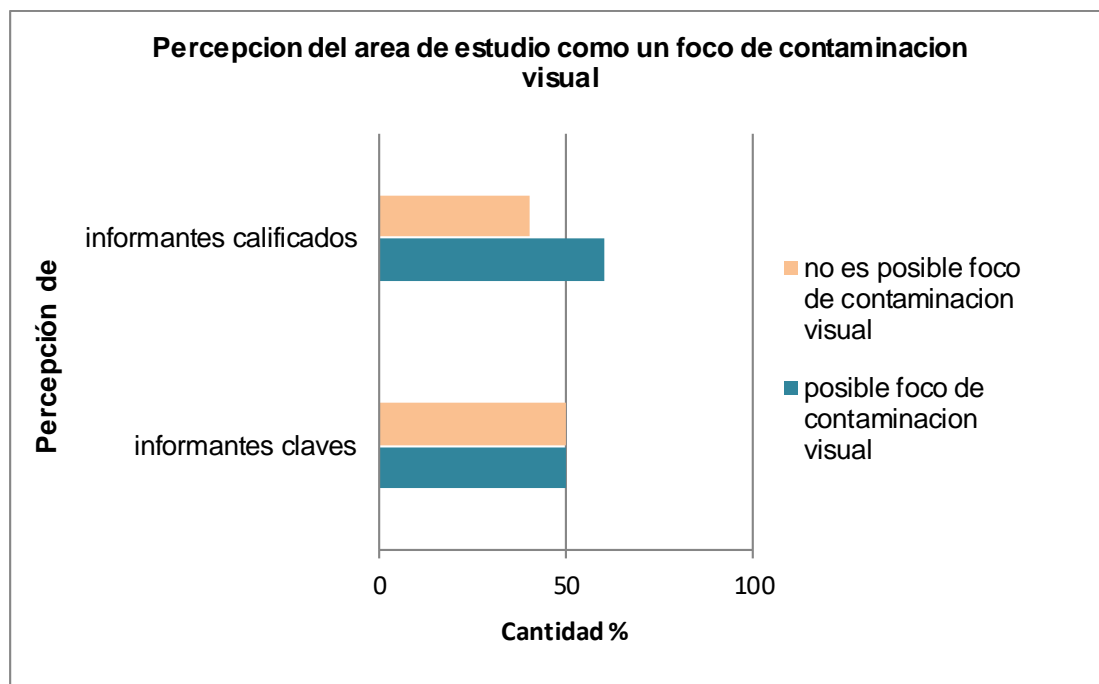
Fuente: Elaboracion propia, año 2020.

Resultados

Percepción de la población encuestada respecto al área de estudio como un potencial foco de contaminación visual.

El 50% de los informantes claves indicó que considera al área de estudio como un foco de contaminación visual. De acuerdo con lo indicado por los informantes calificados, el 60% de ellos percibe al área de estudio como foco de contaminación visual como se observa en la figura 2.

Figura 2. Percepción del área de estudio como un foco de contaminación visual por parte de informantes claves e informantes calificados en avenida San Martín.

