

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

“LA EFECTIVIDAD DE LA LEY DE VALLAS PUBLICITARIAS EN GUATEMALA: PROBLEMÁTICA DE SU APLICACIÓN EN LA PROPIEDAD PRIVADA Y SUS CONSECUENCIAS COMO FUENTE DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN GUATEMALA, IMPEDIMENTOS MUNICIPALES PARA HACER EFECTIVA DICHA LEY”
TESIS DE GRADO

FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ
CARNET 10379-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

“LA EFECTIVIDAD DE LA LEY DE VALLAS PUBLICITARIAS EN GUATEMALA: PROBLEMÁTICA DE SU APLICACIÓN EN LA PROPIEDAD PRIVADA Y SUS CONSECUENCIAS COMO FUENTE DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN GUATEMALA, IMPEDIMENTOS MUNICIPALES PARA HACER EFECTIVA DICHA LEY”

TESIS DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

POR

FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE

LOS TÍTULOS DE ABOGADA Y NOTARIA Y EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

DECANO: DR. ROLANDO ESCOBAR MENALDO
VICEDECANA: MGTR. HELENA CAROLINA MACHADO CARBALLO
SECRETARIO: LIC. CHRISTIAN ROBERTO VILLATORO MARTÍNEZ
DIRECTOR DE CARRERA: LIC. ERICK MAURICIO MALDONADO RÍOS
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. JUAN FRANCISCO GOLOM NOVA
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA BELEN PUERTAS CORRO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. CLAUDIA ANNABELLA ESTRADA VÁSQUEZ DE GONZÁLEZ

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. JOSÉ JORGE ALVA HERRERA

M.A. Claudia Annabella Estrada Vásquez
Abogado y Notario

Guatemala, 6 de septiembre 2017.

Señores
Miembros del Consejo
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad Rafael Landívar
Ciudad

Honorables Miembros del Consejo:

Me dirijo a ustedes con el objeto de hacer de su conocimiento que, de acuerdo con el nombramiento recaído en mi persona como asesor de tesis del trabajo de tesis titulado **“LA EFECTIVIDAD DE LA LEY DE VALLAS PUBLICITARIAS EN GUATEMALA: PROBLEMÁTICA DE SU APLICACIÓN EN LA PROPIEDAD PRIVADA Y SUS CONSECUENCIAS COMO FUENTE DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN GUATEMALA, IMPEDIMENTOS MUNICIPALES PARA HACER EFECTIVA DICHA LEY”** elaborado por la estudiante **FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ carnet 10379-10**.

Luego de efectuada la revisión, se sugirieron algunas correcciones. La alumna, cumplió con presentar las correcciones dentro del plazo establecido en el Instructivo de Tesis de la Facultad. En tal virtud, considero que el contenido de la tesis referida se encuentra estructurado conforme a los requerimientos y regulaciones existentes en la Universidad Rafael Landívar.

Por lo expuesto, emito **DICTAMEN FAVORABLE**, a favor del trabajo de tesis investigado y elaborado por **FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ carnet 10379-10** a efecto de que continúe con los procedimientos establecidos por la Universidad Rafael Landívar, toda vez que dicho trabajo es apto.

Habiendo cumplido con la designación encomendada por esta Facultad, me suscribo con muestras de mi consideración y respeto.

Atentamente,


Lcda. Claudia Annabella Estrada Vásquez, M.A.
Abogada y Notaria

José Jorge Alva Herrera
Abogado y Notario

Guatemala, 8 de noviembre del 2017

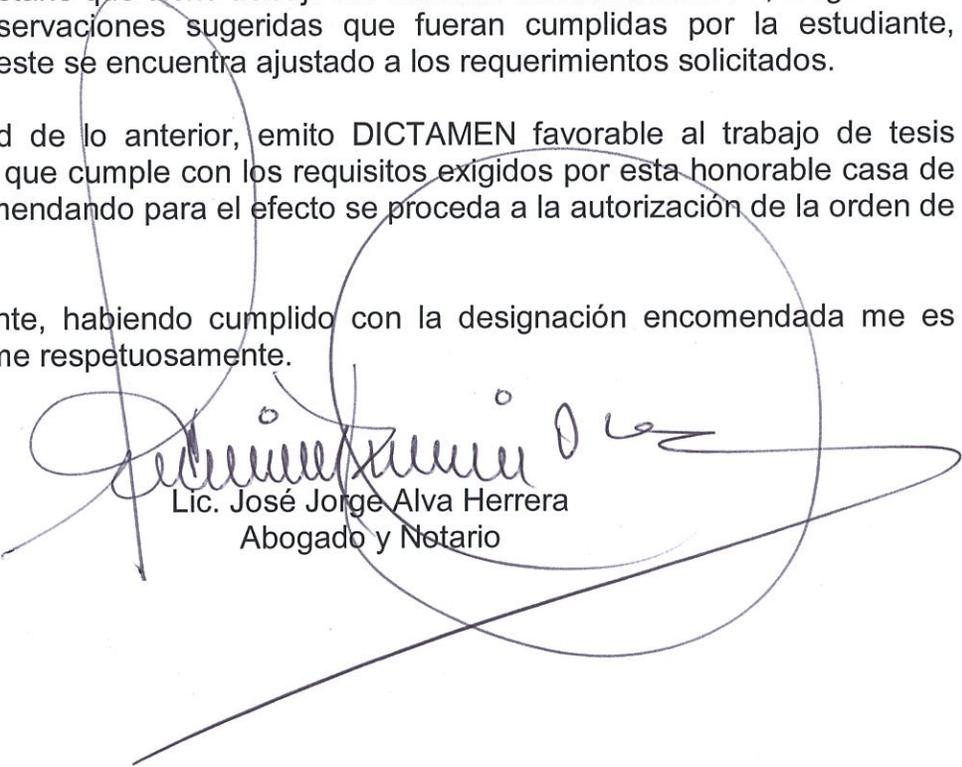
Señores
Miembros del Consejo
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad Rafael Landívar
Presente.

Respetables Miembros del Consejo:

En cumplimiento a la designación como Revisor de Fondo y Forma del trabajo de Tesis desarrollado por la estudiante FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ, carne número 1037910, titulado **“LA EFECTIVIDAD DE LA LEY DE VALLAS PUBLICITARIAS EN GUATEMALA: PROBLEMÁTICA DE SU APLICACIÓN EN LA PROPIEDAD PRIVADA Y SUS CONSECUENCIAS COMO FUENTE DE CONTAMINACION VISUAL EN GUATEMALA, IMPEDIMENTOS MUNICIPALES PARA HACER EFECTIVA DICHA LEY”**, me permito manifestarle que dicho trabajo fue revisado detenidamente. Y, luego de los cambios y observaciones sugeridas que fueran cumplidas por la estudiante, considero que este se encuentra ajustado a los requerimientos solicitados.

En virtud de lo anterior, emito DICTAMEN favorable al trabajo de tesis relacionado ya que cumple con los requisitos exigidos por esta honorable casa de estudios, recomendando para el efecto se proceda a la autorización de la orden de impresión.

Finalmente, habiendo cumplido con la designación encomendada me es grato suscribirme respetuosamente.



Lic. José Jorge Alva Herrera
Abogado y Notario



Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado de la estudiante FERNANDA STEPHANIE CONTRERAS GONZÁLEZ, Carnet 10379-10 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES, del Campus Central, que consta en el Acta No. 07754-2017 de fecha 8 de noviembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

“LA EFECTIVIDAD DE LA LEY DE VALLAS PUBLICITARIAS EN GUATEMALA:
PROBLEMÁTICA DE SU APLICACIÓN EN LA PROPIEDAD PRIVADA Y SUS
CONSECUENCIAS COMO FUENTE DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN GUATEMALA,
IMPEDIMENTOS MUNICIPALES PARA HACER EFECTIVA DICHA LEY”

Previo a conferírsele los títulos de ABOGADA Y NOTARIA y el grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 8 días del mes de noviembre del año 2017.

MGTR. HELENA CAROLINA MACHADO CARBALLO, VICEDECANA
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
Universidad Rafael Landívar



DEDICATORIA

A DIOS:

Porque nada podría hacer fuera de Él, ha sido el motor de mi vida y El ha sido quién me ha permitido cumplir cada uno de mis sueños y metas conforme a su voluntad.

A MI PAPÁ:

Por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, por motivarme cada día a realizarme como profesional y enseñarme que todo en la vida se logra de la mano de Dios con mucha perseverancia, esfuerzo y valentía.

A MI FAMILIA:

Por estar conmigo en esta etapa tan importante en mi vida y poder compartir esta alegría tan grande de ser una profesional.

A MIS AMIGOS:

Por el apoyo, la comprensión y por sus oraciones que me ayudaron a cumplir el sueño de ser una profesional.

RESPONSABILIDAD: “La autora será la única responsable del contenido y conclusiones de la presente tesis”.

LISTADO DE ABREVIATURAS

INDERENA	Instituto de Recursos Naturales
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
CACIF	Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras
PMPA	Presupuestos Mínimos de Protección Ambiental

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación pretende analizar la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, decreto 34-2003; y en específico abarcar la falta de regulación legal en la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada, toda vez que ello resulta ser una fuente generadora de contaminación visual ciudadana, provocando consecuencias ambientales y humanas.

La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares entro en vigencia en el año 2003, regulando dentro de sus disposiciones la obligación de crear un reglamento a través del Organismo Ejecutivo. Ahora bien, no solamente ha sido la falta de dicho reglamento, sino también el hecho de que la ley no establece disposiciones claras y precisas, lo que impide que esta Ley pueda ser efectivamente aplicada por las municipalidades. Razón suficiente para la realización de la presente investigación con el fin de buscar soluciones a esta problemática.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

CAPÍTULO 1

MEDIO AMBIENTE Y CONTAMINACIÓN

1.1 Antecedentes Históricos	4
1.2 Medio Ambiente	7
1.1.2 Definición	7
1.3 Contaminación	8
1.3.1 Definición	8
1.3.2 Clasificación	9
1.4 Visión Jurídica del Ambiente	18
1.4.1 Lo Urbano- ambiental	19
1.4.2 El Paisaje	21
1.5 Presupuestos Mínimos de Protección Ambiental	22

CAPITULO 2

CONTAMINACIÓN VISUAL

2.1 Definición	24
2.2 Antecedentes	25
2.3 Clases	27
2.4 Contaminación Visual en Guatemala	28
2.4.1 Causas	28
2.4.2 Consecuencias	29
2.4.3 Legislación que regula la contaminación visual en Guatemala	32

CAPITULO 3

LEY DE ANUNCIOS EN VÍAS URBANAS, VÍAS EXTRAURBANAS Y SIMILARES, DECRETO 34-2003, SU APLICACIÓN E IMPEDIMENTOS

3.1 Antecedentes	34
------------------	----

3.2 Estructuración	36
3.3 Competencia	39
3.4 Aplicación	39
3.5 Sanciones y multas	42
3.6 Efectividad o ineffectividad en su aplicación e impedimentos	43

CAPITULO 4

LA COLOCACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS EN PROPIEDAD PRIVADA COMO FUENTE DE CONTAMINACIÓN VISUAL EN GUATEMALA

4.1 Problemática	55
4.2 Consecuencias	60
4.3 Falta de regulación en La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003	61

CAPÍTULO 5

PRESENTACIÓN, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Síntesis y análisis de los resultados obtenidos	64
---	----

CONCLUSIONES	73
---------------------	-----------

RECOMENDACIONES	76
------------------------	-----------

REFERENCIAS	77
--------------------	-----------

ANEXOS	81
---------------	-----------

INTRODUCCIÓN

El Decreto 34-2003, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares entró en vigencia el 27 de junio del año 2003, estableciendo como objeto, regular la colocación de anuncios o rótulos en vías urbanas, extraurbanas y similares que promoviesen la comercialización de bienes o prestación de servicios en toda la República. Esto motivado por la necesidad de emitir un nuevo cuerpo normativo que estableciera disposiciones apegadas a la realidad nacional.

No existe otra norma en Guatemala más que el decreto 34-2003 que busque disminuir la contaminación ambiental y visual provocada por la mala colocación de anuncios y vallas publicitarias en los espacios.

El problema de la contaminación hoy en día ha aumentado la preocupación por parte de la sociedad y del Estado. Sin embargo es bastante común hablar sobre los tipos de contaminación como lo es la contaminación atmosférica, contaminación hídrica, contaminación por basura, etc., pero no lo es que en Guatemala se hable acerca de la contaminación visual, incluso a pesar de ser uno de los tipos de contaminación más visibles y al cual se afronta día con día cualquier ciudadano común y corriente.

La contaminación visual es todo cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes.

En Guatemala la más grande fuente de contaminación visual se puede decir que lo constituye la colocación masiva de anuncios y vallas publicitarias, es evidente que en la actualidad resulta casi imposible caminar por las calles de la ciudad sin encontrarla plagada de rótulos que pueden provocar distracciones a los peatones y conductores en las vías públicas. Es por esta razón que surge la importancia de estudiar la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares.

En esta investigación se plantean las preguntas: ¿Qué problemática ostenta la ley de vallas publicitarias en Guatemala como resultado de la falta de regulación y aplicación en la propiedad privada? ¿Cuál es el impacto que causa como fuente de contaminación visual? y ¿Qué impedimentos municipales se presentan para hacer efectiva dicha ley?

Este trabajo tiene como objetivo general, determinar la necesidad de reformar la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003, como resultado de su inaplicación especialmente en la propiedad privada; y como objetivos específicos:

- A. Realizar un análisis crítico de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003 y su aplicación;
- B. Comprobar las consecuencias que ocasiona la falta de regulación de la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada en Guatemala, y el impacto que causa en el medio ambiente como una fuente directa de contaminación visual;
- C. formular los impedimentos que surgen en las municipalidades para hacer efectiva la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003; y
- D. Proponer la necesidad de crear una reforma y/o solución inmediata para resolver el problema planteado en la investigación.

Todo esto teniendo como elementos de estudio el medio ambiente y la contaminación, específicamente la visual y sus consecuencias, así también la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares juntamente con el trabajo realizado por la municipalidad de Guatemala para aplicar dicha Ley.

El alcance de la investigación pretende llevar a cabo un análisis a profundidad de la problemática de la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada como fuente de contaminación visual en Guatemala, estableciendo los

impedimentos municipales para hacer efectiva la Ley de anuncios, con el fin de adquirir comprensión y concientización a la población sobre este tema, mismo que en la actualidad resulta ser perjudicial para lograr el fin constitucional de vivir en un ambiente equilibrado y digno.

Este trabajo comprende una investigación de tipo jurídico descriptiva y del tipo jurídico propositiva; es decir que se pretenderá primeramente estudiar la problemática que atañe la inefectiva aplicación de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, provocando con ello un impacto en la contaminación visual en Guatemala; así como la realización de un análisis a profundidad de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares determinando sus fallas o lagunas legales, y proponiendo una solución inmediata o bien una reforma a dicha ley.

Su principal aporte es dar a conocer a profundidad el problema descrito, el cual ha sido poco analizado pero que reviste alta importancia para concientizar al sistema municipal y a los ciudadanos del impacto que causa la contaminación visual como consecuencia de la inexistencia de una normativa clara y objetiva, en cuanto a la colocación de anuncios en el área privada.

CAPITULO 1

Medio Ambiente y Contaminación

1.1 Antecedentes Históricos

A lo largo de los años, el desgaste ambiental producto de políticas económicas de desarrollo que se mostraban indiferentes a las repercusiones negativas en los ambientes y en las condiciones de vida del ser humano, fue una problemática que resulto difícil de ignorar para la humanidad, dando origen a una preocupación entre países y gobiernos de todo el mundo para abordar este tema, reconociendo así mismo que el cuidado del medio ambiente es una responsabilidad de todos, un conflicto que únicamente puede ser abordado con el apoyo de todos y cada uno de los seres humanos de este planeta.¹

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano celebrada en Estocolmo (Suecia) en el año de 1972, fue la que marcó en el mundo y en Guatemala, un punto de partida hacia la protección y conservación del medio ambiente.²

Por primera vez en toda la historia, los altos representantes y delegados de los gobiernos mundiales se comprometieron a promover una solución para la crisis ambiental, reconociendo su responsabilidad en la problemática ambiental mundial. Nacieron propuestas, soluciones y figuras administrativas, que fueron plasmadas en la ya conocida declaración de principios de Estocolmo; suscribiéndose a ésta, el gobierno de Guatemala y comprometiéndose a cumplir con lo que fue acordado.³

¹ Blog Ambientalista. Miranda, Elisa. Antecedentes Históricos del Derecho Ambiental Guatemalteco. Guatemala. 2013. http://elisa-miranda-ambiental.blogspot.com/2013/02/antecedentes-historicos-delderecho_19.html#!/2013/02/antecedentes-historicos-del-derecho_19.html. 1 de mayo del año 2017.

² *Loc. Cit.*

³ *Loc. Cit.*

Fue entonces, en el año 1973, que el Presidente de la República, el General Carlos Manuel Arana Osorio, con el fin de cumplir con una de las recomendaciones acordadas en la Conferencia de Estocolmo, con relación a crear un instrumento adecuado para planificar, coordinar y ejecutar un plan nacional para conservar y mejorar el medio ambiente, creó una Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano, por Acuerdo Gubernativo de fecha 3 de mayo de 1973.⁴

Esta comisión fue integrada por los Ministros de Salud Pública y Asistencia Social, de Comunicaciones y Obras Públicas (actualmente también de transportes), de Agricultura (actualmente también de Ganadería y Alimentación), de Relaciones Exteriores, de Gobernación y de la Defensa Nacional; sus miembros se encontraban facultados para dictar las medidas convenientes con el fin de resolver la problemática ambiental del país. Seguidamente se declaró de urgencia nacional la contaminación del medio ambiente en todo el territorio guatemalteco.⁵

El 20 de enero de 1975, el Presidente de la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano acordó crear, por Acuerdo Ministerial, la “Comisión Asesora del Presidente de la Comisión Ministerial encargada de la Conservación y Mejoramiento del Medio Humano”.⁶

En octubre de 1976, dicha comisión presentó un anteproyecto de la “Ley de Conservación y Mejoramiento del Medio Ambiente”, enviándose por parte del Ministro de Gobernación y por el Presidente de dicha Comisión Ministerial, a cada uno de los ministerios de Estado que integraron dicha Comisión, haciendo cada uno de éstos, pronunciamientos, recomendaciones y sugerencias que fueron tomadas en consideración; así mismo se agregó el estudio realizado por el jurista

⁴ *Loc. Cit.*

⁵ *Loc. Cit.*

⁶ *Loc. Cit.*

y Doctor Barrera Méndez, integrante del Instituto de Recursos Naturales (INDERENA) de la República de Colombia, enviado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA); lo cual permitió ampliar y mejorar el anteproyecto.⁷

En mayo de 1979, finalmente se presentó el proyecto al Ministro de Gobernación y presidente de la Comisión, elevándose al Presidente de la República; y el 2 de octubre de 1979 fue remitido al Congreso de la República como iniciativa de ley, en donde fue estudiado, discutió y aprobado en la tercera lectura. Dicho congreso fue disuelto el 23 de marzo de 1982, haciéndose algunos otros cambios sugeridos por iniciativa privada del Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras (CACIF).⁸

El 14 de enero de 1986 entro en vigencia el artículo 97 de la Constitución Política de la República, el cual establece que: “El Estado, las municipalidades y los habitantes del territorio nacional están obligados a propiciar el desarrollo social, económico y tecnológico que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el equilibrio ecológico. Se dictarán todas las normas necesarias para garantizar que la utilización y el aprovechamiento de la fauna, de la flora, de la tierra y del agua, se realicen racionalmente, evitando su depredación”. Este hecho fue determinante para que el 6 de marzo del año 1986, se presentara el ultimo anteproyecto de la Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente, el cual finalmente fue aprobado y publicado el 19 de diciembre del año 1986. La Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente, Decreto número 68-86 del Congreso de la República, fue el ordenamiento jurídico que marco el punto de partida de la gama de leyes que conforman el Derecho Ambiental en Guatemala, dedicadas a la protección del medio ambiente y a la prevención y erradicación de todas las fuentes de contaminación que puedan perjudicar al mismo.⁹

⁷ *Loc. Cit.*

⁸ *Loc. Cit.*

⁹ *Loc. Cit.*

1.2 Medio Ambiente

1.2.1 Definición

El Diccionario de la Lengua Española define el Medio Ambiente como el “conjunto de circunstancias físicas que rodean a los seres vivos”.¹⁰

Michael Allby define el medio ambiente como “las condiciones químicas, físicas y biológicas que rodean un organismo, comprendiendo como tal organismo a toda entidad de orden animal y vegetal existente incluyendo al hombre”.¹¹

Otra definición de Medio Ambiente la encontramos en la legislación guatemalteca; el Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental, acuerdo gubernativo número 431-2007, define al Medio ambiente como “el sistema de elementos bióticos, abióticos, socioeconómicos, culturales y estéticos que interactúan entre sí, en permanente modificación por la acción humana o natural, y que afectan o influyen sobre las condiciones de vida de los organismos, incluyendo al ser humano”.¹²

El autor Travis Wagner, en su libro “Contaminación Causas y Efectos”, también define al “Ambiente” por sí solo como “las condiciones físicas, químicas y biológicas de la región en la que vive un organismo”.¹³

De los conceptos anteriores, se puede decir que el Medio Ambiente consiste en el conjunto de elementos, circunstancias y condiciones biológicas, químicas, físicas, sociales, culturales y económicas que se encuentran directamente relacionados

¹⁰ Medio Ambiente. *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid, España. Espasa. 2014. 23ª. Edición.

