

## ARTÍCULO ORIGINAL

**Análisis de la contaminación visual en Portoviejo, Ecuador a través de un estudio comparativo con la ciudad de Londrina en Brasil*****Analysis of visual pollution in Portoviejo, Ecuador through a comparative study with the city of Londrina in Brazil***

Anthony Luis Alava Delgado<sup>1</sup>  , Kenny Jaritza Quijije Mendoza<sup>1</sup>  ,  
Orlando Rafael Lazo Pastó<sup>1</sup>  , Rauny Javier Limonta Más<sup>1</sup>  

<sup>1</sup>Universidad San Gregorio de Portoviejo, Ecuador.

**Citar como:** Álava, A., Quijije, K., Lazo, O. y Limonta, R. (2024). Análisis de la contaminación visual en Portoviejo, Ecuador a través de un estudio comparativo con la ciudad de Londrina en Brasil. Revista San Gregorio, 1(58), 70-77. <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v1i58.2828>

**Recibido:** 25-09-2023

**Aceptado:** 29-05-2024

**Publicado:** 30-06-2024

**RESUMEN**

Esta investigación planteó como objetivo identificar recomendaciones para reducir la contaminación visual en entornos urbanos mediante la comparación de la “Ley Ciudad Limpia” de Londrina, Brasil y la “Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado” de Portoviejo, Ecuador. Se llevó a cabo un análisis detallado y comparativo, destacando similitudes y diferencias entre ambas regulaciones, subrayando la necesidad de una adecuada gestión para proteger el paisaje urbano y a los ciudadanos que lo habitan. Se sugirió la implementación de medidas derivadas de la “Ley Ciudad Limpia” en Portoviejo para lograr un mejor manejo y control sobre aspectos técnicos de la rotulación comercial y de igual manera reducir el impacto ambiental causado en los espacios públicos de la urbe.

**Palabras clave:** contaminación visual; espacios públicos; legislación; rótulos comerciales.

**ABSTRACT**

This research aimed to identify recommendations to reduce visual pollution in urban environments by comparing the “Clean City Law” of Londrina, Brazil and the “Ordinance Regulating the Installation of Advertising Media and Electoral Propaganda in Public and Private Space” from Portoviejo, Ecuador. A detailed and comparative analysis was carried out, highlighting similarities and differences between both regulations, underlining the need for adequate management to protect the urban landscape and the citizens who inhabit it. The implementation of measures derived from the “Clean City Law” in Portoviejo was suggested to achieve better management and control over technical aspects of commercial signage and likewise reduce the environmental impact caused in the city’s public spaces.

**Keywords:** visual contamination; public spaces; legislation; commercial signs.

**INTRODUCCIÓN**

Comúnmente, la discusión sobre contaminación se centra en aspectos como la degradación de suelos, la calidad del aire y la polución de cuerpos de agua como ríos y mares. No obstante, se aborda con menos frecuencia el tema de la contaminación visual, la cual impacta directamente al sistema nervioso central mediante estímulos visuales. Según Munari (2016), la comunicación visual se manifiesta a través de mensajes visuales, los cuales son componentes de la amplia gama de mensajes que influyen en nuestros sentidos, incluyendo aquellos sonoros, térmicos, dinámicos, entre otros.

Para Hanks & Belliston (2002) el 90% de la comunicación global se realiza a través del sentido de la vista., basta con observar una imagen en cuestión de segundos, para receptar un mensaje de forma automática en el cerebro, y he ahí la significación de todo lo que se observa a diario, ya sea de forma consiente e inconsciente.



Actualmente, alrededor del 50% de la población mundial reside en áreas urbanas. Esto equivale aproximadamente a 3.500 millones de personas y se espera que la cifra aumente a 5.000 millones para el año 2030 (Naciones Unidas, 2014). Por esta razón, es crucial que se implemente una gestión eficiente de los espacios urbanos para promover el desarrollo sostenible. La ODS 11: “Ciudades y Comunidades Sostenibles”, es una de las 17 metas establecidas en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Organización de Naciones Unidas, 2015), la cual busca lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles, y para alcanzarlo es necesario abordar diversas problemáticas urbanas, entre ellas, la contaminación visual.