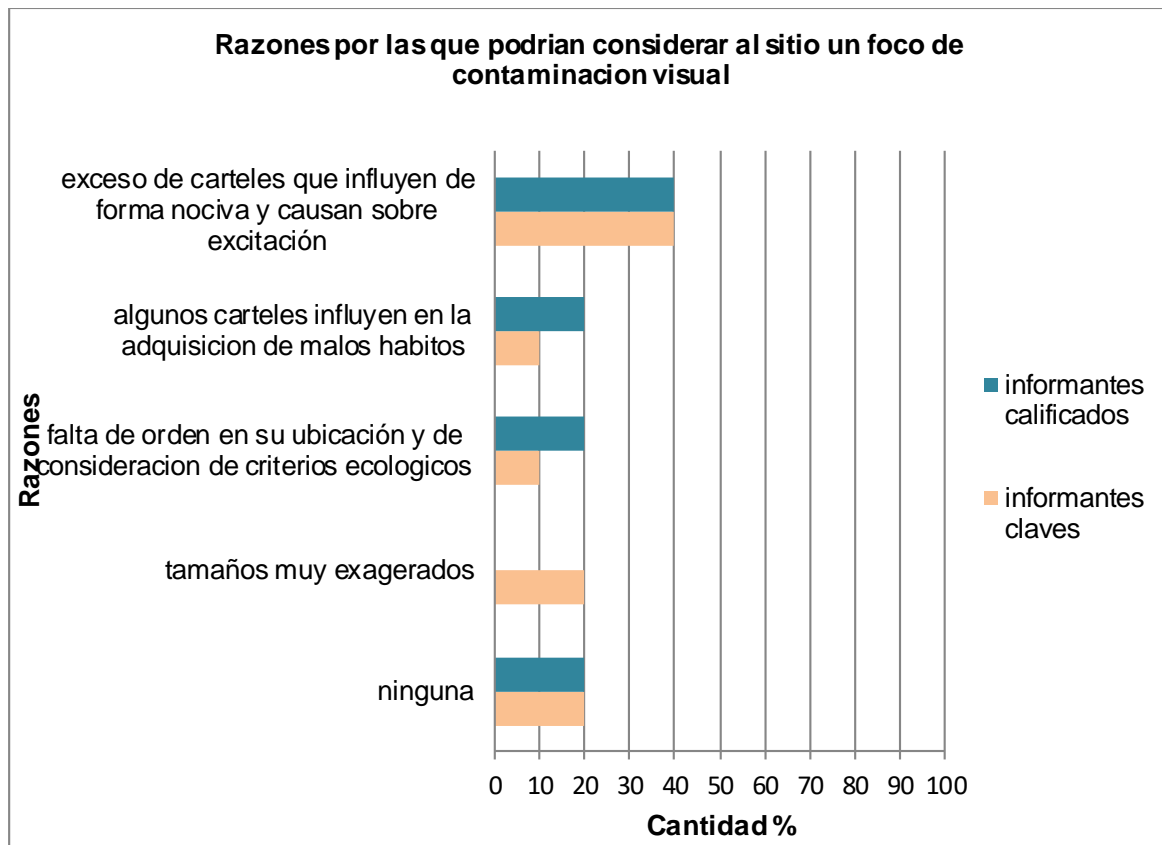


Fuente: Elaboración propia, año 2013.

Razones por la cual el área de estudio se puede considerar un foco de contaminación visual.

Entre las múltiples razones por las que el área de estudio se puede considerar un foco de contaminación visual, se nota que el 40% tanto de los informantes claves como calificados cree que el exceso de los carteles influye de forma nociva y causa sobre excitación. El 20% de ambos grupos de informantes también indicó que considera que no existe ninguna razón para que a los carteles del sitio de estudio sean considerados como posibles contaminantes visuales como se observa en la figura 3.

Figura 3. Razones por las que el área de estudio se puede considerar un foco de contaminación visual. Avenida San Martín.



Fuente: Elaboración propia, año 2013

Discusión

En lo que se refiere a la percepción de la población entrevistada en el área de estudio respecto a un potencial foco de contaminación visual en el lugar objeto de estudio y los resultados obtenidos se debe enmarcar o indicado por Belch y Belch (2005) cuando aseveran que en el momento en que se quiere persuadir a alguien de algo, el publicista no espera que la persona sea consciente de los contenidos y recomendaciones de lo publicitado, con frecuencia lo que aspira es un futuro donde los efectos de la persuasión continúen vigentes. Según el mismo autor, en diversos estudios se comprueba que la mayor parte de los consumidores piensa que los anunciantes usan a veces la publicidad subliminal consiguiendo efectos positivos en cuanto a la compra y el consumo de los productos que ofrecen.

Por ello en un sitio urbano con gran afluencia de personas que transitan por él, muchas veces se observan carteles que por su mala ubicación, tamaño inadecuado, cantidad exagerada o mensaje inapropiado, causan contaminación visual como también lo indica (Fernández, 2003) Sin embargo muchas veces las personas que viven en el lugar hace años, así como también otras que tienen una formación en un área específica que los capacita para tener una mirada distinta al resto, que solo transitan de manera esporádica; si notan que se presenta un cambio en el hábitat y en su paisaje, y que el mismo si está ocasionando o podría ocasionar a futuro un

problema como el de la contaminación visual en un sitio. Esto se verificó mediante las respuestas que dieron los informantes claves y calificados, referente a la percepción del potencial de contaminación visual en el sitio, donde el 60% de los informantes calificados y el 50% de los informantes claves considero que el sitio tiene este problema.

De acuerdo con los informantes y lo que indicaron respecto a las razones por las que el sitio es potencialmente o podría llegar a ser un foco de contaminación visual, se observan que la mayoría lo considero así por excesiva cantidad de carteles publicitarios que ellos consideran que influyen en manera nociva y causa sobre-excitación (definido por los entrevistados como una alteración en las emociones y mayor distracción). De manera reiterada es interesante lo aseverado por Fernández (2003), acotando que la contaminación visual origina una serie de problemas asociados a múltiples factores que ya fueron mencionados entre ellos, la cantidad y mensaje. Ambos factores son muy importantes porque pueden hacer la diferencia entre que un sitio sea considerado o no como un foco de contaminación visual.

De acuerdo con Pérez (2013) muchos accidentes de tránsito se generan por la distracción al operar el vehículo, causada por una excesiva publicidad que contamina visualmente el espacio y también por los mensajes que pueden llegar a afectar el estado de concentración de las personas.