¹¹ Díaz Garzona, Silvia Paola. *Derecho Ambiental en Guatemala, leyes que tipifican los delitos contra el ambiente*. Guatemala. 2013. Pág. 3.

¹² El Presidente de la República. Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental, Acuerdo Gubernativo Número 431-2007. Artículo 3.

¹³ Wagner Travis. *Contaminación, causas y efectos*. Primera Edición. México. 1996. Pág. 19

con todo ser viviente y que al interactuar entre sí, acarrear como resultado una alteración en las condiciones de vida.

Por mucho tiempo el Medio Ambiente se ha estudiado de manera separada de la humanidad, y es esto lo que ha provocado una decreciente salud en el planeta tierra; sin embargo, actualmente, con el pasar de los años, la sociedad ha logrado tomar conciencia, del nivel de dominio que el ser humano puede llegar a ejercer en el ambiente, y de cómo su intervención en el medio ambiente puede alcanzar efectos tanto positivos como negativos.¹⁴ El estudio y la concienciación del Medio Ambiente resulta ser de gran importancia para que el ser humano pueda contar con óptimas condiciones de vida y fomentar la sana convivencia entre el hombre y su ambiente exterior.

1.3 Contaminación

1.3.1 Definición

El Ministerio de Salud pública y Asistencia Social de Guatemala, define la contaminación como: “la presencia en el medio ambiente de uno o más contaminantes, o cualquier combinación de ellos, que perjudiquen o molesten la vida, la salud y el bienestar humano, la flora y fauna o degraden la calidad del aire, agua, de la tierra, de los bienes, de los recursos de la Nación en general”.¹⁵

Para Edna Rossana Martínez, la contaminación es “la alteración directa o indirecta de las propiedad radiactivas, biológicas, térmicas o físicas de una parte cualquiera del medio ambiente que puede crear un efecto nocivo o potencialmente nocivo para la salud, supervivencia o bienestar de cualquier especie viva”.¹⁶

¹⁴ *Ibíd.*, Pág. 20.

¹⁵ Díaz Garzona, Silvia Paola. *Óp. Cit.* 2013. Pág. 16.

¹⁶ Martínez Solórzano, Edna Rossana. *Apuntes de Derecho Ambiental*. Tercera Edición. Guatemala. 2009. Pág. 13.

También se puede definir la contaminación como la presencia en el ambiente, por acción del hombre, de cualquier sustancia química, objetos o partículas, microorganismos, formas de energía o componentes del paisaje urbano o rural, en niveles o proporciones que alteren negativamente el ambiente y/o amenacen la salud humana, animal o vegetal, o los ecosistemas.¹⁷

La contaminación es la alteración del estado natural de un medio debido a la introducción en él de un agente que no pertenece a él, o que si pertenece al mismo pero en proporciones menores. Existe pues la contaminación, cuando en un ambiente encontramos agentes físicos, químicos o biológicos, que alteran el equilibrio ambiental siendo nocivos para la salud, la seguridad y para el bienestar de la población, y en algunos casos para la vida vegetal o animal de los ecosistemas.¹⁸

Se podría concluir entonces en que contaminación es toda modificación, alteración, transgresión, etc., que se haga de manera directa o indirecta específicamente al ambiente bajo cualquier circunstancia, y por medio de la utilización de cualquier medio que causen un perjuicio a la vida, a la salud, a la convivencia y bienestar entre el ser humano y su ambiente, como lo es la flora y fauna y todos los recursos naturales y ambientales.

1.3.2 Clasificación

La contaminación se clasifica de conformidad con sus características y los medios que afecta.

¹⁷ Contraloría General de la República de Panamá.
<https://www.contraloria.gob.pa/inec/Archivos/P2891conceptos.pdf>. 1 de mayo del año 2017.

¹⁸ Contaminación Ambiental.net. *Contaminación Ambiental*. 2017.
<http://contaminacionambiental.net/contaminacion-ambiental/>. 1 de mayo del año 2017.

Dentro de los distintos tipos de contaminación se puede mencionar los siguientes:

A. Contaminación atmosférica

La contaminación atmosférica, también conocida como contaminación del aire, consiste en la perturbación en la atmosfera de la tierra, provocado por partículas, materiales o productos nocivos que alteran las características naturales del aire y tienen impactos negativos en el medio ambiente y en los seres vivos, alterando así mismo el sistema natural de gases necesarios para mantener un equilibrio ambiental en el planeta, contribuyendo de la misma manera al calentamiento global.¹⁹

Este tipo de contaminación se puede apreciar más gravemente en las grandes ciudades desarrolladas en industria y tecnología, rodeadas de gases producidos por la combustión de vehículos, el smog, gases tóxicos, entre otros.²⁰

Se podría decir que este tipo de contaminación puede manifestar consecuencias tan graves, que pueden terminar con la muerte, ya que el oxígeno es un elemento vital para la supervivencia del ser humano, y toda vez la calidad del aire es alterada de manera nociva puede afectar gravemente la salud.²¹

B. Contaminación hídrica

La contaminación del agua se conoce como contaminación hídrica, este tipo de contaminación se origina cuando contaminantes se introducen directa o indirectamente en los componentes del agua conteniendo sustancias toxicas, bacterias y microorganismos, lo que pone en peligro a la flora, a la fauna y a los seres humanos. Comúnmente se suele pensar que toda agua clara es agua limpia, sin embargo en ocasiones es difícil distinguir cuando el agua se encuentra

¹⁹ BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. *Contaminación Atmosférica*. 2014.

<http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-atmosferica/>. 1 de mayo del año 2017

²⁰ *Loc. Cit.*

²¹ *Loc. Cit.*

contaminada, y es por esta razón que los científicos deben de afianzarse de estudios y técnicas especiales para poder llegar a comprobar la calidad del agua y su pureza; sin embargo la afectación en el agua causada por contaminantes suele ser más evidente cuando se encuentra basura en su superficie, o cuando el color del agua resulta ser más oscuro de lo normal y posee un olor desagradable.²²

La contaminación del agua o contaminación hídrica puede ser provocada por fuentes naturales o fuentes humanas. Las primeras afectan a un menor grado y con una menor frecuencia, y pueden ser provocadas por petróleo y gas natural que se filtra en océanos y lagos subterráneamente, también se produce con la proliferación de algas o cuando suceden desastres naturales que con partículas extrañas contaminan el agua, sin embargo su incidencia puede ser tan grave como la provocada por acciones humanas.²³

Las fuentes de contaminación hídrica humana afectan a un mayor grado y son producidas por actividades agrícolas o industriales, por sustancias químicas peligrosas, por basura, petróleo e incluso es común la afectación del agua causada por productos y sustancias de uso cotidiano humano y desechos animales que son vertidos en ríos y mares.²⁴

Los efectos que la contaminación hídrica puede llegar a causar pueden ser desde una leve intoxicación, hasta problemas graves para la reproducción y enfermedades que afectan la salud humana como la fiebre tifoidea y el cólera.²⁵

²² BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. *Contaminación hídrica*. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-hídrica/>. 3 de mayo del año 2017

²³ *Loc. Cit.*

²⁴ *Loc. Cit.*

²⁵ *Loc. Cit.*

C. Contaminación del suelo

Este tipo de contaminación surge a causa del deterioro que sufre la superficie terrestre perdiendo una o más de sus funciones causado por un nivel de partículas, sustancias o materiales contaminantes que deterioran la misma. La contaminación del suelo puede ser causada por alteraciones en el ambiente natural del suelo o por manipulación del hombre en sus actividades agrícolas, industriales y domésticas, por el uso de pesticidas, desechos tóxicos vertidos en la superficie terrestre, absorción de aguas contaminadas, entre otras.²⁶

La contaminación en el suelo puede provocar como todos los otros tipos, daños en el ambiente natural y en el ser humano. Este tipo de contaminación principalmente daña a las plantas, las cuales tienen contacto directo con la superficie terrestre y a través de ésta reciben los componentes necesarios para su vida, sin embargo al contaminarse el suelo, las plantas absorben sus componentes tóxicos y mueren. La contaminación del suelo también puede llegar a tener serias repercusiones en los cultivos agrícolas, los cuales pueden llegar a manos del ser humano y causar afecciones en su salud por contener contaminantes tóxicos dentro de sus componentes.²⁷

D. Contaminación por basura

La contaminación por basura es el tipo de contaminación conformada por desechos sólidos o líquidos depositados y acumulados de manera que causan impactos negativos en el medio ambiente y provocan daños al suelo, aire y agua. Este tipo de contaminación es casi inevitable, ya que es el resultado de toda actividad humana y puede llegar a contaminar cualquier entorno incluyendo hogares y toda clase de espacios cerrados y abiertos. Este tipo de contaminación

²⁶ BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. *Contaminación del suelo*. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-del-suelo/>. 3 de mayo del año 2017

²⁷ *Loc. Cit.*

aumenta a la medida de crecimiento del número de habitantes y consumismo en un país o región.²⁸

Las principales fuentes de la contaminación por basura son los centros médicos, los comercios, las industrias y las casas. Comúnmente en países subdesarrollados no se cuenta con un sistema apto para evitar la propagación de la basura y su contaminación, y es por esta razón que su mal manejo puede perjudicar el equilibrio ecológico del medio ambiente y hasta la salud del ser humano, causando serias enfermedades al propagarse a través del suelo, aire y agua.²⁹

E. Contaminación radiactiva

Esta clase de contaminación también conocida como contaminación nuclear se origina por el esparcimiento o difusión de partículas radioactivas en el medio ambiente por accidentes humanos, por el uso de materiales nucleares o por la disposición final deliberada de los residuos. Dentro de los contaminantes radioactivos más nocivos son el uranio enriquecido y el plutonio. El uranio enriquecido es el que comúnmente se da en procedimientos médicos y científicos, sin embargo la exposición a la radiación de esta clase puede llegar a provocar enfermedades en los riñones, en el hígado y en el cerebro, basta con aislar los elementos radiactivos por el paso de horas, días o meses, para que sus efectos no contaminen en el ambiente o no dañen al ser humano. El plutonio por el contrario puede llegar a ser tan toxico que es necesario el paso de miles de años para que sus contaminantes desaparezcan; un ejemplo de este es el combustible nuclear.³⁰

La contaminación radiactiva puede ser considera el tipo de contaminación más peligrosa para los seres vivos ya que el contacto directo que pueda tenerse con la

²⁸ BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. *Contaminación por basura*. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-por-basura/>. 3 de mayo del año 2017

²⁹ *Loc. Cit.*

³⁰ Inspiration. *Contaminación Radiactiva*. Madrid. <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/contaminacion/tipos-de-contaminacion/contaminacion-radioactiva>. 3 de mayo del año 2017.

misma produce efectos y consecuencias inmediatas. Si una persona se expone a la contaminación radiactiva de bajo nivel o de nivel medio puede tener como consecuencias mínimas la caída del pelo y más gravemente puede llegar a padecer enfermedades como el cáncer, defectos genéticos o degenerativos, la leucemia; si una persona se expone a la radiación de alto nivel ésta puede llegar a provocar incluso la muerte.³¹

F. Contaminación genética

La contaminación genética es la clase de contaminación que busca modificar o alterar genes creando nuevas clases de genes; ésta descomposición genética es hecha comúnmente en animales y plantas.³²

Este tipo de contaminación aunque trae consigo consecuencias al ser humano, es permitido por los estados y gobiernos ya que la mayoría de veces se ignoran las consecuencias que esta pueda acarrear, como lo son alergias, intoxicaciones, intolerancias, e incluso puede causar que una persona se convierta inmune a cierto antibiótico y convirtiendo algunas enfermedades en difíciles de tratar.³³

Aunque las modificaciones genéticas han traído avances en estudios científicos en donde incluso se ha logrado prolongar la vida de ciertas plantas, su práctica ha causado afecciones en el consumidor, ya que el mismo no tiene la certeza de consumir un producto natural o un producto alterado genéticamente e incluso si ello puede llegar a afectar su salud.³⁴

³¹ *Loc. Cit.*

³² Contaminación Ambiental. *Contaminación Genética*. 2014.
<https://contaminacionambiental.info/la-contaminacion-genetica/>. 3 de mayo del año 2017.

³³ *Loc. Cit.*

³⁴ *Loc. Cit.*

G. Contaminación electromagnética

La contaminación electromagnética se origina a través de emisiones electromagnéticas generadas por uno o varios focos de una o de varias frecuencias. Este fenómeno se produce mayormente en el área urbana de las ciudades mediante ondas generadas por televisión, radios y telefonías, produciendo efectos que pueden provocar graves puntos de riesgo. Es todo esto lo que actualmente ha modificado el medioambiente electromagnético natural en el que el ser humano se desenvuelve. Hoy en día resulta casi imposible encontrar un perímetro totalmente libre de ondas electromagnéticas.³⁵

La contaminación electromagnética suele ser difícil de descifrar, y el alcance que esta puede llegar a tener es ilimitado, debido a que nuestro entorno se encuentra sometido a una inmensidad de campos electromagnéticos originados por teléfonos móviles, conexiones de wifi, aparatos eléctricos, entre otros. Todo esto, provoca que a la población humana le resulte casi imposible desistir de dispositivos generadores de contaminación electromagnética, ya que se ha convertido en una necesidad humana cotidiana y la implementación de estas innovadoras tecnologías jamás ha previsto las repercusiones que ellas pueden causar en la salud y en el ecosistema del planeta tierra.³⁶

Los efectos del exceso de ondas electromagnéticas pueden llegar a ser gravemente patológicos, dependiendo del tiempo ante el cual se expone a una persona dentro del mismo, pueden llegar a afectar la salud humana incitando a que nazcan trastornos y enfermedades, que en ocasiones son graves, arrastrándolas durante años, sin encontrar que la verdadera raíz del problema anuda en la contaminación electromagnética.³⁷

³⁵ Fundación Vivo Sano. *¿Qué es la contaminación electromagnética?* Madrid. 2016. http://www.vivosano.org/es_ES/Informaci%C3%B3n-para-tu-salud/Entorno-y-Medio-ambiente/Contaminacion-Electromagnetica/-Que-es-la-contaminacion-electromagnetica-.aspx. 3 de mayo del año 2017.

³⁶ *Loc. Cit.*

³⁷ *Loc. Cit.*

H. Contaminación térmica

La contaminación térmica se ocasiona con el descenso o el incremento de la temperatura, alterando así la calidad del aire o del agua y afectando negativamente el medio ambiente y a los seres vivos.

El descenso o el incremento de la temperatura o del agua puede ser causada naturalmente por cambios drásticos en la misma, o por acciones del hombre como lo es la tala de árboles y Las centrales termoeléctricas, las cuales para generar energía transforman en calor el combustible utilizado y se sitúan cerca de grandes ríos o lagos para su funcionamiento.³⁸

La contaminación térmica tiene consecuencias perjudiciales que no solamente afectan la salud y el bienestar de los seres humanos y los demás seres vivos, sino que a largo plazo pueden tener incidencias negativas y nocivas para el planeta tierra contribuyendo al calentamiento global y a la emisión de gases de efecto invernadero; en algunos casos esta contaminación ha llegado a causar un impacto tan drástico, que ha provocado la migración de poblaciones enteras.³⁹

I. Contaminación acústica

Se conoce como contaminación acústica, también llamada contaminación sonora, a la difusión del sonido de forma deliberada y excesiva en el ambiente, cualquiera que sea el emisor que lo origine, de manera que altere a tal punto las condiciones normales del ambiente de un mismo perímetro o zona, que impliquen molestias, riesgos o daños para los seres vivos impidiendo incluso el desarrollo de sus actividades. El ruido, entiéndase como el sonido en exceso y disgustoso, proviene

³⁸ Inspiration. Contaminación Térmica. Madrid. <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/contaminacion/tipos-de-contaminacion/contaminacion-termica>. 15 de mayo del año 2017.

³⁹ *Loc. Cit.*

ordinariamente de las actividades cotidianas humanas, como lo es el tráfico en las ciudades, las industrias y comercios, obras en construcción, aviones, etc.⁴⁰

Algunas de las consecuencias que se puede mencionar acerca de la contaminación acústica o sonora en el ser humano son: Trastornos del sueño, pérdida de atención, dificultad de comunicación, pérdida de oído, afecciones cardiovasculares, retraso escolar, conductas agresivas, dificultad de convivencia, costes sanitarios, baja productividad, accidentes laborales, pérdida de valor de los inmuebles, ciudades inhóspitas y retraso económico y social.⁴¹

J. Contaminación lumínica

La contaminación lumínica se produce con el brillo o el resplandor de luz en el cielo proveniente de iluminarias inadecuadas que causan sobre iluminación e interferencia astronómica. Esto es a causa que la luz es enviada hacia arriba, en vez de ser enviada hacia el suelo únicamente.⁴²

El exceso de iluminación puede contribuir a la contaminación lumínica de tres maneras:

- a. De forma directa, es causada por el exceso de luz que proviene de la propia fuente de luz (lámpara ó bombilla, alumbrando) debido a su elevada inclinación, provocando que parte del flujo de luz sea enviado al cielo, ocasionando un desperdicio de energía lumínica.