Los seres humanos están frecuentemente expuestos a una saturación diaria de imágenes, lo que nos lleva a reflexionar sobre la contaminación visual, considerando su crecimiento potencial y los efectos a largo plazo que podría tener (Arango et al., 2021; Céspedes, 2019). Aun cuando se pueden encontrar distintas definiciones de contaminación visual, en términos generales se trata de un tipo de contaminación urbana causada por la presencia excesiva de elementos ajenos al entorno, que afectan negativamente la estética y la imagen del paisaje, ya sea natural o artificial.

Varios autores han proporcionado definiciones para conceptualizar la contaminación visual; por ejemplo, Rojas (2019) indica que, “la contaminación visual es el cambio o desequilibrio en el paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos” (p.2415). Los procesos de contaminación visual discurren en el espacio público, entendido como el lugar de convivencia, encuentro y equidad social, porque allí coexisten los ciudadanos, en suma, cualquier área o lugar que sea accesible y esté disponible para uso del público en general (Borja, 2002; Segovia & Jordán, 2005).

Ahora bien, al transitar por las calles de una ciudad, es común encontrarse, entre otros distractores, con rótulos comerciales que sobrecargan y no respetan el entorno, además de no cumplir con las necesidades concretas de los peatones y conductores que transitan por ellas. Y aunque existen normativas que los diferentes locales comerciales deben cumplir, en ocasiones parecen ser invisibles, pues a simple vista puede observar una gran cantidad de soportes gráficos publicitarios en franco desorden y abigarramiento.

Dentro de la amplia gama de elementos en el espacio público que pueden generar contaminación visual, este estudio se ha inclinado por los rótulos comerciales. Al hablar de estos últimos es irremediamente entrar en el terreno de la publicidad, Costa (1999) la define como, un sistema de comunicación de masas que utiliza todos los canales de los medios de comunicación, aplicando un conjunto de técnicas de psicología y sociología con un fin utilitario. Para Muñoz (2004) “el rótulo es un elemento exterior cuyo objetivo es el de identificar el establecimiento debiendo contener el nombre, símbolo o ambos.” (p.34), por consecuencia es crucial considerar aspectos técnicos para asegurar su eficacia.

Un rótulo comercial que no tenga un tamaño correcto o que no está ubicado en un lugar visible, no cumplirá con su objetivo, que es la identificación del negocio, además, si el tamaño es excesivamente grande, o hubiese una cantidad exagerada de rótulos, esto contribuiría a generar más contaminación visual dentro del espacio público. Según Frascara (2008), un diseñador competente no es sólo el que responde con eficacia a los requerimientos del cliente, sino el que, además, también responde a las necesidades del público. Si se reflexiona sobre el entorno urbano como un componente ambiental valioso, formado por una serie de elementos que conforman una imagen específica de la ciudad como, por ejemplo, los rótulos comerciales objeto de estudio, podemos inferir que cuando estos se generan en variedad infinita de cantidades, tamaños, ubicaciones y se entremezclan de manera caótica en el paisaje de la urbe, estamos abocados a una contaminación visual.

Por ende, los aspectos técnicos de los rótulos comerciales son una consideración importante en la planificación y diseño de los espacios públicos de las ciudades. Analizar y normar los aspectos técnicos de un rótulo comercial, inclusive antes que los estilísticos, es primordial para asegurar antes la funcionalidad del rótulo comercial, máxime si se tiene en cuenta la fórmula del arquitecto Sullivan (1896) de que la forma sigue a la función.

Ecuador no cuenta con leyes específicas en materia de contaminación visual, pero existen instrumentos legales específicos que aplican en este caso. La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su art. 27 declara: “El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza” (p.42).