Conclusión

La mayor parte de los informantes considera que el sitio de estudio es potencialmente un foco de contaminación visual. Argumentaron que podría considerarse así principalmente porque en la zona de estudio existe un exceso de carteles que influye de forma nociva y causa sobre excitación a conductores y peatones, otras razones que además indicaron ambos grupos de informantes son que algunos carteles influyen en la adquisición de malos hábitos de consumo, porque no hay orden en su ubicación ni consideración a criterios ecológicos, es decir hay carteles ubicados en sitios no habilitados para ese fin y además que por las características que poseen podrían ocasionar daños al medio ambiente.

Se puede hablar de una potencialidad pero no de una existencia en un grado de presencia de contaminación visual de origen publicitario, ya que para eso sería necesario hacer un análisis más exhaustivo considerando todas esas variables como la ubicación, tamaño, cantidad, mensaje, incluso podría ser necesario analizar otros factores también como luminosidad y reflejo de la luz por la noche, colores, entre otros; y además este es un estudio no experimental y para dar un juicio sobre existencia en grado debería ser un estudio con una metodología experimental. Ya que la contaminación visual en sí, es compleja porque la podrían incluso ocasionar tendidos eléctricos mal ubicados, edificaciones en mal estado, entre otros muchos

factores. También es necesario considerar que las condiciones materiales de ocupación indebida de la vía pública, inciden, tanto en la visibilidad como en la movilidad de los sujetos usuarios de la misma, dado el gran número de elementos que obstruyen su circulación como lo indico (Rey, 2013).

Es muy importante una vez que se identificó un sitio con potencialidad de ser un foco de contaminación visual de origen publicitario, que se implementen acciones que ayuden a evitar daños y se realicen las adecuaciones pertinentes para que el sitio quede libre de ese tipo de contaminación, lo cual se puede hacer en parte basados en las ordenanzas de los distintos municipios referentes a habilitación de cartelería municipal y el plan regulador de la ciudad. Es importante considerar que si se desea lograr la sustentabilidad de una ciudad y brindar calidad de vida a los habitantes, se debe planificar y controlar de manera eficiente la presencia de carteles publicitarios en la ciudad, además de otros factores que forman parte de la misma.

Bibliografía

Belch, J; Belch, M. 2005. Publicidad y promoción. 6 ed. Distrito Federal, México. McGraw-Hill. 847 p.

Fernández, D. 2003. Contaminación Visual en la Vía Pública. Tesis Lic. en Diseño Gráfico. Buenos Aires, AR. Universidad Abierta Interamericana. Consultado 6 jun. 2020. Disponible en <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC048684.pdf>

Garza, V.2012. Salud ambiental (en línea). Consultado 25 abr 2020. Disponible en <http://www2.uacj.mx/publicaciones/sf/num6/artpri1.htm> Goycoolea, R. 2004. Ciudad Versus Calidad de Vida (en línea). Consultado 4 jun 2020. Disponible en <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RU/article/view/538>

Méndez, C. 2013. La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela (en línea). Medellín, CO. Consultado 25 sept. 2019. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489007>

Moya, M. 2011. Contaminación visual en la vía pública (en línea). Consultado 11 abr 2012. Disponible en [http://aulaweb.uca.edu.ni/blogs/dinorahmedrano/files/2011/07/Persuaci% c3B3n-y-cambio-de-Actitudes.pdf](http://aulaweb.uca.edu.ni/blogs/dinorahmedrano/files/2011/07/Persuaci%c3B3n-y-cambio-de-Actitudes.pdf)

Rivera, C; Gabriel, H. (2013). Elementos atípicos y contaminación visual urbana en un sector de la zona centro de Bogotá (en línea). Bogotá, CO. Consultado 1 de jun. 2020. Disponible en <http://oaji.net/articles/2015/2065-1432478039.pdf>

(OMS) Organización Mundial de la Salud. 2013. Salud ambiental (en línea). Consultado 18 abr 2020. Disponible en <http://www.who.int/es/>

Ormaza, J. 2016. 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 (en línea). Quito, EC. Consultado 27 mayo 2020. Disponible en <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6193>

Pérez, J. 2013. Contaminación Visual por Vallas en la Vía las Palmas en el Valle de Aburrá (en línea). Medellín, Co. Consultado el 27 abr. 2020. Disponible en <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/8304#.V6NncNLhDIU>

Rey, Celmira E. 2013. La movilidad cotidiana en Resistencia, Chaco, Argentina. Propuestas para micro intervenciones integrales urbanas (nodos). RESÚMENES DE TESIS. Revista Geográfica Digital. IGUNNE. Facultad de Humanidades. UNNE. Año 13. N° 25. Enero - Junio 2016. ISSN 1668-5180 Resistencia, Chaco.

En: <http://hum.unne.edu.ar/revistas/geoweb/default.htm>

Rivera, G. 2013. Elementos atípicos y contaminación visual urbana en un sector de la zona centro de Bogotá. Bogotá, Co. Revista Épsilon (21), 83-105.