⁴⁰ Ecologistas en Acción. Las Palmas de G.C. La Contaminación Acústica. España. 2004. <http://www.ecologistasenaccion.org/article5350.html>. 15 de mayo del año 2017.

⁴¹ *Loc. Cit.*

⁴²Yañez, Diana. “¿Qué es la contaminación lumínica?”. *Conciencia Eco, Revista Digital sobre Cultura Ecológica*. Madrid, España. 2010.

- b. Por reflexión en las superficies iluminadas, esta suele tener un impacto de diez veces menor al impacto producido de forma directa, ya que carece de un menor brillo y alcance.
- c. Por refracción en las partículas del aire, es la menos grave, y su influencia depende del tamaño y de la cantidad de partículas del aire entre la fuente de luz y la zona iluminada.⁴³

La contaminación lumínica no solamente repercute en el gasto de una suma de dinero innecesaria, sino también en el hecho de que el exceso de luz dirigida hacia el cielo agreda el hábitat de animales nocturnos causando deslumbramiento y a veces incluso puede llegar a opacar la vista hacia el cielo estrellado y astros celestes.⁴⁴

K. Contaminación visual

En palabras sencillas, la contaminación visual es el cambio o desequilibrio que se manifiesta en el paisaje, alterando las imágenes y fisionomía del entorno a causa de excesos de elementos, mala distribución de anuncios o vallas publicitarias, entre otros.

Cabe mencionar que el tema de contaminación visual se explicará más detalladamente en los puntos que prosiguen al presente trabajo de investigación.

1.4 Visión Jurídica del Ambiente

La importancia de conocer e investigar aquello que se entiende como “Medio Ambiente” viene también de poder desarrollar el mismo, bajo la visión de un bien identificado jurídicamente.⁴⁵

⁴³ *Loc. Cit.*

⁴⁴ *Loc. Cit.*

⁴⁵ J. Falbo, Aníbal. *Derecho Ambiental*. Buenos Aires, Argentina. Librería Editora Platense S.R.L. 2009. Pág. 17.

El autor Tomás Hutchinson en su obra Daño Ambiental, no solamente se limita a enunciar e indicar un concepto de “Medio Ambiente”, sino también enumera tres aspectos relevantes del ambiente los cuales son:

- A. El ambiente natural o físico, el cual se caracteriza por la relación de los seres vivos con su medio y se encuentra conformado por el aire, suelo, flora, etc.
- B. El ambiente cultural, es el tipo de ambiente creado por el hombre, aunque es artificial, posee un valor adquirido y se encuentra integrado por el patrimonio histórico, artístico, arqueológico, paisajismo, etc.
- C. El ambiente artificial, se materializa en todo el espacio urbano y en todo el conjunto de edificaciones y espacios construidos por el hombre.⁴⁶

Este autor, también afirma que jurídicamente el ambiente es un bien de dominio público, tal y como el mar territorial, las aguas subterráneas, etc., y así también el ambiente consiste en bienes de propiedad privada, como lo son los bosques y las creaciones artificiales y culturales del ser humano.⁴⁷

1.4.1 Lo urbano-ambiental

Se le llama urbano ambiental, a la asociación que une el urbanismo de la actual época con lo ambiental. Dentro de lo cual se encuadran las normas, los principios y la doctrina ambiental.⁴⁸

“Homo-Urbanus” es un fenómeno que se ha ido desarrollando en la actualidad, que consiste en que la mayoría de seres humanos viven en zonas urbanas

⁴⁶ *Ibíd.* Pág. 18.

⁴⁷ *Ibíd.* Pág. 21.

⁴⁸ *Ibíd.* Pág. 23.

también conocidas como mega ciudades, y pueden llegar en algunos casos a alcanzar un número de hasta diez millones de habitantes o incluso más; y es de este fenómeno que se deriva el conflicto ambiental de tipo urbano.⁴⁹

Es por esta razón que hoy en día es importante incorporar al medio ambiente los espacios urbanos y no solamente el patrimonio natural, sino así también el patrimonio cultural e histórico- artístico, ya que estos son considerados parámetros del medio ambiente. De este modo la problemática del ambiente abarca el ámbito urbano, dentro del cual se encuentra el ruido, el tránsito, los sistemas de transporte de sobrecarga, además de aspectos estéticos del territorio.⁵⁰

En este sentido, el ambiente, concretamente, no puede suscribirse únicamente a las circunstancias físicas que rodean a los seres vivos y al ser humano como comúnmente se ha estudiado el Medio Ambiente por muchos años, sino que es necesario añadir al medio ambiente todo aquello que también ha sido creado por el hombre.⁵¹

El autor Anibal J. Falbo, hace referencia a la autora Alicia Morales Lamberti, quien menciona en su libro de “Derecho Ambiental”, que el bien jurídico tutelado por el Derecho Ambiental es “La calidad de vida...Comprendiendo el ambiente humano o creado”. Esta calidad de vida funciona en la medida de las condiciones mínimas del medio físico que rodea a los seres vivos; y en un sentido más amplio el medio físico involucra el urbanismo, el cual debe de coexistir en equilibrio con la convivencia social.⁵²

En la Conferencia de Estocolmo de las Naciones Unidas en 1972, tal y como se detalla en los antecedentes del medio ambiente, ya se hablaba de este tema,

⁴⁹ *Ibíd.* Pág. 22.

⁵⁰ *Ibíd.* Pág. 23-24.

⁵¹ *Ibíd.* Pág. 25.

⁵² *Ibíd.* Pág. 27.

puesto que se declaraba el derecho fundamental del hombre de disfrutar de condiciones de vida adecuadas en un medio de calidad digno.⁵³

Cabe mencionar también a el paisaje urbano, el cual consistente en infraestructuras, y en toda obra creada y edificada por el hombre que también une el ambiente con el medio urbano y es una causa innegable de deterioro del paisaje en sí, origina un desequilibrio natural y deterioro en la armonía estética del ambiente; todo esto producido por el desarrollo urbano de los últimos años.⁵⁴

1.4.2 El paisaje

Uno de los elementos que también forma parte sustancial del medio ambiente es el paisaje, y es tan importante como lo son los recursos naturales y culturales; y por ende necesita ser protegido.⁵⁵

El paisaje consiste en toda la información que el ser humano percibe de todo lo que le rodea.⁵⁶

Dentro de la búsqueda de un ambiente sano también es necesario tomar en consideración la importancia que conlleva el mantenimiento estético del entorno o hábitat que rodea al ser humano.⁵⁷ El paisaje se crea, se transforma y se produce; y éste se protege a fin de recuperar lo que fue, y de proyectar y ejecutar lo que debe ser, con el fin de beneficiar a las presentes y futuras generaciones uniendo la estética, la cultura, la sociedad e incluso la ética.⁵⁸

⁵³ *Loc. Cit*

⁵⁴ *Loc. Cit.*

⁵⁵ J. Falbo, Aníbal. *Op. Cit.* Pág. 34

⁵⁶ *Ibíd.* Pág. 34.

⁵⁷ *Ibíd.* Pág. 35.

⁵⁸ *Ibíd.* Pág. 36.

En esta línea es que se ve la necesidad de imponer una política pública al paisaje, formulando para ello principios, estrategias y orientación para alcanzar así la protección, la gestión y la ordenación de éste.⁵⁹

1.5 Presupuestos mínimos de protección ambiental

Los presupuestos mínimos de protección ambiental (PMPA) son todo el conjunto de normas mínimas y generales que establecen un fundamento, una base y un marco jurídico para la protección ambiental en todo el territorio nacional.⁶⁰

Las normas de protección mínimas se pueden encontrar contenidas en decretos emanados del Organismo Legislativo o también conocido como Congreso de la República, así como del Organismo Ejecutivo a través de acuerdos gubernativos, también conocidos como reglamentos. Los PMPA pueden ser normas de aplicación estatal, o más específicamente, pueden también crearse normas de aplicación municipal.⁶¹

Cuando se habla de “presupuestos mínimos” cabe manifestar que la palabra “mínimos” no hace referencia a escasos ni a poco; sino que la palabra “mínimos” se refiere a algo básico y uniforme, a disposiciones que son comunes, inderogables y concretas para delimitar el punto de partida de toda la gama de normas en materia ambiental.⁶² Es por esta razón que las normas complementarias de aplicación municipal son creadas con la finalidad de añadir a dichas normas mínimas estatales, logrando así maximizar los PMPA.⁶³

⁵⁹ *Ibíd.* Pág. 37.

⁶⁰ *Ibíd.* Pág. 73.

⁶¹ *Ibíd.* Pág. 74.

⁶² *Ibíd.* Pág. 76.

⁶³ *Ibíd.* Pág. 77.

Cuando se habla de maximizar los PMPA, lo que se busca con ello es reforzar el nivel de protección a través de la creación de normas que sean más severas, con el objeto de combatir la contaminación y limitar las fuentes de contaminación.⁶⁴

Es indispensable determinar que materias son las que se encuentran incluidas en dichos Presupuestos Mínimos de Protección Ambiental, al menos se pueden mencionar las siguientes: 1. Propiciar un ambiente sano, equilibrado e idóneo para el desarrollo integral de los seres humanos; 2. No perjudicar generaciones futuras a causa de actividades que pretenden satisfacer las necesidades presentes; 3. Propiciar mecanismo diseñados en pro de preservar el ambiente y de reparar los daños ya ocasionados; 4. Asegurar que los principios jurídicos que rigen la protección ambiental rijan en todo el territorio nacional; 5. Impedir que las municipalidades adquieran inversiones que no prevean las exigencias para la protección ambiental; 6. Determinar las medidas apropiadas para preservación del patrimonio natural y cultural, estableciendo la utilización de los recursos naturales de manera racional; 7. Implementar una correcta y extensa educación ambiental.⁶⁵

No obstante lo mencionado acerca de las normas de PMPA, el Estado y las municipalidades, amparadas en el artículo 97 de la Constitución Política de la República de Guatemala, también tienen la competencia de dictar además de las normas mínimas existentes, normas que aunque no se encuentran contenidas en los PMPA van dirigidas a legislar en materia ambiental.⁶⁶

⁶⁴ *Loc. Cit.*

⁶⁵ *Ibíd.* Págs. 79-80.

⁶⁶ *Ibíd.* Págs. 87.

CAPITULO 2

Contaminación Visual

2.1 Definición

La contaminación visual se puede definir como “la presencia de objetos, torres, vallas publicitarias, antenas, postes, cables eléctricos, etc., que causa un desequilibrio en el paisaje y afecta las condiciones de vida del ser humano”.⁶⁷

Es el tipo de contaminación que ocasiona una obstrucción al paisaje, ya sea un paisaje rural o urbano; no se le da una mayor importancia y es por esto que ha sido poco estudiada por las distintas sociedades; sin embargo puede llegar a ocasionar un alto impacto de las conductas humanas.⁶⁸

Otra definición de Contaminación Visual es que “consiste en cualquier elemento que distorsiona la observación del paisaje natural o urbano”.⁶⁹

El mayor problema de la contaminación visual es que el cerebro humano tiene una determinada capacidad de absorción de datos que se ve superada con la sobre estimulación de dichos elementos, lo que puede llegar a causar consecuencias.⁷⁰

La contaminación visual es un tipo de contaminación que parte de todo aquello que afecta o perturba la visualización de algún sitio, zona o paisaje, y que puede incluso llegar a afectar a la salud de individuos en las zonas en donde se produzca. Este tipo de contaminación se refiere al abuso de ciertos elementos “no arquitectónicos” que alteran la estética, la imagen del paisaje tanto rural como

⁶⁷ Salgado Cordero, Marvin Jonathan. *Conceptos ambientales*. Pág. 11.

⁶⁸ Jaquenod Zsogon, Silvia. *Iniciación al derecho ambiental*. Madrid, España. Editorial Dykinson. 1996. Pág. 28.

⁶⁹ Eroski Cosumer. Fernández Muerza Alex. Contaminación Visual. 2006. http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2006/09/01/155176.php. 1 de mayo del año 2017.

⁷⁰ *Loc. Cit.*

urbano, y que generan, a menudo, una sobre estimulación visual agresiva, invasiva y simultánea.⁷¹

Se puede concluir con base a las definiciones anteriores, que Contaminación Visual es todo cambio o desequilibrio del paisaje, ya sea natural o artificial, que afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivos. Este tipo de contaminación puede ser generado por distintos factores, siendo algunos de ellos la colocación de manera excesiva de estructuras, postes, construcciones, vallas publicitarias, anuncios, letreros y cualquier tipo de elementos que causen efectos negativos al equilibrio del ser humano y su entorno.

La contaminación visual es un tema que ha tomado poca importancia en comparación con cualquier otro tipo de contaminación; sin embargo, es la contaminación visual la que puede llegar a afectar al ser humano a tal punto de provocar consecuencias tales como estrés, dolor de cabeza, distracciones peligrosas, accidentes de tránsito, etc., y en casos extremos puede llegar a afectar incluso el orden público de un Estado o de una población, causando también desorden en las vías, y afectando el ambiente limpio y decente dentro del cual como seres humanos deberíamos desenvolvernos.

2.2 Antecedentes

El antecedente más antiguo de lo que hoy se conoce como contaminación visual se remonta al inicio de la publicidad en la época faraónica, en donde los mercaderes promocionaban sus productos a través de mensajes escritos en piedras que colocaban en los caminos de acceso a la ciudad; como bien se sabe,

⁷¹ Galeon.com. Bermúdez, Mauricio. Contaminación y Turismo Sostenible. Venezuela. 2010. <http://galeon.com/mauriciobermudez/contaminacion.pdf>. 1 de mayo del año 2017.

es la publicidad en las calles, uno de los mayores factores que inciden en la contaminación visual hoy en día.⁷²

Muchos años después, se dio origen a los anuncios pintados; se reservaban espacios específicos para colocar murales decorados de este tipo, en la época del imperio romano. Aun, hoy en día se ha descubierto en las ruinas de Pompeya anuncios comerciales de este tipo. En la antigua Grecia también eran utilizados los anuncios, para promover los juegos olímpicos, se colocaba publicidad en las afueras del estadio. Sin embargo, no fue sino hasta que surgió el papiro y más tarde el papel, que se logró reproducir mensajes impresos como medio de publicidad. Con el nacimiento de la imprenta en el siglo XV, se impulsó así también la difusión de la litografía, dando paso a una divulgación masiva publicitaria.⁷³

Actualmente, las nuevas tecnologías permiten una gran variedad de expresiones publicitarias tales como vallas publicitarias móviles, iluminación interior de vallas, grandes carteles luminosos, juegos de luces, etc.;⁷⁴ todo esto, aparejado con el imparable crecimiento de las ciudades, que trae como consecuencia una serie de problemas que afectan de alguna u otra manera el sano modo de vida de las personas, su comportamiento y su entorno.

El problema de la contaminación visual en Latinoamérica ha ido un poco más lejos en comparación con los países desarrollados, en donde mediante una apropiada y rigurosa gestión se ha logrado evitar el problema de la colocación excesiva de

⁷² Almeida David y otros. *Contaminación Visual en el centro histórico de la ciudad de Ibarra*. Ecuador. 2012. Tesis de Escuela de Diseño. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Pág. 14.

⁷³ *Loc. Cit.*

⁷⁴ *Loc. Cit.*

publicidad, procurando mitigar las consecuencias que ésta provoca en la contaminación visual.⁷⁵

En los países menos desarrollados de América Latina se puede observar un patrón de espacios públicos inundados de una diversidad de elementos en el paisaje y al alcance de la vista, que genera impactos visuales negativos y abruptos. La excesiva saturación publicitaria a la que actualmente Guatemala afronta día a día, se podría decir que es el principal agente de contaminación visual en el ecosistema urbano.

2.3 Clases

La contaminación visual se puede clasificar dependiendo de la manifestación que acarrea en los distintos ambientes tales como:

- A. Espacios interiores: se manifiesta con la saturación de objetos, colores e información que puede llegar a provocar disminución de concentración.
- B. En carteles callejeros: se manifiesta en la colocación de mensajes que pueden llegar a ser ampliamente llamativos, causando un alto nivel de distracción. Algunas veces incluso pueden contener diseños coloridos, con movimientos o con luz, e incluso ser de tamaños que puedan atraer la atención de las personas, provocando así mismo que conductores en las calles pierdan la concentración y puedan cometer algún accidente.
- C. En los estilos arquitectónicos o disímiles: se manifiesta en una mezcla de diversos estilos, los cuales por su multiplicidad o complejidad, llevan consigo un exceso de información que usualmente tiende a saturar la visión.

⁷⁵ Gamez, Elsa Marina. *La Contaminación Visual Actual de los Avisos Publicitarios en la Ciudad de Bogotá*. Colombia. 2013. Tesis de Facultad de Ciencias Económicas, especialización en mercadeo de servicios. Universidad Militar de Colombia. Pág. 17.

D. Contaminación visual lumínica: se manifiesta con el exceso uso de luces, algunas veces incluso con una intensidad que puede llegar a afectar negativamente el entorno del ser humano⁷⁶

2.4 Contaminación Visual en Guatemala

2.4.1 Causas

Son diversos los factores que contribuyen considerablemente a la contaminación visual que a diario se afrontan los guatemaltecos. Quizás la mayoría de la población guatemalteca no se encuentra apercibida de las consecuencias que puedan llegar a padecer debido a este tipo de contaminación, la cual se manifiesta en nuestro diario vivir, de manera más latente de la que creemos. Dentro de los causantes más notorios de contaminación visual en Guatemala encontramos las siguientes:

Un elevado número de avisos publicitarios e informativos, como letreros, anuncios, e incluso pantallas de televisión y proyectores de multimedia, han provocado una saturación excesiva de publicidad que no solamente es colocada en propiedad pública, sino también en la propiedad privada, en todos los sectores de la ciudad y en todo pequeño, mediano y grande negocio.

Cableados, instalaciones e infraestructura eléctrica desproporcionada y desordenada también suele ser un factor de incidencia en la contaminación visual en Guatemala; todo esto debido a que aún no se emplean sistemas de cableado subterráneo como actualmente se maneja en algunos países más desarrollados, este factor puede llegar a provocar una considerable obstrucción del paisaje que normalmente conocemos.

⁷⁶ Flores Garrido, Sergio Osvaldo. *Necesidad de regular la colocación de vallas publicitarias para evitar la contaminación visual en el sector del Trébol*. Guatemala. 2013. Tesis de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala. Págs. 21-22.

Los edificios, instalaciones y construcciones deterioradas o abandonadas e incluso infraestructura hecha en base a diseños contruidos de manera incorrecta son muy comunes en Guatemala, y sin darse cuenta provocan de igual manera contaminación del paisaje.

Comúnmente se ve también en Guatemala lo que se llama “amontonamientos de basura”, esto, aunque es también un factor incluyente en otros tipos de contaminación, es una causante de contaminación visual, ya que la formación de ello puede llegar a distorsionar el panorama.

Cabe mencionar que dentro del parámetro de la ciudad, diariamente se encuentran en Guatemala, puestos informales de vendedores, los cuales se localizan normalmente en cada semáforo, esquina, acera, e incluso en medio de las calles de estas zonas urbanas. Aunque parecieran ajenos a este tema, los vendedores informales de las calles son también un factor que incide en la contaminación visual, causando distracción y obstrucción a quienes puedan transitar por las calles o avenidas en donde estos se encuentran ejerciendo el comercio informal.