Es importante resaltar que, la ciudad de Portoviejo, se rige a ciertos parámetros establecidos y vigentes hasta la fecha, que se recogen en la “Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado” (GAD Municipal del Cantón Portoviejo, 2016). Esta normativa es la única que regula el uso de la rotulación comercial en la ciudad mencionada, por consiguiente, será un instrumento sustancial para el presente texto y en lo sucesivo será mencionada reiteradamente.

Teniendo en cuenta lo anterior, la situación problemática de esta investigación se centra en el hecho de que la normativa existente en la ciudad de Portoviejo plantea de manera genérica e insuficiente una regulación, manejo y control sobre los rótulos comerciales, y además no dispone de sanciones efectivas para evitar los incumplimientos de los negocios. Como resultado de esta situación, el paisaje urbano se ve afectado. Uno de

los graves efectos colaterales que pudiera generar esta situación, sería el aumento de accidentes de tránsito como consecuencia de las muchas distracciones que la variedad de rótulos genera en el espacio urbano.

Lo anteriormente expuesto, sin duda alguna, pudiese contribuir al deteriorado de la calidad de vida y salud de los habitantes de la urbe portovejense. Por lo tanto, es un tema de sumo interés que debería regularse de manera efectiva por los decisores e instituciones competentes, con el propósito de disminuir la contaminación visual, y evitar que esta siga afectando al entorno.

Después de revisar las leyes de varios países latinoamericanos, se decidió tomar como referente para el análisis la normativa “Ley Ciudad limpia” de Londrina, Brasil, por ser muy completa, ello permitirá realizar una comparación, en aras de obtener recomendaciones que mejoren la gestión y control de la señalización comercial en Portoviejo y así tratar de minimizar la contaminación visual en espacios públicos.

En virtud de todo lo mencionado, el objetivo principal de la presente investigación fue identificar recomendaciones para reducir la contaminación visual en entornos urbanos mediante la comparación de la “Ley Ciudad Limpia” de Londrina, Brasil y la “Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado” de Portoviejo, analizando falencias y ambigüedades en la actual normativa portovejense.

## **METODOLOGÍA**

La metodología utilizada en este estudio se centró en realizar un análisis detallado de la efectividad de las regulaciones en torno a la rotulación comercial. Para ello se llevó a cabo primeramente una revisión de la literatura sobre regulaciones en diferentes países del área latinoamericana, con el fin de obtener información sobre la idoneidad de estas regulaciones y su impacto en los espacios públicos.

Se decidió realizar un análisis a profundidad de la “Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado” (GAD Municipal del Cantón Portoviejo, 2016). en Portoviejo, Ecuador. Posteriormente y a través de un estudio comparativo con la normativa de la Ley Municipal No. 10.966 (2010) también conocida como “Ley Ciudad limpia” en la ciudad de Londrina, Brasil (por considerarla una de las más completas en su género), se extrajeron ciertas recomendaciones que pudieran ser incorporadas a la normativa portovejense, para lograr un mejor manejo y control sobre los aspectos técnicos de la rotulación comercial y así reducir el impacto ambiental causado por la contaminación visual en los espacios públicos.

El enfoque metodológico del artículo, puso especial atención en la fase de observación, pues se requirió identificar visualmente la implementación o no de los aspectos técnicos en los rótulos comerciales de los negocios delimitados en ambas ciudades, esto se logró mediante el análisis contrastado de las observaciones in situ, y sus correspondientes guías de observación. Se tomaron en cuenta parámetros relevantes en cuanto a los aspectos técnicos de rotulación de cada ordenanza en ambas ciudades. Para el análisis descriptivo comparativo, en las dos muestras de estudio se consideraron zonas céntricas, las mismas que estuvieron conformadas por 11 locales en Portoviejo y 7 en Londrina. Los resultados se registraron en las fichas de observación que más adelante se reproducen.

### **Zona observada de Portoviejo**

El estudio se llevó a cabo en la calle Pedro Gual, entre García Moreno y Primero de Enero, únicamente por un solo lado de la calzada que constituyen el área del estudio, tal como se muestra en la Figura 1. Se describe el trayecto de estudio, incluyendo los puntos de inicio y fin, con una longitud de 100 metros lineales aproximadamente.



Figura 1. Tramo de la Investigación (Google Earth, 2023)

### **Descripción de los elementos considerados en la ficha de observación: caso Portoviejo**

Se estructuró en la ficha de observación parámetros relevantes a la rotulación comercial encontrados en la Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado (GAD Municipal del Cantón Portoviejo, 2016). A continuación, en la tabla 1 se describen:

Tabla 1. Parámetros que componen la ficha de observación: Caso Portoviejo.

Parámetros	Descripción
Tamaño del rótulo comercial	Solo se permitirán letreros en los soportales sobre la fachada de la planta baja de los edificios en una proporción no mayor del 10% del total del frente de la fachada donde se ubique.
Cantidad de rótulos comerciales por negocio	En caso de edificios esquineros, estos podrían tener un letrero por cada frente; no podrán exceder los límites de la fachada ni invadir o sobrepasar la zona correspondiente al coronamiento o remate del edificio.
Altura del rótulo comercial	El borde inferior del letrero estará por encima del ingreso al establecimiento y se ubicará a una altura no menor a 2.50 m, medida a partir del nivel del piso terminado del interior del establecimiento.
Rótulos comerciales en lugares prohibidos	Queda expresamente prohibido la instalación de letreros en las ventanas, columnas, pisos y tumbados de los soportales y culatas.

### **Zona observada en Londrina**

El estudio se llevó a cabo en la calle Duque de Caxias entre Rua Santa Catarina y Rua Maranhão, únicamente por un solo lado de la calzada que constituyen el área del estudio, tal como se muestra en la Figura 2. Se describe el trayecto de estudio, incluyendo los puntos de inicio y fin, con una longitud de 98 metros lineales aproximadamente.



Figura 2. Tramo de la Investigación (Google Earth 2023)

Se estructuró la ficha de observación parámetros relevantes a la rotulación comercial encontrados en la Ley Ciudad Limpia (2010), los parámetros se describen en la tabla 2.

### **RESULTADOS**

trabajo de campo realizado para la construcción de datos arrojó los siguientes resultados; en el caso de Londrina, Brasil, se entrevistó a un experto en la Ley Ciudad Limpia (2010), quien explicó en detalle, cómo se implementó la regulación en el país. En tal sentido se destacó que la ley ha sido efectiva para reducir la contaminación visual causada por la rotulación comercial en la ciudad, aunque aún enfrenta desafíos en su implementación debido a cuestiones políticas, económicas y socioculturales.

Tabla 2. Parámetros que componen la ficha de observación: Caso Londrina.

Parámetros			Resultados
Tamaño del anuncio indicativo			Cuando el frente del inmueble sea inferior a 10,00 m lineales, el área total del anuncio no deberá exceder de 1,50 m <sup>2</sup> , si el área total del anuncio excede los 10 m lineales la proporcionalidad será del 15% de la medida lineal del frente del inmueble.
Cantidad de anuncios indicativos por negocio			Cuando el frente del inmueble sea igual o mayor a 10.00m y menor a 100.00m del área total del anuncio, se aplicará la proporcionalidad del 15%, limitada hasta un máximo de 20m <sup>2</sup> , a partir de ahí deberá subdividirse
Altura del anuncio indicativo			La altura máxima del anuncio indicativo no debe exceder, en ningún caso, la altura máxima de 5,00 m.
Anuncios indicativos en algunos lugares prohibidos.			Se prohíben los anuncios indicativos en hastiales ciegos y techos de edificios.

Por su parte el experto entrevistado en Portoviejo, señaló que la regulación sobre la rotulación comercial existente en la Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado (GAD Municipal del Cantón Portoviejo, 2016), si bien tiene ciertos parámetros aceptables, termina por ser ambigua y confusa en su aplicación. Esto ha llevado a que la mayoría de los rótulos comerciales en la urbe no cumplan con las restricciones establecidas, lo que limita la efectividad de la regulación en la práctica. En resumen, el experto destacó que la falta de claridad en la regulación ha sido un obstáculo importante para su efectividad.