Se podría decir que el mayor factor contaminante de este tipo, que afronta Guatemala, radica principalmente en la excesiva colocación de anuncios y vallas publicitarias que saturan todos los sectores de la ciudad. Esto ocurre precisamente por la falta de control y por una regulación legal deficitaria. El Estado y las municipalidades pasan desapercibidos del efecto y las repercusiones que la contaminación visual puede llegar a causar en la población, y no solamente en ésta, sino también en el mismo país convirtiéndolo incluso en un escenario en vez de visualizarse como una ciudad.

2.4.2 Consecuencias

El cerebro humano tiene una capacidad específica para asimilar los datos y transmisiones que hacen los sentidos al mismo, comunicando lo percibido de su

entorno; si una imagen supera el máximo de información que es capaz de asimilar, se puede llegar a producir un problema visual y el panorama se convierte en molesto e incluso distinguir el paisaje se convierte en una tarea casi imposible de realizar. Es la vista el sentido que suele tener mayor incidencia en este caso, ya que su función es percibir el entorno e influenciar algunas reacciones del ser humano, y es por esto que la contaminación visual comúnmente suele traer consigo efectos contraproducentes para el ser humano que se desenvuelve y se expone día con día a estos tipos de estímulos negativos.⁷⁷

La contaminación visual puede llegar a tener una gran cantidad de consecuencias que normalmente son desestimadas o suelen pasar desapercibidas para quienes las padecen, sin embargo algunas de las consecuencias más comunes que se pueden mencionar son las siguientes:

A. Consecuencias psicológicas

- a. Estrés
- b. Ansiedad
- c. Angustia
- d. Nerviosismo
- e. Confusión

B. Consecuencias físicas

- a. Accidentes de tránsito
- b. Distracción
- c. Dolor de cabeza⁷⁸

⁷⁷ Contaminación Visual. Romo, Lizeth. ¿Qué efectos causa la contaminación visual en el hombre y el medio ambiente? 2010. <http://lizromo.blogspot.com/2010/11/que-efectos-causa-la-contaminacion.html>. 3 de mayo del año 2017.

⁷⁸ *Loc. Cit.*

Este tipo de contaminación también puede llegar a afectar el equilibrio ecológico del medio ambiente, lo que comúnmente vemos por ejemplo cuando especies animales que se ubican dentro de estos hábitats se ven tan afectadas por el exceso de contaminación visual, que deciden emigrar, buscando lugares en donde elementos no restrinjan su paso, no afecten su visión y no alteren su ecosistema, provocando de alguna u otra manera incluso hasta la extinción de algunas especies. Este fenómeno lo vemos claramente en lugares turísticos alrededor de Guatemala, en donde las personas han explotado al máximo la comercialización de dichos lugares, colocando un exceso de vallas, anuncios, entre otros objetos, en búsqueda de atraer la atención de los turistas; sin embargo, es esto mismo lo que ha alejado la belleza natural y animal que aparejan estos. Pasa con las especies animales y por ende también incide en las especies vegetales, creando espacios inadecuados que impiden su sano desarrollo.⁷⁹

Actualmente se ve que las personas están dispuestas a pagar grandes cantidades de dinero con el fin de promocionar sus negocios bajo cualquier costo, colocando vallas publicitarias, anuncios, carteles y diversos tipos de elementos publicitarios que generan una saturación excesiva de objetos en el panorama y paisaje, y como bien se comprende, esta situación trae consecuencias directas en el ser humano y en el medio ambiente; pero es imposible no anudar en el hecho de que ello ha provocado un desorden y un caos en el país; casi no hay calles que no estén saturadas de publicidad de todo tipo, esto incluso provoca una apariencia de suciedad o de descuido. Si bien es cierto Guatemala cuenta con la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Extraurbanas y Similares, decreto número 34-2003, no obstante esta ley queda muy corta en su alcance, ya que no previene el hecho de que la mayor colocación de anuncios y publicidad se dan en la propiedad privada y se lleva a cabo de manera nociva provocando una descontrolada y excesiva contaminación visual, distorsionando la estética de una zona natural o urbana.

⁷⁹ *Loc. Cit.*

2.4.3 Legislación que regula la contaminación visual en Guatemala

En Guatemala aún no existe ninguna ley ambiental que regule en sí el tema de contaminación visual, la única normativa aplicable para evitar la contaminación visual producida por el exceso de anuncios publicitarios es la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, el decreto 34-2003. Aunque dicha ley se encuentra vigente, su aplicabilidad resulta incapaz de erradicar el problema de contaminación visual al cual se afronta Guatemala.

La Constitución Política de la República de Guatemala regula en la parte conducente del artículo primero que: “el Estado de Guatemala se organiza para proteger a la persona y a la familia;...”. Así mismo en su artículo segundo establece que: “es deber del Estado garantizarle a los habitantes de la República, la vida, la libertad, la justicia, la seguridad, la paz y el desarrollo de la persona”.⁸⁰

De aquí se puede partir diciendo que el Estado de Guatemala es quien entonces, bajo estos supuestos, debe de responsabilizarse de cualquier situación que pueda afectar a la persona, su vida, su seguridad y su desarrollo integral en cualquier ámbito de su vida, en dónde se encuentra también incluido el medio ambiente, evitando que el mismo sea afectado en perjuicio del bienestar de la persona. Es por esto que es competencia plenamente del Estado velar por que la contaminación visual no sea un factor que afecte los bienes jurídicos que éste pretende resguardar.

El artículo 93 y 94 Constitucional también regulan el Derecho a la Salud, y la obligación que tiene el Estado de velar por la salud y la asistencia social de todos los habitantes, a través de instituciones, acciones de prevención, promoción, recuperación, rehabilitación, entre otras, con el fin de procurar su bienestar físico, mental y social;⁸¹ de esto se puede decir que es obligación del Estado de

⁸⁰ Asamblea Nacional Constituyente. Constitución Política de la República de Guatemala. Artículos 1 y 2.

⁸¹ *Ibíd.* Artículos 93 y 94.

Guatemala el custodiar que la contaminación visual en la que sus habitantes se desenvuelven, no los afecte física ni mentalmente, brindando para ello los medios y las medidas que sean necesarias para prevenir que este problema impida que la población guatemalteca pueda alcanzar bienestar y salud integral.

“El Estado, las municipalidades y los habitantes del territorio nacional están obligados a propiciar el desarrollo social, económico y tecnológico que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el equilibrio ecológico”, esto lo regula el artículo 97 de la Constitución Política de la República,⁸² es decir en materia de contaminación y ambiente, el Estado responsabiliza también a las municipalidad a participar en la prevención de su causa y en la tarea de salvaguardar el equilibrio ecológico.

Las municipalidades son así también las encargadas de la aplicación de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, el decreto 34-2003, es decir que esta ley abarca parte de la responsabilidad que le compete a las municipalidades según el artículo 97 de la Constitución Política de la República, para combatir y reducir la contaminación de tipo visual que se genera por la colocación de anuncios en los perímetros de Guatemala.

⁸² *Ibíd.* Artículo 97.

CAPITULO 3

Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003, su aplicación e impedimentos

3.1 Antecedentes

La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares fue creada el cinco de junio del año 2003 y entro en vigencia el veintisiete de junio del mismo año.⁸³

Años atrás, y previamente a la creación del decreto número 34-2003, el Congreso de la República, mediante decreto legislativo 43-95 emitió la ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares con la finalidad de armonizar la convivencia humana con su entorno, propiciando una recaudación justa y equitativa de impuestos, y eliminando arbitrariedades por la colocación de anuncios, haciéndola aplicable y funcional. Dicha ley surgió con el fin también de actualizar la normativa creada en el año 1974, la Ley de rótulos y anuncios en carreteras y vías públicas urbanas, decreto número 11-74, ya que ésta dejo de ajustarse a las condiciones de la época de su emisión y resultaba ser obsoleta y no congruente con la realidad.⁸⁴

El decreto 43-95 estaba contenido en un solo texto, este decreto lograba la convivencia humana con su ambiente, regulando en su capítulo IV normas relativas a la prohibición de la colocación de anuncios que dañaren la salud física o mental de la población, la colocación de anuncios en sitios o elementos naturales, la prohibición de colocar anuncios que impidieren la visibilidad de interés turístico o de transito, la prohibición de colocación de anuncios lujuriosos o

⁸³ Soto Arango Leonel. Iniciativa que Reforma la Ley De Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares. No. de Registro 2838. 8 abril 2003.

⁸⁴ *Loc. Cit.*

denigrante, la colocación de anuncios con partes móviles o animadas, la colocación de anuncios en aceras, carreteras, en áreas urbanas, entre otras.⁸⁵

Estas normas tenían como finalidad, lograr la armonía de la sociedad con el ambiente, no contraviniendo ninguna norma constitucional u otras leyes vigentes.⁸⁶

En el año 1996 el Congreso de la República introdujo reformas parciales al decreto 43-95. Según los artículos 2 y 3 de estas reformas, decreto número 144-96, se delegó la responsabilidad de la aplicación y regulación de la colocación de anuncios en carreteras nacionales y departamentales a la sección de señalización y marcas de la Dirección General de Caminos. Todo esto violentando lo establecido en el artículo 253 de la Constitución Política de la República, el cual regula que: “Los municipios de la República de Guatemala, son instituciones autónomas. Entre otras funciones les corresponde: a) Elegir a sus propias autoridades; b) Obtener y disponer de sus recursos; c) Atender los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción y el cumplimiento de sus fines propios”.⁸⁷

El artículo 4 de las mismas reformas regulaba que “...rótulos que ya estén colocados en propiedad privada y no cuenten con autorización municipal, deberán ser retirados a partir de la vigencia de esta ley.”, esta disposición contravenía la irretroactividad de la ley y lo establecido en el artículo 15 de la Constitución, “La ley no tiene efecto retroactivo, salvo en materia penal cuando favorezca al reo.”⁸⁸

Por otra parte también, esta reforma le otorgaba al Instituto de Fomento Municipal, una entidad de tercer orden, la responsabilidad de emitir un reglamento, contraviniendo así mismo el artículo 183 de la Constitución inciso e), el cual regula

⁸⁵ *Loc. Cit.*

⁸⁶ *Loc. Cit.*

⁸⁷ *Loc. Cit.*

⁸⁸ *Loc. Cit.*

que: “Son funciones del Presidente de la República:... e) Sancionar, promulgar, ejecutar y hacer que se ejecuten las leyes, dictar los decretos para lo que estuviere facultado por la Constitución, así como los acuerdos, reglamentos y órdenes para el estricto cumplimiento de las leyes, sin alterar su espíritu...”⁸⁹

El artículo 8 del decreto número 144-96 otorgaba así también discreción a los funcionarios para aplicar dicha ley de forma subjetiva, de tal manera que su aplicación no era justa y objetiva.⁹⁰

Las reformas hechas en el año 1996 a la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, tergiversaban la finalidad y el objetivo de dicha norma, por lo que se tomó la decisión de retomar y encauzar las finalidades que en principio se habían previsto en beneficio de la colectividad, creando así un nuevo decreto, el cual fue el decreto 34-2003, ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares.⁹¹

3.2 Estructuración

La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, decreto número 34-2003, en su parte considerativa expone la necesidad a través de la cual nace este cuerpo normativo, en pro de la búsqueda de “establecer disposiciones justas y equitativas, acordes a la realidad nacional, que garanticen la libre competencia en un ambiente democrático con respecto al sistema jurídico nacional”; ello debido a la falta de congruencia que existía en normas anteriores, con respecto a la realidad vial del país, según se muestra en el considerando primero.⁹²

⁸⁹ *Loc. Cit.*

⁹⁰ *Loc. Cit.*

⁹¹ *Loc. Cit.*

⁹² Congreso de la República de Guatemala. Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. Decreto 34-2003.

La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares se encuentra estructurada en seis capítulos, los cuales contienen lo siguiente:

- A. En el capítulo I se hallan contenidas las “Disposiciones Generales” de la ley, fijando el objeto de la misma en su artículo primero, el cual consiste en “la regulación de los anuncios o rótulos en vías urbanas, extraurbanas y similares que promuevan la comercialización de bienes o prestación de servicios en toda la República”.⁹³

Las disposiciones generales se encuentran plasmadas en nueve artículos, dentro de los cuales se establecen los principios fundamentales para su aplicación, los órganos competentes dentro de esta materia, y el arancel o impuesto al cual se encuentra sujeto la colocación de todo tipo de anuncio, rótulo, estructura, valla, manta o similar, cuyo objeto sea lucrativo.⁹⁴

- B. En el capítulo II se constituyen los “Requisitos de los Anuncios”, los cuales se dividen en dos tipos: requisitos en vías extraurbanas y requisitos en vías urbanas. Dentro de los primeros se encuadran requisitos tales como la colocación de anuncios fuera de los límites del derecho de vía, la prohibición de colocar anuncios que puedan impedir la vista o el interés turístico, la distancia en la que uno con otro deben de ser colocados, la forma en la que deben de presentarse los rótulos, de forma artística que sirva de ornamento y la identificación de la agencia de publicidad, entre otros requisitos. Dentro de los requisitos para la colocación de anuncios en vías extraurbanas se encuentran los siguientes: la prohibición de obstruir la línea de visión o la visibilidad de las señales de tránsito, la prohibición de desvirtuar los aspectos arquitectónicos de fachadas o edificios alterando el valor arquitectónico, desfigurando el paisaje u obstruyendo la armonía con el medio; la obligación de guardar el respeto a la dignidad humana y a los

⁹³ *Loc. Cit.*

⁹⁴ *Loc. Cit.*

buenos usos de la lealtad en el comercio, la estética de su forma y contenido, la altura mínima para su colocación a partir de aceras o bordillos, lo relativo a los anuncios en vitrinas o escaparates, entre otros.⁹⁵

C. Los impuestos y exoneraciones en la colocación de anuncios, se encuentran previstos en el capítulo III, en los artículos 12 al 17 de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. En este capítulo se decretan impuestos y exoneraciones para las áreas extraurbanas y áreas urbanas, los permisos y exoneraciones para la colocación de cualquier anuncio y el cómputo mediante el cual debe de ser pagados los mismos.⁹⁶

D. El capítulo IV y V de la ley regulan las prohibiciones en la colocación de anuncios, los recursos a interponer en contra de las resoluciones dictadas por las municipalidades del país, y las sanciones a aplicar por cualquier infracción a las normas de ésta ley.⁹⁷

E. Las disposiciones transitorias se encuentran contenidas en el capítulo último, el capítulo VI de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares; del artículo 23 al artículo 28, la ley regula el derecho de defensa que deberá ser agotado por el propietario previo a retirar los anuncios que infrinjan las disposiciones de la ley; así mismo se establece la obligación de retirar los anuncios instalados en contravención a lo dispuesto, una vez agotado el procedimiento respectivo.⁹⁸

Cabe mencionar que en el artículo 25 se regula la supletoriedad de la ley para los casos no previstos en la misma, estableciendo que: “se resolverán por las

⁹⁵ *Loc. Cit.*

⁹⁶ *Loc. Cit.*

⁹⁷ *Loc. Cit.*

⁹⁸ *Loc. Cit.*

autoridades municipales respectivas de conformidad con el espíritu de la misma, con disposiciones de otras leyes de similar aplicación de acuerdo a los principios generales del derecho, a la equidad o a los dispuesto en las leyes del orden común”.⁹⁹

3.3 Competencia

Según el artículo 2 de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, la aplicación de la ley le corresponde a las municipalidades de la República, a excepción de las carreteras nacionales y departamentales que se encuentran dentro de los límites de la municipalidad, para las cuales regirá lo establecido en la sección de señalización y marcas de la Dirección General de Caminos.¹⁰⁰

Cabe mencionar que los impuestos recaudados constituyen fondos privativos para las municipalidades respectivas, para lo cual serán competentes las tesorerías de cada municipalidad.¹⁰¹

Debe de ser tomado en cuenta también dentro de la competencia el artículo 5 de la ley, el cual regula que las municipalidades son así también las responsables de señalar las calles, carreteras y caminos, dentro de su circunscripción territorial, por medio de señales internacionalmente aceptadas, a excepción de la competencia delegada en la sección de señalización y marcas de la Dirección General de Caminos.¹⁰²

3.4 Aplicación

La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares se fundamenta en los siguientes principios para su aplicación: primero, la ley siempre se aplicará

⁹⁹ *Loc. Cit.*

¹⁰⁰ *Loc. Cit.*

¹⁰¹ *Loc. Cit.*

¹⁰² *Loc. Cit.*

procurando un mejor ornato en vías urbanas, extraurbanas y similares, evitando toda clase de peligros y facilitando la libre circulación de vehículos y peatones, así como disminuyendo al mínimo la contaminación ambiental y visual; así mismo, para su aplicación se deberá tomar en cuenta el respeto, fomento y estimulación a la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones de tipo legal o de conveniencia social.¹⁰³

Para la aplicación de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, las municipalidades y la población afectada deberá tomar en cuentas las siguientes disposiciones:

- A. El artículo 13 establece que para la colocación de cualquier anuncio se deberá obtener previamente: a. Un permiso por escrito del propietario de terreno si es propiedad privada; y b. La autorización municipal de la municipalidad competente en un plazo que no exceda de quince días después de cumplidos todos los requisitos respectivos.

- B. Por cada metro cuadrado del anuncio que se instale dentro de la circunscripción territorial, se deberá pagar anticipadamente a favor de las municipalidades respectivas el tributo de treinta quetzales (Q30.00). En caso de la colocación de anuncios en áreas públicas urbanas, la ley decreta los siguientes tributos a pagar:
 - a. Para rótulos voladizos apoyados en lugares públicos municipales, cincuenta quetzales (Q.50.00) al año por metro cuadrado.

 - b. Los voladizos apoyados en fachadas o marquesinas, cinco quetzales (Q.5.00) al año por metro cuadrado.

¹⁰³ *Loc. Cit.*

- c. Para los colocados en sombras en paradas de autobuses, cincuenta quetzales (Q.50.00) al año por metro cuadrado o fracción.
 - d. En puentes, pasarelas o similares cincuenta quetzales (Q.50.00) por metro cuadrado al mes.
 - e. En aceras, cincuenta quetzales (Q.50.00) al año por metro cuadrado.
 - f. En parquímetros, treinta quetzales (Q.30.00) al año.
 - g. En postes del alumbrado público, veinte quetzales (Q.20.00) al año.
 - h. Para mantas y similares, dos quetzales (Q.2.00) por metro cuadrado al mes.
- C. Los anuncios importados del exterior serán grabados en un cincuenta por ciento adicional del tributo a pagar, a excepción de lo dispuesto en los tratados o convenios internacionales ratificados por Guatemala.
- D. La ley excluye de su aplicación a las secciones que crucen zonas comerciales o industriales dentro de los límites de las áreas urbanas de las municipalidades.¹⁰⁴

Al hablar de la aplicación de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares es importante mencionar que la ley exonera de su aplicación a los siguientes casos:

- A. A los propietarios de terrenos que deseen erigir anuncios de venta o arrendamiento de su propiedad,

¹⁰⁴ *Loc. Cit.*

- B. La venta de artículos producidos dentro de las propiedades a que se refiere el inciso anterior, y
- C. Todas las señales erigidas con propósito de advertir cualquier servicio al público, tales como: lugares religiosos, monumentos históricos y turísticos.