En la tabla 3 se muestran los resultados obtenidos de la observación de los locales en la ciudad de Portoviejo:

Tabla 3. Resultados de la observación. Caso Portoviejo

Parámetro	Cumple		No cumple	
	f	%	F	%
Tamaño del rótulo comercial	0	0	11	100
Cantidad de rótulos comerciales por negocio	4	36	7	64
Altura del rótulo comercial	2	18	9	82
Rótulos comerciales en lugares prohibidos	3	27	8	73

Como se observa se evaluaron cuatro parámetros relacionados con la señalización comercial en una muestra de locales comerciales. Los resultados revelan incumplimientos significativos en varios aspectos de la normativa vigente. Específicamente, los resultados del Parámetro 1, "Tamaño del rótulo comercial", indican una falta de cumplimiento universal, con un 100% de los rótulos evaluados no ajustándose al tamaño establecido por la norma.

Respecto al Parámetro 2, "Cantidad de rótulos comerciales por negocio", se encontró que solo un 36% de los negocios cumplía con la normativa, mientras que el 64% excedía la cantidad permitida de rótulos. Este resultado sugiere una tendencia hacia el exceso en el uso de señalización comercial entre los negocios evaluados.

En cuanto al Parámetro 3, "Altura del rótulo comercial", solo un 18% de los rótulos cumplía con la altura reglamentaria, dejando a un preocupante 82% fuera de norma, por lo cual destaca la prevalencia de rótulos colocados a alturas inadecuadas, lo que podría influir negativamente en la estética urbana y la visibilidad adecuada dentro del entorno comercial.

Finalmente, el análisis del Parámetro 4, "Rótulos comerciales en lugares prohibidos", reveló que el 27% de los locales cumplía con la norma que prohíbe la colocación de rótulos en ciertas áreas, mientras que un considerable 73% de los locales tenía rótulos en lugares no permitidos. Este alto índice de incumplimiento refleja una falta de adherencia a las regulaciones diseñadas para mantener un equilibrio y orden en el uso del espacio público.

Los resultados subrayan la necesidad de fortalecer las estrategias de fiscalización y educación sobre las normativas vigentes en señalización comercial, para asegurar su cumplimiento y así contribuir a la conservación de un espacio público armonioso y ordenado

En la tabla 4 se muestran los resultados obtenidos de la observación de los locales en la ciudad de Londrina:

Tabla 4. Resultados de la observación. Caso Londrina

Parámetro	Cumple		No cumple	
	f	%	F	%
Tamaño del anuncio indicativo	6	86	1	14
Cantidad de anuncio indicativos por negocio	6	86	1	14
Altura del anuncio indicativo	7	100	0	0
Anuncios indicativos en algunos lugares prohibidos.	7	100	0	0

Los resultados obtenidos de la evaluación de la señalización indicativa en negocios locales muestran un cumplimiento generalmente alto con la legislación vigente. En el Parámetro 1, que evalúa el “Tamaño del anuncio indicativo”, se observó que un 86% de los anuncios cumplen con las dimensiones requeridas por la ley, mientras que un 14% no se ajusta a estos requisitos. Para el Parámetro 2, “Cantidad de anuncios indicativos por negocio”, los resultados fueron idénticos, con un 86% de cumplimiento y un 14% de incumplimiento en relación a la cantidad permitida de anuncios por negocio.

La predominancia bajo el Parámetro 3, que se centra en la “Altura del anuncio indicativo”, y el Parámetro 4, que verifica la colocación de “Anuncios indicativos en lugares prohibidos”, arrojó un cumplimiento total del 100% en ambos casos. Estos hallazgos indican una adherencia perfecta a las normativas que rigen la altura adecuada de los anuncios y su restricción en zonas prohibidas.