Así también en el artículo 16 regula que se exceptúan del pago del tributo por la colocación de anuncios en áreas públicas urbanas, así como de la licencia o autorización municipal los siguientes casos:

- A. Los rótulos de edificios públicos, entidades descentralizadas, autónomas o de beneficencia pública,
- B. Los afiches y murales de cualquier clase, colocados o pintados en paredes de propiedad privada,
- C. Los anuncios cívicos o políticos, y
- D. En general, todos los rótulos o anuncios que no tengan fines lucrativos o comerciales.¹⁰⁵

3.5 Sanciones y multas

Las sanciones y multas como se menciona previamente en el apartado que especifica la manera en la que se encuentra estructurada la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, se encuentran contenidas en el capítulo V.¹⁰⁶

Según la Ley, toda infracción a cualquiera de las normas contenidas en la misma debe de ser sancionada con una multa que impondrán los jueces de asuntos

¹⁰⁵ *Loc. Cit.*

¹⁰⁶ *Loc. Cit.*

municipales o el tribunal competente en su caso, la cual en ningún caso podrá ser mayor al doble del impuesto a pagar por anuncio computado en forma anual, de conformidad con el anuncio que se trate.¹⁰⁷

El artículo 22 también establece que el incumplimiento del pago de los impuestos y multas que se encuentran establecidos de conformidad con esta Ley, dará lugar a la ejecución del procedimiento económico-coactivo, con la finalidad de cobrar los adeudos dejados de percibir a favor de las municipalidades.¹⁰⁸

Contra toda resolución dictada por las autoridades municipales en materia de la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares se podrán interponer únicamente los recursos que regula el Código Municipal, los cuales son:¹⁰⁹

- A. El recurso de revocatoria, el cual se interpondrá en contra de las resoluciones dictadas por todo órgano municipal que posea superior jerárquico, y
- B. El recurso de reposición, el cual únicamente se podrá interponer en contra de las resoluciones dictadas por el Consejo Municipal de la municipalidad competente en su caso.¹¹⁰

3.6 efectividad o ineffectividad en su aplicación e impedimentos

Para poder hablar sobre la efectividad o ineffectividad de la aplicación del Decreto 34-2003, cabe recordar que le compete a las municipalidades de la República, en

¹⁰⁷ *Loc. Cit.*

¹⁰⁸ *Loc. Cit.*

¹⁰⁹ *Loc. Cit.*

¹¹⁰ Congreso de la República de Guatemala. Código Municipal, Decreto Número 12-2002. Artículos 155 y 157.

sus respectivas jurisdicciones, la aplicación de esta Ley¹¹¹; y para tal labor se deberán observar los principios fundamentales regulados en el artículo 4 de la Ley.¹¹²

Dentro de la circunscripción del municipio de Guatemala, la tarea de velar por la aplicación de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, se encuentra designada en la Unidad de Anuncios de la Dirección de Control Territorial, ubicada en la Ventanilla Única de la municipalidad de Guatemala.¹¹³ Esta unidad lleva la asignación de autorizar la colocación de anuncios dentro del perímetro de la ciudad, así como de dar seguimiento a dichos casos, y de monitorear y velar por que se cumplan las legislaciones aplicables según sea el caso, siempre encaminadas a recuperar el espacio público, procurando un mejor ornato y evitando que instalaciones pongan en riesgo a personas e inmuebles.

En el año 2008, la municipalidad de la ciudad de Guatemala, emitió un aviso urgente solicitando la colaboración a todos los propietarios de establecimientos comerciales para retirar o modificar anuncios, burritos, mantas y otros, e incluso aéreos instalados sobre la vía pública o que estuvieran fuera de la alineación municipal y que no contaren con la respectiva autorización municipal; sin embargo esta disposición resulto ser poco eficaz.¹¹⁴

¹¹¹ Congreso de la República de Guatemala. Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. Decreto número 34-2003.

¹¹² *Loc. Cit.*

¹¹³ Salazar Escobar, Lilly Andrea. La Correcta Aplicación del Decreto 34-2003, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Extraurbanas y Similares por parte de la Municipalidad de Chimaltenango. Guatemala. 2011. Tesis de Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala. Pág. 86.

¹¹⁴ Muniguat.com. Municipalidad de Guatemala. Operativos de Control del Espacio Público. Guatemala. 2008. <http://portal.muniguat.com/index.php/salud/67-viapublica/796-op-de-control-espaciopublico>. 20 de agosto del año 2017.

Los procedimientos en los que la municipalidad promueve un “Aviso Urgente” son creados con la finalidad de dar a conocer el vecino que incumpla con estas disposiciones y señalar así un plazo para que se recupere el ornato y se lleven a cabo las modificaciones pertinentes; en cuanto el vecino atiende al aviso, se envía una nota de agradecimiento, y en caso contrario, una vez vencido el plazo otorgado, se traslada el asunto al juzgado municipal competente.¹¹⁵

El hecho de que Guatemala cuente con una ley o con un decreto emitido por el Congreso de la República, tal y como lo es el decreto 34-2003, no necesariamente significa que dicha norma será aplicable y que será cumplida de tal manera que resulte ser efectiva, incluso a pesar de contar con un carácter obligatorio inherente al hecho de ser una ley ordinaria.

Es por esta razón que resulta importante mencionar que la inefectividad de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, en una gran parte, radica en que la ley ha dejado un alto número de espacios en blanco, casos que no han sido previstos, y sumado a esto se encuentra la inexistencia de un reglamento emitido por el Organismo Ejecutivo que regule su aplicación práctica y que desarrolle así procedimientos específicos para poder aplicar la Ley.

Los reglamentos son disposiciones que se encuentran en relación directa con los asuntos en concreto que las leyes ordinarias tratan de resolver, lo que en este caso es la colocación fiscalizada y controlada de anuncios. Las disposiciones reglamentarias tienen entonces, como principal función facilitar la aplicación práctica de una ley ordinaria,¹¹⁶ y a falta de reglamento la Ley puede incluso no aplicarse y tenerse por olvidada.

¹¹⁵ *Loc. Cit.*

¹¹⁶ Gutiérrez de Colmenares, Carmen María y Josefina Chacón de Machado. *Introducción al Derecho. Guatemala. Instituto de Investigaciones Jurídicas*. 2007. Tercera Edición. Págs. 31-32.

El artículo 30 del decreto 34-2003, establece que: “el Organismo Ejecutivo emitirá el reglamento de esa Ley, dentro de los sesenta días a partir del día de vigencia de este Decreto”, sin embargo, con aproximadamente catorce años desde su entrada en vigencia en junio del año 2003, aún no se ha emitido el reglamento que regule la correcta aplicación de la norma.¹¹⁷

La municipalidad de Guatemala ha implementado un sistema basado en acuerdos y reglamentos municipales que se encuentran contenidos dentro del Plan de Ordenamiento Territorial, sin embargo ninguno de ellos contiene normas específicas para la colocación de anuncios o vallas publicitarias; además, es imposible ignorar el hecho de que el imperio de la ley se sobrepone jerárquicamente ante cualquier acuerdo municipal, esto provoca que deba aplicarse en caso concreto, la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, pese a su ambigüedad.¹¹⁸

El artículo 6 de la Ley regula que las empresas anunciantes, los fabricantes y/o instaladores de toda clase de anuncios, deberán registrarse en la municipalidad en donde se encuentre su sede. Para ello, la municipalidad de Guatemala cuenta con el “Formulario número 205” o también conocido como “solicitud de registro o cambio de propietario de empresa de anuncios publicitarios”.¹¹⁹

El formulario 205 es proporcionado por la Dirección de Control Territorial, y se encuentra dividido en cuatro apartados, en donde en el primer consta de la solicitud, en donde se detalla si se tratare el caso de un nuevo registro o de actualización de datos; el segundo apartado consigna un compromiso que deberá hacer el interesado de presentarse a la Dirección cuando éste sea requerido con el fin de recibir la notificación de la resolución; en el tercer apartado del formulario

¹¹⁷ Congreso de la República. *Óp. Cit.*

¹¹⁸ Herrera Monterroso, Carlos Iván. Técnico de la Municipalidad de Guatemala. Fecha de entrevista: 22 de agosto del año 2017.

¹¹⁹ *Loc. Cit.*

se encuentra una declaración jurada que deberá de ser firmada por el propietario de entidad, con el fin de declarar bajo juramento que todos los datos consignados en el mismo son verdaderos; en el cuarto apartado se encuentra la autorización que en su lugar se puede otorgar con el fin de delegar la tramitación de la solicitud a un tercero designado por el mismo propietario.¹²⁰

Adjunto al formulario 205 las empresas anunciantes deberán de cumplir con presentar los siguientes documentos:

- A. Presentar fotocopia de Cédula de Vecindad, Pasaporte o DPI del propietario y/o representante legal de la empresa de publicidad,
- B. Fotocopia del Boleto de Ornato del propietario y/o representante legal,
- C. Fotocopia del Registro Tributario Unificado (RTU), extendido por la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, del propietario o de la entidad,
- D. Fotocopia de la Patente de Comercio de la Empresa,
- E. Fotocopia de la Patente de Comercio de la sociedad,
- F. Fotocopia del Nombramiento de Representante Legal (si aplica), y por último,
- G. Inventario de elementos instalados dentro del municipio de Guatemala con la dirección de ubicación del anuncio, medidas, material y tipo de anuncio; y con los datos catastrales del inmueble en dónde se encuentre instalado.¹²¹

¹²⁰ *Loc. Cit.*

¹²¹ *Loc. Cit.*

El artículo 13 de la Ley regula así también la necesidad de solicitar la autorización de la municipalidad respectiva previo a la colocación de cualquier anuncio, sin embargo esta disposición también se encuentra íntimamente sujeta a la existencia de un acuerdo gubernativo o reglamento que regule un procedimiento exacto que apruebe la colocación de los mismos, ya que su redacción es aún demasiado vaga como para poder ser aplicada de manera correcta y efectiva.¹²²

Para ello la municipalidad de Guatemala creó el “Formulario número 201”, denominado “solicitud de instalación o legalización de anuncios”, también proporcionado por la Dirección de Control Territorial.¹²³

El formulario 201 se encuentra conformado por nueve apartados, dentro de los cuales se debe de llenar lo siguiente: primero, se deberá consignar los datos del propietario del anuncio; segundo la solicitud de instalación de anuncios, en donde se consigna el tipo de anuncio, la cantidad, las medidas del mismo y los datos del inmueble en donde el anuncio será instalado; posteriormente se deberá de consignar algunos datos del responsable de la planificación, cuando se trate de anuncios cimentados al subsuelo y sobre otras estructuras; seguidamente, el anunciante deberá llenar los datos de la persona responsable de la ejecución de la obra, en dado caso se trate así también de anuncios que se encuentren cimentados en al subsuelo y sobre otras estructuras; en el apartado quinto y sexto se deberá hacer constar el compromiso del interesado de presentarse posteriormente de haber sido notificado, y la declaración jurada del propietario o representante legal consignando que los datos proporcionados son veraces; en apartado séptimo del formulario se hace la observación de hacer las consultas necesarias toda vez se haya definido el tipo de anuncio y la dirección en donde el mismo será instalado; la sección octava del formulario se detallan los requisitos

¹²² Congreso de la República. *Óp. Cit.*

¹²³ Herrera Monterroso, Carlos Iván. *Óp. Cit.*

y/o documentos que se deberán entregar adjunto al formulario, los cuales son los siguientes:

- A. Solvencia de pagos a la Unidad de la Vía Pública,
- B. Fotocopia de Cédula de Vecindad, Pasaporte o DPI del propietario y/o representante legal de la entidad propietaria del anuncio,
- C. Fotocopia de Boleto de Ornato del propietario o representante legal del anuncio,
- D. Fotocopia del Nombramiento de Representante Lega (si aplica),
- E. Acta de Declaración Jurada de responsabilidad por daños a terceros por parte del propietario del bien inmueble, propietario y representante legal, autenticada por un abogado y notario,
- F. Deberá de llenar los siguientes requisitos del inmueble donde instalará el anuncios: a. Copia de Certificación de Registro de la Propiedad e Inmueble o copia electrónica (de máximo tres meses de vigencia); b. Fotocopia del contrato de arrendamiento; c. si no existe contrato de arrendamiento, deberá presentar carta de autorización indicando el plazo del arrendamiento, la carta deberá tener forma legalizada del propietario o propietarios de inmueble o de su representante legal; d. Fotocopia de Cédula y boleto de ornato del o los propietarios del inmueble, e. si el propietario del inmueble es una sociedad, debe presentarse la fotocopia de cédula y boleto de ornato del representante legal, así como la copia del nombramiento,
- G. Si la legalización se generó por Aviso o Notificación, deberá adjuntar una copia,

- H. Los anuncios tipo unipolar y vallas con base mayor o igual a 6.0 pulgadas de sección, además deberá presentar: a. constancia de trámite de la licencia de construcción; b. Dictamen favorable de la Dirección General de Aeronáutica Civil; c. resolución favorable del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales; y por último,
- I. Para vallas perimetrales usadas como cerco de protección, deberá presentarse fotocopia de la Licencia de Construcción.¹²⁴

En caso de que se tratare de la instalación o legalización de algún anuncio colocado dentro de los límites del Centro Histórico, conjuntos históricos y áreas protegidas, se deberá presentar la solicitud del mismo a la Unidad Técnica de Centro Histórico, contando con la resolución favorable del Centro Histórico y del Instituto de Antropología e Historia (IDAEH).¹²⁵

Dentro de la misma sección octava del formulario 201, se establece que se deberán presentar planos en dos copias y así también una carta dirigida a la Unidad de Vía Pública de la Dirección de Control Territorial, en la que se solicite la permanencia contando con las especificaciones que se especifican; y por último dentro de dicho formulario, la sección novena consta de la autorización que en su lugar se puede otorgar con el fin de delegar la tramitación de la solicitud a un tercero designado por el mismo propietario.¹²⁶¹²⁷

El procedimiento administrativo a través del cual la municipalidad de Guatemala puede velar por el cumplimiento de la normativa aplicable a la colocación de anuncios o vallas publicitarias es relativamente simple, sin embargo, la imposición de sanciones y multas puede llevar un largo periodo de tiempo.

¹²⁴ *Loc. Cit.*

¹²⁵ *Loc. Cit.*

¹²⁶ *Loc. Cit.*

¹²⁷ Ver anexo C.

El Departamento de Control de la Construcción Urbana o Unidad de Control Territorial es el órgano encargado de realizar monitoreos dentro del perímetro de la ciudad a medida de poder fiscalizar la colocación de anuncios o vallas publicitarias, las cuales deben de contar primeramente con una autorización municipal y así mismo deben de acoplarse a las disposiciones y requisitos contenidos en la Ley de anuncios. Si en dado caso encuentran un desperfecto o inobservancia a las normas, el caso es inmediatamente reportado al Juez de Asuntos Municipales para que proceda a sancionar lo que conforme a derecho corresponda.¹²⁸ Al reporte constatado se acompañan: el despliegue de información inmobiliaria del Departamento de Catastro, una consulta electrónica del Registro de la Propiedad y la fotografía en dónde se haga constar la violación en la colocación de un anuncio.¹²⁹

Posteriormente a haber enviado el reporte al Juzgado de Asuntos Municipales, este emitirá una resolución dando trámite al reporte y confiriendo audiencia por el plazo de cinco días contados a partir del día siguiente de notificada la resolución de trámite, al propietario del terreno dentro del cual se encontrase la valla o el anuncio publicitario que viola las normas de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. Esta audiencia tiene como finalidad que el requerido se entere del contenido del reporte aludido y se pronuncie al respecto de manera escrita, ejerciendo su derecho de defensa y aportando los medios de prueba a su favor, debiendo probar principalmente, que los trabajos realizados si cuentan con su respectiva licencia municipal.¹³⁰

Al evacuarse la audiencia mencionada, el propietario del terreno debe presentar sus argumentos a favor o en desacuerdo con lo reportado por el Departamento de Control de la Construcción Urbana, en este caso, luego de evacuada la audiencia que corresponde y si el Juzgado de Asuntos Municipales lo estima pertinente,

¹²⁸ Ver anexo B.

¹²⁹ Secretaría General de la Municipalidad de Guatemala. Expediente No. 426-2011. Pág. 1.

¹³⁰ *Ibíd.* Pág. 9.

otorgará el plazo que estimare pertinente con el propósito de que la valla o anuncio sancionado se legalice o bien, se solviente la situación que dio origen a la posible imposición de una sanción.¹³¹ Si el requerido comparece a solventar lo solicitado por el Juzgado de Asuntos Municipales el proceso administrativo ante el Juzgado finaliza y éste emite una resolución final, quedando el proceso fenecido; si en dado caso el Juzgado encuentra al requerido responsable de una infracción, éste dictará resolución sancionando con la multa que considere pertinente y apercibiéndolo en caso de insolvencia de cobrar dicha sanción por la vía Económico Coactiva, ordenando así mismo, que proceda al retiro de la valla no autorizada dentro del plazo que el Juzgado estime pertinente.¹³²

Si bien es cierto el artículo 20 de la Ley de anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares regula que: “contra las providencias y resoluciones que dicten las municipalidades del país, en aplicación a la presente Ley y su reglamento, podrán interponerse los recursos que establece el Código Municipal.”¹³³ El Código Municipal regula los recursos de Revocatoria, en contra de resoluciones dictadas por el alcalde, o por cualquier órgano colegiado distinto al Consejo Municipal, el cual deberá interponerse ante el órgano que dictó la resolución que se imponga; y también regula el de Reposición, el cual cabe en contra de las resoluciones originarias del Consejo Municipal.¹³⁴

Es por esta razón que la resolución que en su caso dicte el Juzgado Municipal puede ser impugnada a través de un Recurso de Revocatoria ante el mismo órgano, es decir ante el Juzgado de Asuntos Municipales; éste correspondientemente elevará las actuaciones, acompañando con ello un informe circunstanciado del caso a su superior jerárquico, en este caso al Consejo

¹³¹ *Ibid.* Pág. 15.

¹³² *Ibid.* Pág. 19-20.

¹³³ Congreso de la República. *Óp. Cit.*

¹³⁴ Congreso de la República. Código Municipal, Decreto No. 12-2002.

Municipal, a través de la Secretaría municipal, para que se resuelva el recurso interpuesto conforme a derecho.¹³⁵

La Secretaria General de la Municipalidad es el órgano encargado de remitir al Consejo Municipal un proyecto de resolución con respecto al recurso administrativo interpuesto para que con ello el Consejo Municipal pueda tramitar el recurso de revocatoria.¹³⁶

Seguidamente, el Consejo Municipal conferirá audiencia por el plazo de cinco días al interponente del recurso, a la Asesoría Jurídica de la Dirección de Control Territorial de la Municipalidad de Guatemala, y a la Procuraduría General de la Nación. Evacuada la audiencia conferida, nuevamente la Secretaria General de la Municipalidad revisara el expediente para que el Consejo Municipal pueda dictar la resolución final del caso de vallas publicitarias, emitiendo un proyecto de resolución; recibidas las actuaciones por parte del Consejo Municipal, éste dictara la resolución final confirmando la imposición de una sanción o eximiendo al interponente de responsabilidad alguna.¹³⁷

Si en su caso dentro de la resolución se otorga la imposición de una multa, el sancionado deberá hacer efectiva dicha multa dentro de la misma Municipalidad de Guatemala, informándose al respecto a la Dirección de Asuntos Jurídicos quien a su vez remitirá una carta al Juez de Asuntos Municipales haciéndole saber que la multa fue cancelada en su totalidad. Es así como el Juzgado de Asuntos Municipales ordenará el cierre y el archivo de las actuaciones, otorgando certificación de la resolución final a las partes.¹³⁸

¹³⁵ Secretaría General de la Municipalidad de Guatemala. Pág. 24.

¹³⁶ *Ibid.* Pág. 20- 30.

¹³⁷ *Ibid.* Pág. 31-65.

¹³⁸ *Ibid.* Pág. 66-69.

No obstante al hecho de que la municipalidad de Guatemala ha adoptado medidas pertinentes que han ayudado a establecer los procedimientos, los requisitos administrativos y las sanciones para la aplicación correcta e idónea de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, estas medidas se encuentran fundadas meramente en procedimientos administrativos y en criterios municipales, no teniendo el mismo peso jurídico que la ley; es por esta razón que la Ley de anuncios resulta ser inefectiva en su aplicación, carece de disposiciones suficientes y es imprecisa en su contenido.

Los acuerdos municipales y sus criterios emitidos han llegado a causar conflicto con relación a empresas publicitarias, debido al hecho que el imperio de la ley es superior a los mismos y la falta de una regulación concisa permite que la ley se maneje de manera que sea más conveniente para el interesado que para el bienestar del ambiente sano en el que se desenvuelve la población, lo que conlleva a que la municipalidad se vea limitada en su ejercicio y la colocación excesiva de vallas publicitarias continúe en crecimiento, provocando que la contaminación visual perjudique cada vez en una mayor escala a la sociedad.

La emisión de un acuerdo gubernativo que contenga un reglamento para la aplicación del decreto 34-2003 debería de ser el instrumento más conveniente para que tanto las municipalidades, como las demás entidades competentes puedan aplicar las disposiciones contenidas en dicha ley, teniendo así un respaldo con fuerza legal y órganos que se encuentren organizados con el fin de cumplir con la misma.

CAPITULO 4

La colocación de vallas publicitarias en propiedad privada como fuente de contaminación visual en Guatemala

4.1 Problemática

Para anudar en el hecho de que uno de los problemas que afronta la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares radica en su falta de regulación en la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada, lo cual es causa de contaminación visual en Guatemala, cabe explicar a grandes rasgos el tema del derecho de propiedad.

El derecho romano, definía lo que es “propiedad” como el derecho de poder usar y abusar de las cosas, siempre y cuando el Derecho lo autorice.¹³⁹

Así mismo, el Derecho de Propiedad se puede definir como “el derecho por el que una cosa pertenece a una persona...”¹⁴⁰

Según la doctrina, puede decirse que la propiedad es aquel derecho que tiene la persona sobre algún bien, de poder disponer de él sin problema, siempre y cuando respete las limitaciones establecidas por la ley.

Jurídicamente, según el artículo 464 del Código Civil, propiedad es “el derecho de gozar y disponer de los bienes dentro de los límites y con la observancia de las obligaciones que establecen las leyes.”¹⁴¹

Además, el artículo 39 de la Constitución Política de la República de Guatemala, define y regula lo que se conoce como propiedad privada, el cual es un derecho inherente a la persona, que se refiere a la libertad de disponer de los bienes

¹³⁹ Brañas Alfonso. *Manual de Derecho Civil*. Guatemala. Editorial Estudiantil Fénix. 2010. Pág. 53

¹⁴⁰ Brañas Alfonso. *Óp. Cit.* Pág. 323.

¹⁴¹ Enrique Peralta Azurdia. Código Civil, Decreto Ley número 106.

conforme a lo establecido en la ley. Dentro del mismo artículo, se garantiza que el Estado, debe proveer las condiciones necesarias para facilitar al propietario el uso y disfrute de sus bienes, con el fin de que pueda desarrollarse de forma completa e integral dentro del país.¹⁴²

La propiedad, es un derecho real en el que su ejercicio se encuentra limitado por limitaciones legales y por limitaciones voluntarias o contractuales.¹⁴³

Las limitaciones legales, son aquellas que se encuentran establecidas en la ley; y las voluntarias o contractuales son las que nacen por voluntad del propietario o por acuerdo entre partes.¹⁴⁴

Es obligación del Estado, a través de su organismo legislativo y ejecutivo (Administración Pública), regular y fiscalizar la forma en la que el derecho de propiedad es ejercido, y es por ello que es importante la regulación de la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada dentro del país, con el fin de que sea respetado el derecho ajeno y con el fin de establecer las limitaciones a las cuales se debe de sujetar este hecho para combatir así la irrupción de contaminación visual en el paisaje.

Cabe mencionar también que la Ley regula lo que llamamos “Abuso de Derecho”, ésta figura se encuentra establecida en el artículo 465 del Código Civil: “El propietario, en ejercicio de su derecho, no puede realizar actos que causen perjuicio a otras personas y especialmente en sus trabajos de explotación industrial, está obligado a abstenerse de todo exceso lesivo a la propiedad del vecino.”¹⁴⁵

¹⁴² Asamblea Nacional Constituyente. *Óp. Cit.*

¹⁴³ Brañas Alfonso. *Óp. Cit.* Pág. 325.

¹⁴⁴ *Loc. Cit.*

¹⁴⁵ Enrique Peralta Azurdia. *Óp. Cit.*

El abuso del derecho de propiedad, se refiere a que el uso libre de los bienes, debe de ser aceptado por el propietario de los mismos, haciendo alusión a que en el momento en que dicho uso provoque daños o tergiversaciones al derecho ajeno, éste debe de limitarse. Lo que lleva a concluir en que la colocación de vallas publicitarias puede resultar ser un abuso de derecho en el que el ejercicio del derecho de propiedad, ya que se ve afectado por la inexistencia de disposición alguna que pueda limitarlo y que establezca dichos límites de manera coherente para no provocar daños a los sujetos, ni tampoco al medio ambiente, como lo es la contaminación visual provocada por la desmedida colocación de vallas publicitarias.¹⁴⁶

Previo a la creación y a la entrada en vigencia del decreto 34-2003, Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, el decreto vigente en ese entonces, el decreto 144-96 regulaba dentro de sus disposiciones, en el segundo párrafo de su artículo 4, la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada : “todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal, y al impuesto Único Sobre Inmuebles, además deberá apegarse a lo establecido en la presente ley, y contar con la respectiva autorización municipal. Aquellos rótulos que ya estén colocados en propiedad privada y no cuentan con autorización municipal, deberán ser retirados en un plazo de un mes a partir de la vigencia de esta ley”.¹⁴⁷

Así también el artículo 23 regulaba que: “Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a lo preceptuado en esta ley y deberá de contar con la autorización municipal respectiva”.¹⁴⁸

¹⁴⁶ Brañas Alfonso. *Óp. Cit.* Pág. 324.

¹⁴⁷ Congreso de la República de Guatemala. Decreto número 144-96.

¹⁴⁸ *Loc. Cit.*

Ambos artículos de este decreto fueron alegados de ser inconstitucionales luego de haber entrado en vigencia dicho Decreto¹⁴⁹, argumentando por el accionante de la inconstitucionalidad general planteada que: “la segunda parte del artículo 4 es retroactiva, pues, al reformar el artículo 6 de la Ley el plazo para retirar los rótulos colocados en propiedad privada que no cuenten con autorización municipal, empieza desde la vigencia del Decreto que se impugna”; a ello la Corte de Constitucionalidad resolvió lo siguiente: “no puede estimarse su impugnación, porque el requisito de autorización previa municipal viene impuesto desde la vigencia del Decreto 11-74 del Congreso de la República, que, como ya se dijo, es el antecedente de la ley cuyo Decreto de reforma se cuestiona. En efecto, tal autorización ya fue obligada por el artículo 8o. de aquel Decreto, repetida en el artículo 11 de la ley que lo derogó y reiterada en la reforma que le introdujo el artículo 9 del Decreto bajo examen. Consecuentemente, no se deriva de la aplicación del párrafo atacado que conlleve aplicación retroactiva de la ley, por lo que, a este respecto, no es acogible la tesis del interponente”.¹⁵⁰

El accionante argumentó en la inconstitucionalidad planteada con respecto al artículo 23 también que: “el artículo 23 del atacado Decreto, que adicionó el artículo 40 Bis. de la Ley, prescribiendo que "Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a lo preceptuado en esta ley y deberá contar con la autorización municipal respectiva", sobrepasa el límite que para la potestad municipal determina el derecho de vía, confiriéndole a las municipalidades un derecho ilimitado sobre el derecho de propiedad, violando con ello el artículo 39 de la Constitución”; sin embargo la Corte de Constitucionalidad resolvió lo siguiente: “no se advierte del artículo transcrito que el mismo constituya la transgresión denunciada porque, aun cuando su redacción pueda parecer irrazonable al postulante, esa, como todas las disposiciones de la Ley, están referidas a rótulos o anuncios que se coloquen a los lados de los caminos de uso público, lo que en manera alguna puede derivar en

¹⁴⁹ Ver anexo E.

¹⁵⁰ Corte de Constitucionalidad. Inconstitucionalidad General. Expediente No. 183-97.

autorización que conlleve lesión a la propiedad; de igual manera también es lícito regular emanaciones que tengan su procedencia desde el interior de una propiedad privada (ruidos, olores, gases tóxicos u otros) que afecten distintos ámbitos también privados o públicos, supuesto que, en todo caso, puede defenderse por los medios que dispone la ley. De ahí que no pueda estimarse la inconstitucionalidad solicitada”.¹⁵¹

Aún con la sentencia antes indicada de la Corte de Constitucionalidad en el expediente 183-97, estas disposiciones, en las que la Ley de anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares, regulaban la colocación de vallas en propiedad privada, no fueron aplicables y se continuó argumentando que éstas eran inconstitucionales; para ello se creó el decreto que hoy se conoce y se encuentra vigente, el Decreto 34-2003, en donde nada abarcó acerca de la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada.

Debido al vacío legal que la Ley de anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares vigente adolece, la Municipalidad de Guatemala se vio en la necesidad de crear acuerdos y reglamentos municipales en pro de idear un sistema efectivo que regulara la colocación de vallas publicitarias, tanto en el sector público, como en el sector privado, con ello velando porque la desmedida colocación de vallas publicitarias no influya como fuente de contaminación visual en Guatemala.

Sin embargo, aún con el trabajo realizado por la Municipalidad de Guatemala en relación a este tema, ello no erradica la problemática a la que se enfrenta la zona urbana de la ciudad, puesto que como bien se ha explicado en los capítulos previos, los acuerdos y/o reglamentos municipales son únicamente criterios que la municipalidad ha ideado para un mejor labor de su parte, sin embargo, nunca serán ecuánimes al imperio de la Ley; por lo que al momento de encontrarse en conflicto la Ley de anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares, ésta siempre va a prevalecer ante cualquier reglamento o acuerdo municipal,

¹⁵¹ *Loc. Cit.*

favoreciendo a la desmedida colocación de vallas publicitarias y añadiendo así a la problemática de la contaminación visual provocada por la colocación de vallas publicitarias.

4.2 Consecuencias

La falta de regulación de la colocación de vallas publicitarias en propiedad privada en la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, tiene como principal consecuencia, entre otras, el ser una de las mayores fuentes de contaminación visual en Guatemala.

La evolución de los medios de contaminación mayormente en el ámbito comercial, y el desarrollo de la competencia comercial tiene como resultado la proliferación excesiva de vallas y anuncios publicitarios, lo cual conduce al caos vial y a la saturación de objetos visuales en las calles, perímetros de la ciudad y en el espacio público.¹⁵²

Dicho fenómeno se debe a los anuncios y vallas publicitarias colocadas de forma ilegal y abusando de la normativa vigente, en este caso del Decreto 34-2003. Según algunos registros de la Municipalidad de Guatemala, del año 2002 al 2003, previo a la entrada en vigencia de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, se habrían instalado alrededor de 411 vallas publicitarias, siendo dicho número aún mayor si se hubiesen tomado en cuenta la cantidad de vallas publicitarias colocadas de manera clandestina y sin la autorización correspondiente.¹⁵³

La mayor parte de la clandestinidad e ilegalidad en la colocación de anuncios radica en la colocación de los mismos en la propiedad privada. Tal y como se ha mencionado, aún en medio de los monitoreos efectuados por la Municipalidad de

¹⁵² Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala C.A. *Informe Nacional del Estado del Ambiente*. Guatemala. ARCASAVI. 2003. Pág. 161.

¹⁵³ *Loc. Cit.*

Guatemala basados en acuerdos y reglamentos municipales, y además de las sanciones y multas impuestas por los Juzgados Municipales, las empresas publicitarias cuentan con la facultad de hacer de las suyas, amparándose en la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, puesto que la ambigüedad de la Ley no sanciona completamente la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada, ni tampoco establece un sistema que regule detalladamente su colocación. Ello implica que la municipalidad se vea limitada en el hecho de buscar contrarrestar las consecuencias que este problema puede llegar a ocasionar, como lo es la distorsión de paisaje urbano.¹⁵⁴

Los anuncios y vallas publicitarias colocadas desmedidamente son riesgos potenciales para todos los ciudadanos, puesto que pueden llegar a provocar una sobre estimulación visual, afectando a conductores de vehículos automotores o a automovilistas influyendo en la posibilidad de que ocurran accidentes de tránsito.¹⁵⁵

La solución idónea para detener la problemática causada por la contaminación visual radica en la observancia y cumplimiento de un marco normativo que regule esta temática de manera eficaz. El fin de ello no es erradicar la publicidad, la cual en definitiva es necesaria, sino que ésta se lleve a cabo de manera más rigurosa y controlada, con el fin de prevenir los casos concretos en donde se adolece de abusos a la propiedad privada y así también daños al paisaje urbano de la ciudad.¹⁵⁶

4.3 Falta de regulación en La ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003

El artículo 13 de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003, establece que: “para la colocación de cualquier

¹⁵⁴ Herrera Monterroso, Carlos Iván. *Óp. Cit.*

¹⁵⁵ Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala C.A. *Óp. Cit.* Pág. 161

¹⁵⁶ *Ibíd.* Pág. 162

anuncio debe obtenerse previamente el permiso escrito del propietario del terreno respectivo, si fuere privado, y la autorización de la municipalidad correspondiente, la que está obligada a extender el permiso en un plazo no mayor de quince (15) días después de cumplir con los requisitos respectivos.”¹⁵⁷

Así mismo en el segundo párrafo de este mismo artículo la ley establece que: “se exonera del párrafo anterior y de lo relativo al derecho de vía, los siguientes casos: a) A propietarios de terrenos que deseen erigir anuncios de venta o arrendamiento de su propiedad; b) La venta de artículos producidos dentro de las propiedades a que se refiere el inciso anterior; c) Señales erigidas con propósito de advertir cualquier servicio al público, tales como: lugares religiosos, monumentos históricos y turísticos.”¹⁵⁸

Si bien es cierto, este artículo hace una superficial mención sobre la obligación de solicitar autorización para la colocación de anuncios en terrenos que sean privados, y subsiguientemente se exoneran tres casos para la colocación de vallas o anuncios publicitarios. Sin embargo, tal disposición no contiene un margen jurídico para que haga que dicha norma saque de la ambigüedad el hecho de colocar vallas publicitarias clandestinamente en las propiedades.

Todo esto recae nuevamente en los siguientes puntos: 1. La falta de previsión bajo la cual la ley se maneja, puesto que no previene el mal manejo de la misma, su abuso y el caos que puede llegar a causar como consecuencia de su inaplicabilidad y de su vago contenido; 2. La necesidad de crear un reglamento mediante un acuerdo gubernativo; lo cual es indispensable a la hora de llevar la normativa a la realidad.

Es por esto que el artículo 13 de la Ley carece de relevancia desde el punto de vista concreto, ya que no hay una norma con fuerza de ley que explique su

¹⁵⁷ Congreso de la República de Guatemala. *Óp. Cit.*

¹⁵⁸ *Loc. Cit.*

contenido y que establezca minuciosamente la manera en la que debería de llevarse a cabo.

Cabe mencionar nuevamente, que la solución que la municipalidad de Guatemala ha previsto a causa de la falta de regulación que existe en el Decreto 34-2003, ha sido la de crear acuerdos y reglamentos municipales que amparen la ley. Para ello el formulario no. 205 y el formulario no. 201, previamente detallados en los capítulos previos, materializan la aplicación del artículo 13 de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Herrera Monterroso, Carlos Iván. *Óp. Cit.*

CAPÍTULO 5

Presentación, discusión y análisis de resultados

5.1 Síntesis y análisis de los resultados obtenidos

Con base en el título del presente estudio y de la investigación desarrollada es necesario hacer énfasis en la siguiente pregunta: ¿Qué problemática ostenta la ley de vallas publicitarias en Guatemala, como resultado de la falta de regulación y aplicación en la propiedad privada, cual es el impacto que causa como fuente de contaminación visual, y que impedimentos municipales se presentan para hacer efectiva dicha ley?

Ante esta interrogante, se pretende revelar la síntesis y el análisis de los resultados obtenidos según la información recabada con anterioridad; para ello, cabe explicar como punto de partida que la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares es el marco legal de donde nace la preocupación por disminuir al mínimo la contaminación ambiental y visual que afecta los perímetros de la república de Guatemala; todo esto regulado en el artículo 4, inciso a) de dicha Ley.

La preocupación por el medio ambiente y contaminación dentro del ámbito legal en Guatemala nace con la Ley de protección y mejoramiento del medio ambiente, decreto número 68-86, esta ley abarca todo el ámbito ambiental y la protección del mismo como uno de los deberes del Estado y como base para la protección del desarrollo humano en un ambiente digno. Sin embargo es de notar que el medio ambiente cada día se ve en grandes grados afectados por diversos factores, siendo el más común de ellos la contaminación.

La contaminación visual es la principal responsable de provocar un desequilibrio y distorsión en el paisaje natural o artificial, afectando no solamente el ambiente en sí, sino así también las condiciones de vida del ser humano. A este tipo de contaminación se la ha dado poco importancia y poco se ha enfatizado en su

estudio en Guatemala, por no ser tan latente a la vista superficial humana, sin embargo ello no amortigua las severas consecuencias que puede llegar a provocar.

La problemática que afronta la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, decreto número 34-2003 respecto al tema de la propiedad privada, es una de las principales preocupaciones con relación a la propagación de la contaminación visual de la República y en la ciudad de Guatemala.

Si bien es cierto el decreto 34-2003 manifiesta en sus considerandos, la necesidad por la cual se emitió un nuevo cuerpo normativo que regulase disposiciones jurídicas acordes a la realidad nacional, ya que las normativas previas no resultaban ser congruentes con la realidad vial del país. Así también se manifiesta en dichos considerandos, el objeto de hacer aplicable y funcional dicha Ley. Sin embargo, una de las mayores problemáticas que ostenta la Ley de anuncios, también conocida como Ley de vallas publicitarias son los vacíos legales que sus disposiciones adolecen, de donde resulta evidente que esta normativa no se encuentra apegada a la realidad nacional en la que la zona urbana de Guatemala se desarrolla actualmente.

La ciudad de Guatemala está cada vez más saturada de publicidad y de anuncios colocados de forma ilegal y clandestina, sin observancia alguna de las disposiciones establecidas en el decreto 34-2003, todo esto debido a que en la actualidad existe una competencia comercial que va en crecimiento día con día obligando a las empresas publicitarias a impactar cada vez más fuerte al consumidor con la colocación de publicidad en todos los rincones de la ciudad.