Se evidencia una conciencia significativa y un esfuerzo por parte de los propietarios de negocios para adherirse a las leyes de señalización, aunque aún se identifican áreas de mejora en términos de tamaño y cantidad de anuncios.

## DISCUSIÓN

La rotulación comercial es un elemento clave en la identificación de los negocios en todo el mundo. Sin embargo, existen diferencias significativas en la forma en que se aborda la misma en diferentes lugares y contextos. Portoviejo se ha caracterizado por ser una ciudad donde el sector comercial ha ido creciendo desmesuradamente, la necesidad por parte de los negocios de visibilizarse de una manera más llamativa, ha provocado un uso desmedido y desorganizado por parte de los propietarios en franco desconocimiento del impacto ambiental y visual que genera en los espacios públicos.

Santiago (2008) asevera que “el comercio es una de las causas más importantes de contaminación visual” (p.14). De acuerdo al análisis realizado se pudo observar en Portoviejo una amplia variedad de rótulos comerciales en las fachadas de los edificios que incumplen con la normativa vigente, estos elementos generan una sobrecarga de información en los espacios públicos, causando distracción y dificultando la identificación de otros elementos importantes en el entorno urbano.

La Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado (GAD Municipal del Cantón Portoviejo, 2016), proporciona de manera genérica e insuficiente una regulación, manejo y control de los rótulos comerciales provocando todo lo anterior mencionado.

De acuerdo al estudio realizado sobre ordenanzas que traten el tema de la contaminación visual en el contexto Latinoamericano, existen casos como el de la ciudad de Sao Paulo, Brasil, donde se implementó en el año 2006 de manera estricta la Ley No. 14.223/2006 conocida como Ley Ciudad Limpia, con el fin de regular la contaminación visual, misma que tuvo un impacto a nivel mundial por su efectividad, aunque la sociedad paulista fue pionera en este sentido, a partir de ahí varias ciudades brasileras siguieron su ejemplo para regular de manera eficiente la contaminación visual a nivel normativo. La ciudad de Londrina en Brasil, es una muestra de ello, donde en el año 2010 se aprobó la Ley Municipal No. 10.966 (2010).

En base al análisis realizado en la ciudad de Londrina la regulación de la rotulación comercial es más ordenada y entendible, cabe resaltar que también han adoptado una política

más restrictiva con el fin de reducir la contaminación visual. Es importante reconocer que la rotulación comercial puede tener un impacto significativo en la imagen de una ciudad y en la forma en que se percibe por los visitantes y residentes. Por lo tanto, es esencial encontrar un equilibrio entre la identificación de los negocios locales y la preservación arquitectónica de la ciudad.

En tal sentido las diferencias entre Portoviejo y Londrina en lo tocante a la aplicación de normativas para reducir la contaminación visual, pueden obedecer a factores de tipo culturales, económicos, políticos entre

otros. La implementación de un brochure didáctico e informativo sobre la normativa de la rotulación comercial en una ciudad puede ser una herramienta efectiva para informar y concientizar a la población sobre la importancia de mantener un entorno urbano limpio y ordenado.

## CONCLUSIONES

El estudio comparativo identificó aspectos clave para abordar la contaminación visual en entornos urbanos. A través de un análisis minucioso entre las regulaciones de Londrina, Brasil, y Portoviejo, Ecuador, se evidenciaron similitudes y diferencias, subrayando la importancia de una gestión adecuada para proteger tanto el paisaje urbano como a sus habitantes.

Se destaca que los rótulos comerciales deben cumplir su única función primordial que es la de identificar negocios o establecimientos, evitando ser utilizados de manera excesiva con propósitos publicitarios, como ocurre en Portoviejo. Al contrastar con la implementación de la Ley Ciudad Limpia en Londrina se resalta la necesidad de una regulación similar y clara en Portoviejo. Es esencial establecer normativas que prioricen los aspectos técnicos antes que las consideraciones estilísticas en la planificación urbana, con el fin de garantizar un entorno seguro, armonioso y funcional.