Hoy en día cada espacio en blanco que queda dentro del perímetro de la ciudad resulta ser una oportunidad para todas las empresas publicitarias que trabajan en la propagación de un producto dirigido al consumidor. La demanda de colocación

de anuncios y vallas publicitarias es en definitiva, un fenómeno que no tiene límites y que en esta época es insuficiente. La necesidad que la Ley de anuncios busca suplir, es una necesidad que la Ley no puede saciar ya que la publicidad en la ciudad es excesiva y se ha salido de control.

La puerta que principalmente le da entrada a la excesiva colocación de publicidad, es el simple hecho de que la Ley de anuncios no especifica disposiciones que prevean la colocación de anuncios en la propiedad privada, y si bien es cierto, la Ley regula en su artículo 13, la obligación de solicitar el permiso por escrito del propietario del terreno en donde el respectivo anuncio será colocado, si dicho terreno fuese privado; pese a esto, no existe disposición alguna que le permita al solicitante seguir un sistema en específico en donde la disposición pueda ser aplicable. Dicho en palabras más simples la Ley nada regula sobre cómo hacer efectiva dicha solicitud y permiso, y tampoco sobre el tipo de anuncio a colocar en la propiedad ajena, menos limita la acción de colocar anuncios en los terrenos privados.

Es inevitable no hacer mención al hecho de que la falta de un reglamento creado mediante acuerdo gubernativo, es otra puerta difícil de ignorar, que le da entrada a la inaplicabilidad de la Ley de anuncios en la propiedad privada.

Los reglamentos emanados del Organismo Ejecutivo y creados mediante acuerdo gubernativo, tienen dentro de sus finalidades, desarrollar una norma ordinaria o una Ley con el objeto de hacerla aplicable, creando con ello órganos específicos y desarrollando sistemas de aplicación que amplíen las disposiciones contenidas en la Ley.

En los capítulos anteriores también se hace mención de este suceso, puesto que la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares en su artículo 26 establece que sería el Organismo Ejecutivo el encargado de emitir el reglamento de dicha Ley, dentro de los sesenta días a partir de su entrada en

vigencia. A pesar de haberse previsto la acción de crear un reglamento, este nunca ha sido creado, lo cual ha obligado a la municipalidad de Guatemala, en este caso, a promover soluciones que sean la salida a este problema, tal y como se puede ver en los reglamentos y acuerdos municipales vigentes.

La falta de un reglamento en la Ley de anuncios es algo que si atañe a tener una ley que no aporta tantas soluciones como problemas, puesto que los conflictos de su aplicabilidad empeoran al no tener respaldo legal alguno. Esto mismo sucede con la propiedad privada, la disposición establecida en el artículo 13 de la ley, carece así también de aplicabilidad debido a la falta de un reglamento que desencadene la forma en la que dicha disposición puede ser llevada a cabo, evitando así la propagación de publicidad en exceso colocada en la propiedad privada.

La colocación de anuncios y vallas publicitarias en la propiedad privada como se menciona en los párrafos anteriores, es el mecanismo que tiene toda empresa publicitaria o todo comerciante para promover sus productos sin velar por cumplir las disposiciones de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, con el fin de provocar con esta publicidad impacto en la ciudad y en el ojo del consumidor, lo cual tiene como consecuencia ser una fuente de contaminación visual que daña a la población guatemalteca.

Tal y como se explica en la presente investigación y en varios de los capítulos desarrollados, una de las mayores fuentes de contaminación que ataca a todas las ciudades hoy en día es la colocación masiva de publicidad, provocando una distorsión en el ambiente, en el paisaje y serias consecuencias en el ser humano a largo plazo.

Resulta inviable caminar por los alrededores de la ciudad de Guatemala sin ser atacado severamente por la difusión excesiva de información que se encuentra en los anuncios de todo tipo colocados en cualquier lugar, y aun en lugares poco

accesibles. El mayor auge de contaminación visual provocado por la colocación de vallas publicitarias se encuentra en la propiedad privada, puesto que es allí donde las personas utilizan libremente el espacio o terreno que se encuentra bajo su poder, argumentando que el Derecho a la Propiedad Privada es un derecho que no puede ser limitado o violado impidiéndose la libre colocación de anuncios.

La colocación de vallas en este tipo de casos, es decir, en el caso de vallas colocadas en propiedad privada sin autorización alguna es ilegal, ya que en la mayoría de casos no existe una solicitud previa, presentada ante la municipalidad y mucho menos existe una recaudación efectiva por el anuncio colocado. Esto quiere decir que no solamente los anuncios y vallas publicitarias afectan el medio ambiente en el que el ser humano busca desarrollarse integralmente, sino que afectan también al Estado mismo, al no efectuarse ninguna recaudación justa y equitativa de los tributos a los que corresponde.

Para el objeto de este análisis y de conocer el alcance del impacto que puede llegar a tener la contaminación visual provocada por la colocación de vallas publicitarias en Guatemala, mayormente en la propiedad privada, cabe recordar que La Constitución Política de la República de Guatemala regula en su artículo primero que el Estado de Guatemala se encuentra organizado con el fin de proteger a la persona y a su familia, siendo su fin supremo la realización del bien común. El bien común es el fin supremo del Estado a través del cual este busca proveer los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de la población y así alcanzar un desarrollo integral. El artículo 2 de la Constitución Política de la República de Guatemala, establece también los deberes de Estado, dentro de los cuales se encuentra el de garantizar a los habitantes de la República el desarrollo integral de la persona.

La contaminación visual generada por la excesiva colocación de vallas publicitarias en la ciudad de Guatemala incluso puede llegar a ser obstáculo para que el mismo Estado incumpla con alcanzar su fin supremo, el cual es el bien

común, y de igual forma impedir que la población pueda llegar a tener un desarrollo integral y sano. Todo esto debido a que la contaminación visual puede generar severas consecuencias como anteriormente se ha estudiado, que pueden llegar a ser tanto consecuencias en el medio ambiente, como consecuencias en el ser humano, tales como el estrés, dolores de cabeza, accidentes provocados por distracciones al desplazarse por vehículos en las calles de la ciudad, entre muchas otras consecuencias que resultan ser perjudiciales sin que muchas veces el ser humano se percate de ello.

En ocasiones puede resultar difícil de comprender el impacto y alcance que tiene la contaminación visual en Guatemala y el daño dirigido a la población por la creciente y descontrolada colocación de vallas publicitarias, sin embargo es un factor sumamente evidente y fácil de notar por todos y cada uno de los ciudadanos con el solo hecho de circular en los alrededores de la ciudad, ignorando con ello las graves consecuencias a lo se enfrentan día con día; es por esta razón que existe la necesidad de hacer conciencia en la población de este problema que aún se encuentra en el olvido o ha sido simplemente desestimado.

La Municipalidad de Guatemala siendo la principal responsable de la aplicación de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, se ve impedida en esta tarea debido a la inefectiva herramienta que resulta ser la misma. Tal y como se establece en el artículo segundo del decreto 34-2003, las municipalidades en sus respectivas jurisdicciones, son el órgano encargado de aplicar esta Ley y su reglamento. No obstante esta disposición, la Ley no regula el “como” de la tarea delegada a las municipalidades, es por ello que las municipalidades, y en este caso la municipalidad de Guatemala se va visto forzada a crear dentro de sus reglamentos y acuerdos municipales, disposiciones que regulen este tema, regulaciones de las cuales la municipalidad puede sostenerse para velar por la correcta colocación de vallas y anuncios publicitarios.

La municipalidad de Guatemala lleva un sistema ordenado con relación a la colocación de anuncios; ésta ha encontrado la manera de estereotipar los procedimientos que inician desde la presentación de una solicitud y autorización, hasta la colocación y el monitoreo constante que vela por la correcta aplicación de la Ley. Todo esto llevado a cabo a través de la Dirección de Control Territorial.

No obstante a esto, como bien se ha dicho previamente, el mayor impedimento que presenta la municipalidad de Guatemala en cuanto a la efectividad en la aplicación del decreto 34-2003, es la falta de un reglamento que disponga y desarrolle de manera clara y precisa los sistemas y procedimientos para emplear las disposiciones que contiene la Ley.

Aunque la municipalidad tenga ya un sistema establecido que amplía la Ley de anuncios, este sistema no es competitivo ante la fuerza de ley de los acuerdos gubernativos, y es por esta razón que la municipalidad de Guatemala se topa con uno de sus mayores obstáculos al momento de ejecutar multas y sanciones que competen en cada caso, debido a que la Ley con su falta de regulación en tantos ámbitos, puede llegar a manipularse a tal punto de interpretarse al antojo del interesado, provocando con ello que la municipalidad y sus acuerdos se encuentren en una posición de desventaja teniendo que ceder ante los conflictos por la colocación de vallas publicitarias sin autorización alguna.

Las empresas publicitarias incluso se han afianzado de este impedimento, y aunque la municipalidad de Guatemala ha utilizado los recursos idóneos ante los Juzgados Municipales para imponer multas y sanciones, los conflictos legales ceden a favor de los interesados, todo esto debido a disposiciones que no dejan en claro su aplicación y debido a la falta de un reglamento que desarrolle la misma.

Es importante recalcar, que los impedimentos descritos no desvirtúan que es preocupación de la municipalidad de Guatemala el aplicar de manera efectiva la

Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, y así mismo es de su interés velar porque la excesiva colocación de anuncios que afectan el paisaje de la ciudad y al ser humano en su diario vivir pueda ser controlada y no provoque daños aún mayores con el pasar del tiempo y con el creciente fenómeno de la publicidad sumando a la propagación de la contaminación visual.

Para fines del presente estudio se llevó a cabo una serie de entrevistas mediante las cuales se pudo dar conocer las opiniones de un número de 50 miembros de la población guatemalteca de diferentes sectores con respecto al presente tema, con ello se llegó a la conclusión que:¹⁶⁰

El 80% de las personas encuestadas no tiene conocimiento sobre la existencia de la Ley de anuncios en vías urbanas vías extraurbanas y similares, decreto 34-2003.¹⁶¹

El 100% de la población encuestada considera que el departamento de Guatemala sufre de contaminación visual a causa de la colocación excesiva de vallas publicitarias en la propiedad privada.¹⁶²

Un 70% de los encuestados respondieron que consideran que el exceso de publicidad colocada en la propiedad privada es una fuente de contaminación visual en Guatemala.¹⁶³

Así también un 60% considero que la contaminación visual es un tema que merece atención y merece tratamiento que tenga como finalidad erradicar las fuentes de contaminación visual.¹⁶⁴

¹⁶⁰ Ver anexo A, guía de encuesta

¹⁶¹ Ver anexo B, gráfica no. 1

¹⁶² Ver anexo B, gráfica no. 2

¹⁶³ Ver anexo B, gráfica no. 3

¹⁶⁴ Ver anexo B, gráfica no. 4.

Por último, un 80% de los encuestados creen que la municipalidad de Guatemala posee las facultades suficientes para mejorar y erradicar el problema de contaminación visual que sufre el departamento de Guatemala a causa de un exceso de publicidad colocada en la propiedad privada.¹⁶⁵

De los resultados anteriores, se puede concluir en que las personas si se encuentran consientes de la contaminación visual que ataca a la población guatemalteca como consecuencia del exceso de publicidad colocada en la propiedad privada, sin embargo aún no se tiene conocimiento de la legislación aplicable a dicho tema, y mucho menos de los órganos competentes para implementar las medidas necesarias que erradiquen dicho problema. De todo esto viene la necesidad de que la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares pueda ser reformada a medida de regular la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada, o bien ésta pueda ampararse a través de la creación de un reglamento mediante acuerdo gubernativo que permita la aplicación correcta de la misma y el hacerla efectiva para que el problema de contaminación visual a la que atañen los guatemaltecos pueda ser controlado y disminuido de manera considerable.

¹⁶⁵ Ver anexo B, gráfica no. 5.

CONCLUSIONES

1. Con relación al objetivo general de la presente investigación se puede arribar a la conclusión de que existe una necesidad indudable de reformar la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, decreto 34-2003, específicamente en la colocación de anuncios en la propiedad privada; esto debido a que la Ley establece disposiciones demasiado generales que no permiten establecer la manera correcta de colocar anuncios en la propiedad privada, así tampoco la manera de sancionar o multar los anuncios colocados fuera de los requisitos y parámetros establecidos, provocando con ello el acrecentamiento de la contaminación visual en la ciudad de Guatemala.
2. En cuanto a la aplicación de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, se puede concluir en que dicha Ley carece de una aplicación efectiva, ello debido a la falta de un reglamento creado por el Organismo Ejecutivo, mediante el cual se puedan desarrollar las disposiciones que se encuentran contenidas en la misma y así mismo establecer los sistemas idóneos para su efectiva aplicación, es por esta razón que existe una notoria necesidad de crear el reglamento del Decreto 32-2003.
3. Dentro de las consecuencias más graves que se pueden ver a causa de la falta de regulación de la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada en Guatemala, se encuentra la evasión del tributo al cual se encuentra afecta esta acción, y principalmente el hecho de que ello es una de las principales fuentes de contaminación visual en Guatemala.
4. Es importante arribar al hecho de que la mayor fuente de contaminación visual a la que Guatemala se encuentra sometida es el exceso de publicidad y la saturación de información publicitaria que evidentemente se percibe en todas las calles de la ciudad y en su zona urbana. Todo esto mayormente es ocasionado en las propiedades ajenas, puesto que la Ley de anuncios en vías

urbanas, vías extraurbanas y similares, no dispone de normas que fiscalicen e influyan a controlar la colocación de los anuncios en la propiedad privada.

5. La contaminación visual provocada por la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada en Guatemala afecta no solamente el ambiente y el paisaje, sino que también sus consecuencias y efectos recaen directamente en el ser humano, provocando con ello daños graves que pueden llegar hasta ocasionar accidentes viales por la falta de atención de los pilotos al ser distraídos por medio de la saturación publicitaria de las calles en la ciudad de Guatemala.
6. El mayor impedimento que afrontan las municipalidades para hacer efectiva la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares es de igual manera la falta de reglamento que respalde las disposiciones que se encuentran contenidas en la Ley, o bien, también la ambigüedad en dichas disposiciones. No obstante al hecho de que la municipalidad regula la colocación de anuncios y vallas publicitarias a través de reglamentos y acuerdos municipales, la misma se encuentra en conflicto al momento de hacer efectivo el cumplimiento de dichos reglamentos y acuerdos puesto que estos solamente son criterios municipales en comparación con la Ley, la cual es superior y en todos los casos prevalece sobre los mismos.
7. Mediante esta investigación, se ha podido determinar la necesidad que existe de reformar la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, es ineludible establecer disposiciones que regulen la colocación de anuncios y vallas publicitarias en la propiedad privada, para evitar así la propagación de la contaminación visual de la cual padece la ciudad de Guatemala, así también para amparar el trabajo hecho por la municipalidad de Guatemala con el fin de fiscalizar la colocación de anuncios e imponer sanciones y/o multas por incumplimiento de dichas disposiciones.

8. Finalmente, es importante resaltar que con la reforma de la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, aún no bastaría con la búsqueda de erradicar la problemática que se trata, sino también es necesaria la creación del respectivo reglamento, obligación que fue ya establecida en el artículo 26 de dicha ley, para que así pueda desarrollarse la Ley y pueda también coadyuvar a la aplicación efectiva del decreto 34-2003.

RECOMENDACIONES

1. La necesidad de crear una cultura que se encuentre apercibida del daño que esto puede llegar a causar y que por ende, las personas puedan tomar entonces conciencia para trabajar en pro de evitar la propagación de la contaminación visual, evitando colocar innecesariamente publicidad en los alrededores de la ciudad.
2. La necesidad de una reforma por parte del Congreso de la República de Guatemala, mediante la cual se puedan crear normas concretas que regulen los vacíos legales que hoy esta deja, para implementar su correcta interpretación.
3. Que imperativamente la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares regule la colocación de vallas publicitarias en la propiedad privada, esto debido a que dicha acción es una de las mayores fuentes de contaminación visual que ataca todos los perímetros de la ciudad, causando con ello consecuencias en el ambiente, paisaje y en la población guatemalteca.
4. La imperiosa e impostergable creación de un reglamento a través de un acuerdo gubernativo del Organismo Ejecutivo, tal y como lo dispone el artículo 26 de la Ley, para que con ello sea posible desarrollar las normas contenidas en la Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, y con ello así mismo se pueda facilitar su aplicabilidad por los órganos correspondientes, los cuales en este caso son las municipalidades de las respectivas jurisdicciones.

REFERENCIAS

1. BIBLIOGRÁFICAS:

- 1.1 Almeida David y otros. Contaminación Visual en el centro histórico de la ciudad de Ibarra. Ecuador. 2012. Tesis de Escuela de Diseño. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.
- 1.2 Brañas Alfonso. Manual de Derecho Civil. Guatemala. Editorial Estudiantil Fénix. 2010.
- 1.3 Díaz Garzona, Silvia Paola. Derecho Ambiental en Guatemala, leyes que tipifican los delitos contra el ambiente. Guatemala. 2013.
- 1.4 Gutiérrez de Colmenares, Carmen María y Josefina Chacón de Machado. Introducción al Derecho. Guatemala. Instituto de Investigaciones Jurídicas. 2007. Tercera Edición.
- 1.5 J. Falbo, Aníbal. Derecho Ambiental. Buenos Aires, Argentina. Librería Editora Platense S.R.L. 2009.
- 1.6 Jaquenod Zsogon, Silvia. Iniciación al derecho ambiental. Madrid, España. Editorial Dykinson. 1996.
- 1.7 Martínez Solórzano, Edna Rossana. Apuntes de Derecho Ambiental. Tercera Edición. Guatemala. 2009.
- 1.8 Wagner Travis. Contaminación, causas y efectos. Primera Edición. México. 1996.

2. NORMATIVAS:

- 2.1 Asamblea Nacional Constituyente. Constitución Política de la República de Guatemala.
- 2.2 Congreso de la República de Guatemala. Ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares. Decreto 34-2003.
- 2.3 Congreso de la República de Guatemala. Código Municipal, Decreto Número 12-2002.
- 2.4 Congreso de la República de Guatemala. Decreto número 144-96.

- 2.5 Enrique Peralta Azurdia. Código Civil, Decreto Ley número 106.
- 2.6 El Presidente de la República. Reglamento de Evaluación, Control y Seguimiento Ambiental, Acuerdo Gubernativo Número 431-2007.
- 2.7 Corte de Constitucionalidad. Inconstitucionalidad General. Expediente No. 183-97.