## REFERENCIAS

- Arango, C. A., Rodríguez-Martínez, G., & Marroquín-Ciendúa, F. (2021). La contaminación visual en Bogotá: análisis de cargas visuales en localidades con alta estimulación publicitaria. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(2), 373-386. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n2.2021.12762>
- Borja, J. (2002). La ciudad como oferta y la innovación urbanística. En D. San Sebastián (Ed.). *Curso para la Agencia transfronteriza para el desarrollo de la eurociudad vasca*. Agrupación Europea de Interés Económico
- Céspedes, G. H. R. (2019). Caracterización de los elementos atípicos asociados a la contaminación visual del Espacio público urbano. En Congreso Colombiano y Conferencia Internacional de Calidad del Aire y Salud Pública. Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia. <https://n9.cl/n1rnm>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449. [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Costa, J. (1999). *Publicidad y diseño*. Ediciones Infinito.
- GAD Municipal del Cantón Portoviejo. (2016). Ordenanza que Regula la Instalación de Medios Publicitarios y Propaganda Electoral en el Espacio Público y Privado. [http://online.portoviejo.gob.ec:9090/ordenanzas/b\\_ordenanza.down?id\\_archivo=1565](http://online.portoviejo.gob.ec:9090/ordenanzas/b_ordenanza.down?id_archivo=1565)
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente*. Ediciones infinito.
- Hanks, K., & Belliston, L. (2002). *El dibujo: la imagen como medio de comunicación*. Editorial Trillas.
- Ley Municipal n. 10.966 [Ley Ciudad limpia]. (2010, 29 de julio) Dispõe sobre a ordenação dos anúncios que compõem a paisagem urbana do Município de Londrina. <https://www1.cml.pr.gov.br/leis/2010/web/LE109662010consol.html>
- Ley No. 14.223/2006 [Ley Ciudad limpia]. (2006, 26 de septiembre). Dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo. <https://n9.cl/i9zr9>
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual*. Editorial Gustavo Gili. [https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228667\\_inside.pdf](https://editorialgg.com/media/catalog/product/9/7/9788425228667_inside.pdf)
- Muñoz, M. A. B. (2004). *Merchandising: cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial*. Esic Editorial.
- Naciones Unidas. (2014). Más de la mitad de la población vive en áreas urbanas y seguirá creciendo. <https://www.un.org/es/desa/world-urbanization-prospects-2014>
- Organización de Naciones Unidas. [ONU]. (2015). *Objetivos y metas de desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
- Rojas, S. S. (2019). Confort visual en los espacios de uso público de la ciudad de san juan. *ACTAS-Jornadas de Investigación*, 2412-2425. <https://www.publicacionescientificas.fadu.uba.ar/index.php/actas/article/view/1174>
- Santiago, J. E. (2008). La contaminación visual en Venezuela. *Geominas*, 36(47), 184-189.
- Segovia, O. & Jordán, R. (2005). Espacios públicos urbanos, pobreza y construcción social. N° 122. Serie medio ambiente y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5660>
- Sullivan, L. H. (1896). The tall office building artistically considered. *Lippincott's Magazine*, 57(334), 403-409. <https://www.giarts.org/article/tall-office-building-artistically-considered-excerpt>

**Conflictos de interés:**

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

**Contribución de los autores:**

Anthony Luis Alava Delgado, Kenny Jaritza Quijije Mendoza, Orlando Rafael Lazo Pastó y Rauny Javier Limonta Más: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, supervisión, validación, visualización, redacción del borrador original y redacción, revisión y edición.

**Descargo de responsabilidad/Nota del editor:**

Las declaraciones, opiniones y datos contenidos en todas las publicaciones son únicamente de los autores y contribuyentes individuales y no de Revista San Gregorio ni de los editores. Revista San Gregorio y/o los editores renuncian a toda responsabilidad por cualquier daño a personas o propiedades resultantes de cualquier idea, método, instrucción o producto mencionado en el contenido.