3. ELECTRÓNICAS:

- 3.1 Blog Ambientalista. Miranda, Elisa. Antecedentes Históricos del Derecho Ambiental Guatemalteco. Guatemala. 2013. http://elisa-miranda-ambiental.blogspot.com/2013/02/antecedentes-historicos-delderecho_19.html#!/2013/02/antecedentes-historicos-del-derecho_19.html. 1 de mayo del año 2017.
- 3.2 Contraloría General de la República de Panamá. <https://www.contraloria.gob.pa/inec/Archivos/P2891conceptos.pdf>. 1 de mayo del año 2017.
- 3.3 Contaminación Ambiental.net. Contaminación Ambiental. 2017. <http://contaminacionambiental.net/contaminacion-ambiental/>. 1 de mayo del año 2017.
- 3.4 BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. Contaminación Atmosférica. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-atmosferica/>. 1 de mayo del año 2017
- 3.5 BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. Contaminación hídrica. 2014. [http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-hídrica/](http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-hidrica/). 3 de mayo del año 2017
- 3.6 BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. Contaminación del suelo. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-del-suelo/>. 3 de mayo del año 2017
- 3.7 BioEnciclopedia. BioEnciclopedia. Contaminación por basura. 2014. <http://www.bioenciclopedia.com/contaminacion-por-basura/>. 3 de mayo del año 2017

- 3.8 Inspiraction. Contaminación Radiactiva. Madrid.
<https://www.inspiration.org/cambio-climatico/contaminacion/tipos-de-contaminacion/contaminacion-radioactiva>. 3 de mayo del año 2017.
- 3.9 Contaminación Ambiental. Contaminación Genética. 2014.
<https://contaminacionambiental.info/la-contaminacion-genetica/>. 3 de mayo del año 2017.
- 3.10 Fundación Vivo Sano. ¿Qué es la contaminación electromagnética? Madrid. 2016.
http://www.vivosano.org/es_ES/Informaci%C3%B3n-para-tu-salud/Entorno-y-Medio-ambiente/Contaminacion-Electromagnetica/-Que-es-la-contaminacion-electromagnetica-.aspx. 3 de mayo del año 2017.
- 3.11 Inspiraction. Contaminación Térmica. Madrid.
<https://www.inspiration.org/cambio-climatico/contaminacion/tipos-de-contaminacion/contaminacion-termica>. 15 de mayo del año 2017.
- 3.12 Ecologistas en Acción. Las Palmas de G.C. La Contaminación Acústica. España. 2004. <http://www.ecologistasenaccion.org/article5350.html>. 15 de mayo del año 2017.
- 3.13 Eroski Cosumer. Fernández Muerza Alex. Contaminación Visual. 2006. http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2006/09/01/155176.php. 1 de mayo del año 2017.
- 3.14 Galeon.com. Bermúdez, Mauricio. Contaminación y Turismo Sostenible. Venezuela. 2010. <http://galeon.com/mauriciobermudez/contaminacion.pdf>. 1 de mayo del año 2017.
- 3.15 Contaminación Visual. Romo, Lizeth. ¿Qué efectos causa la contaminación visual en el hombre y el medio ambiente? 2010. <http://lizromo.blogspot.com/2010/11/que-efectos-cause-la-contaminacion.html>. 3 de mayo del año 2017.
- 3.16 Muniguate.com. Municipalidad de Guatemala. Operativos de Control del Espacio Público. Guatemala. 2008. <http://portal.muniguate.com/index.php/salud/67-viapublica/796-op-de-control-espaciopublico>. 20 de agosto del año 2017.

4. OTRAS REFERENCIAS:

- 4.1 Medio Ambiente. Diccionario de la Lengua Española. Madrid, España. Espasa. 2014. 23ª. Edición.
- 4.2 Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales Guatemala C.A. Informe Nacional del Estado del Ambiente. Guatemala. ARCASAVI. 2003.
- 4.3 Yañez, Diana. “¿Qué es la contaminación lumínica?”. Conciencia Eco, Revista Digital sobre Cultura Ecológica. Madrid, España. 2010.
- 4.4 Almeida David y otros. Contaminación Visual en el centro histórico de la ciudad de Ibarra. Ecuador. 2012. Tesis de Escuela de Diseño. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.
- 4.5 Gamez, Elsa Marina. La Contaminación Visual Actual de los Avisos Publicitarios en la Ciudad de Bogotá. Colombia. 2013. Tesis de Facultad de Ciencias Económicas, especialización en mercadeo de servicios. Universidad Militar de Colombia.
- 4.6 Flores Garrido, Sergio Osvaldo. Necesidad de regular la colocación de vallas publicitarias para evitar la contaminación visual en el sector del Trébol. Guatemala. 2013. Tesis de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- 4.7 Soto Arango Leonel. Iniciativa que Reforma la Ley De Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares. No. de Registro 2838. 8 abril 2003.
- 4.8 Salazar Escobar, Lilly Andrea. La Correcta Aplicación del Decreto 34-2003, Ley de Anuncios en
- 4.9 Vías Urbanas, Extraurbanas y Similares por parte de la Municipalidad de Chimaltenango. Guatemala. 2011. Tesis de Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- 4.10 Herrera Monterroso, Carlos Iván. Técnico de la Municipalidad de Guatemala. Fecha de entrevista: 22 de agosto del año 2017.

ANEXOS

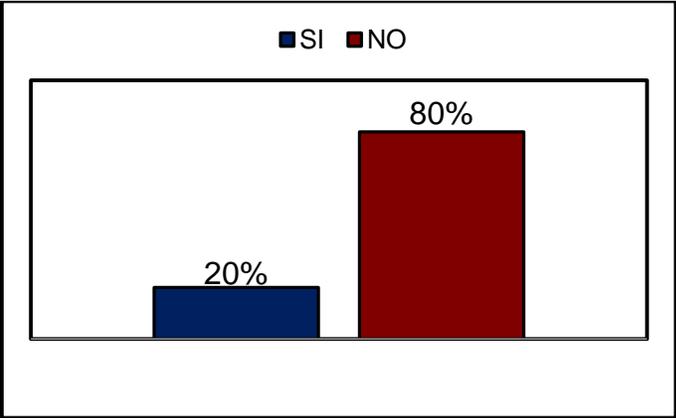
ANEXO A GUÍA DE ENCUESTA

Para optar al Grado académico de Licenciada en Ciencias Jurídicas y Sociales, se está realizando la investigación titulada “La efectividad de la ley de vallas publicitarias en Guatemala: problemática de su aplicación en la propiedad privada y sus consecuencias como fuente de contaminación visual en Guatemala, impedimentos municipales para hacer efectiva dicha ley”, con el objeto de de recabar opiniones acerca de este tema, se realizarán las siguientes preguntas. La información proporcionada se manejará con discreción y con finalidades estrictamente académicas.

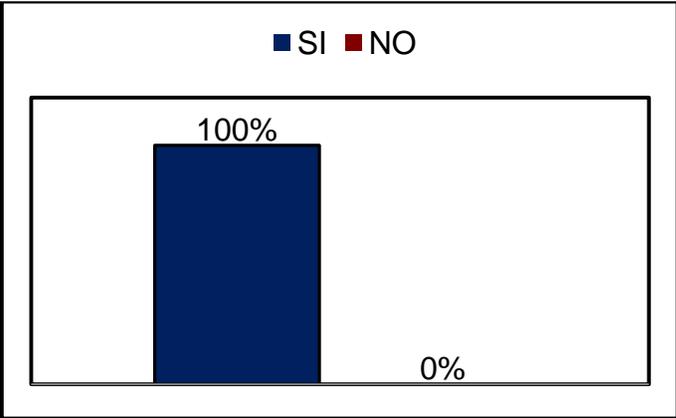
1. ¿Conoce usted a la ley de anuncios en vías urbanas, vías extraurbanas y similares, Decreto 34-2003? Sí___ No ___
2. ¿Considera que el departamento de Guatemala sufre de contaminación visual a causa de la colocación excesiva de vallas publicitarias en la propiedad privada? Sí___ No ___
3. ¿Considera que el exceso de publicidad colocada en la propiedad privada es una fuente de contaminación visual en Guatemala? Sí___ No ___
4. ¿Considera usted que la contaminación visual en Guatemala es un tema que merece atención y merece tratamiento que tenga como finalidad su erradicación? Sí___ No ___
5. ¿Cree que la municipalidad de Guatemala posee las facultades suficientes para mejorar y erradicar el problema de contaminación visual que sufre el departamento de Guatemala a causa de un exceso de publicidad colocada en la propiedad privada? Sí___ No ___

ANEXO B
GRAFICA DE ENCUESTAS

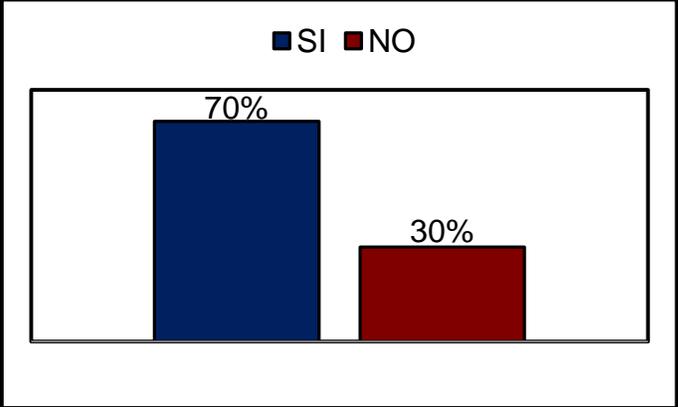
Pregunta No. 1



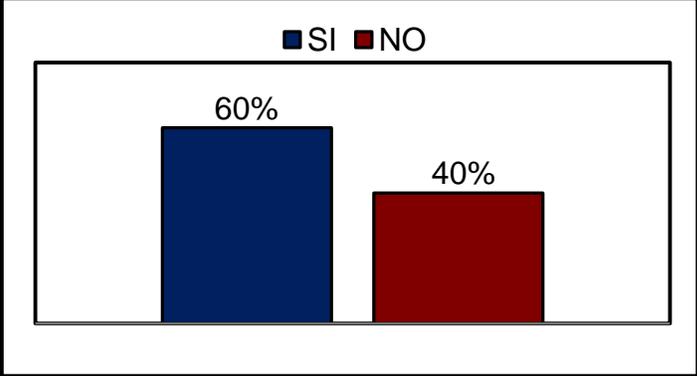
Pregunta No. 2



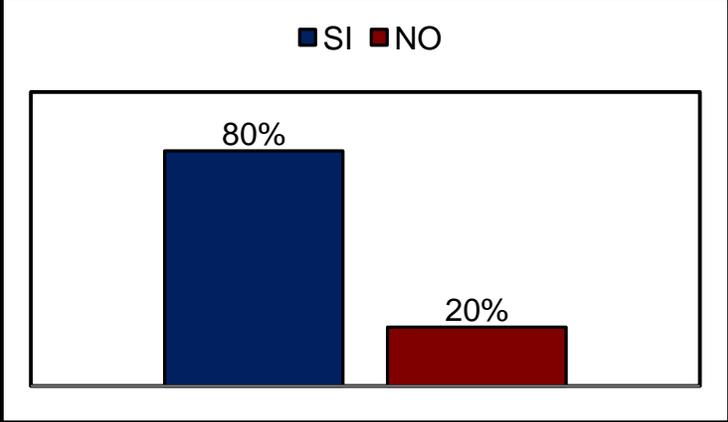
Pregunta No. 3



Pregunta No. 4

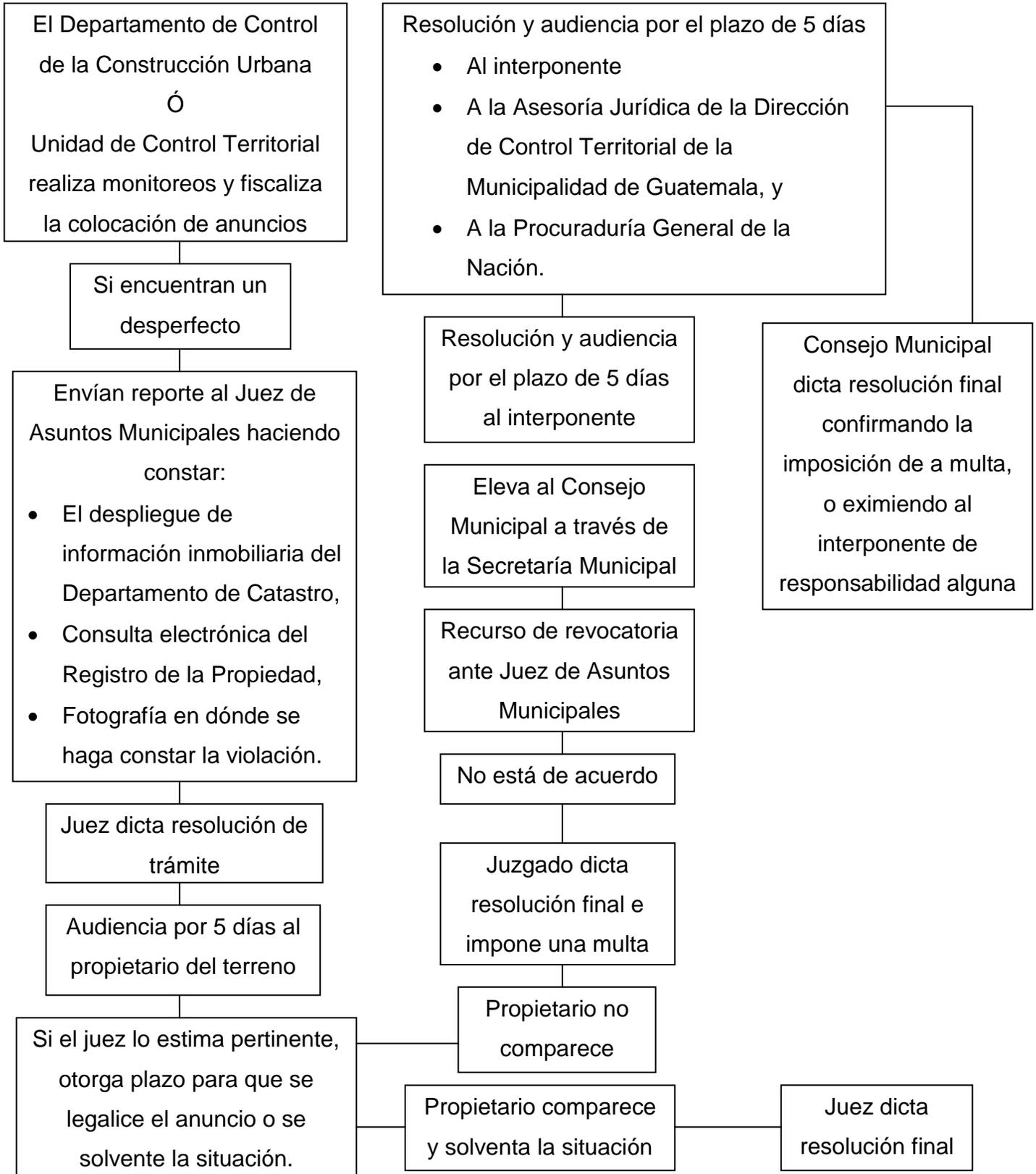


Pregunta No. 5

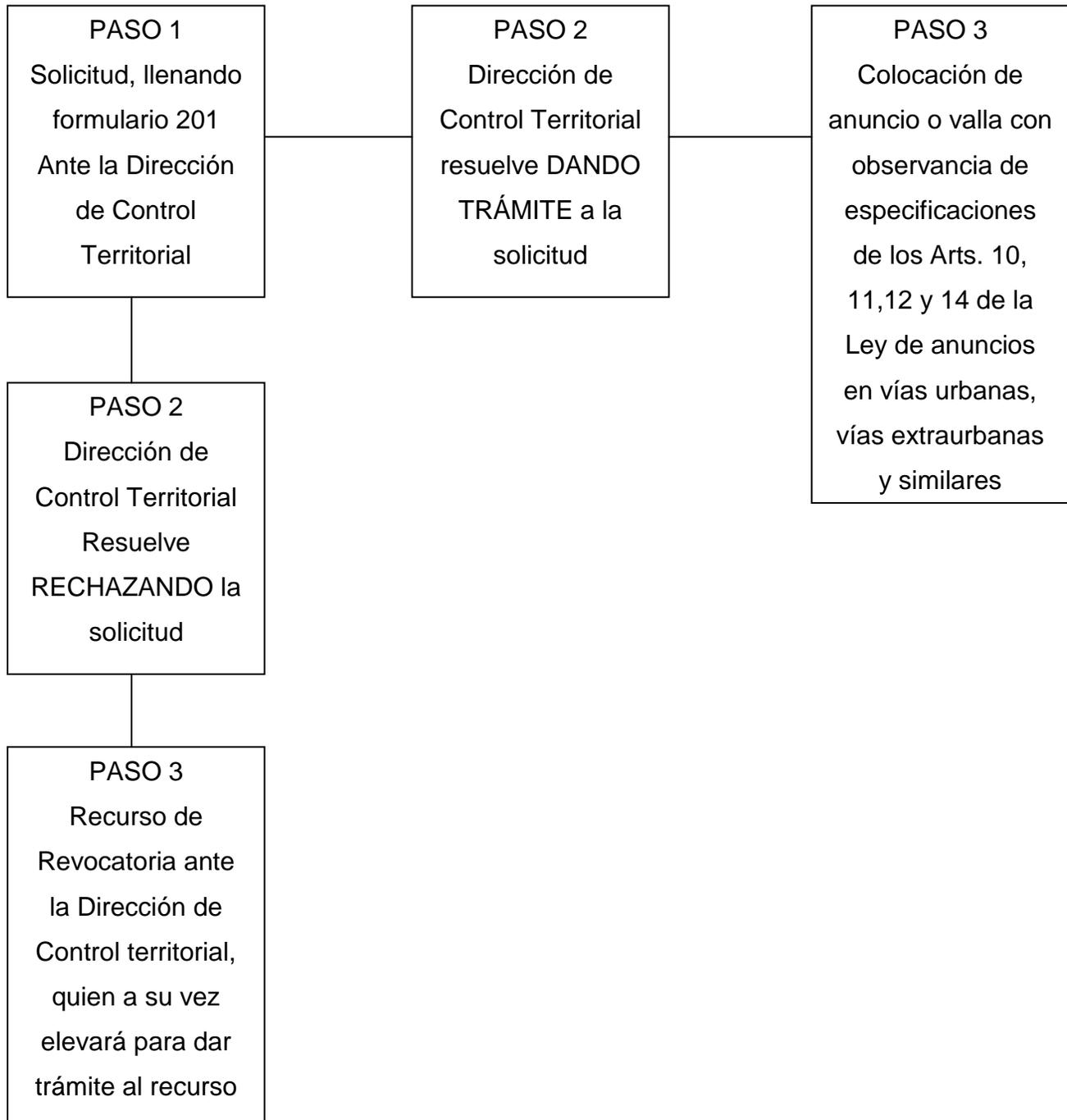


ANEXO C

PROCEDIMIENTO PARA LA IMPOSICIÓN DE MULTAS MUNICIPALES COMO CONSECUENCIA VIOLACIONES EN LA COLOCACIÓN DE ANUNCIOS:



ANEXO C
TRÁMITE PARA LA COLOCACIÓN DE ANUNCIOS O VALLAS
PUBLICITARIAS



ANEXO E

Expediente 183-97 1

INCONSTITUCIONALIDAD GENERAL EXPEDIENTE No. 183-97 CORTE DE CONSTITUCIONALIDAD, INTEGRADA POR LOS MAGISTRADOS RUBEN HOMERO LOPEZ MIJANGOS, QUIEN LA PRESIDE, LUIS FELIPE SAENZ JUAREZ, ALEJANDRO MALDONADO AGUIRRE, JOSE ARTURO SIERRA GONZALEZ, CONCHITA MAZARIEGOS TOBIAS, AMADO GONZALEZ BENITEZ Y FERNANDO JOSE QUEZADA TORUÑO: Guatemala, veinte de mayo de mil novecientos noventa y ocho. Se tiene a la vista para dictar sentencia el planteamiento de inconstitucionalidad parcial de los artículos 1., 2., 3., 4., 6., 7., 8., 9., 10., 12., 19., 21., 22., 23., 24. y 25. del Decreto 144-96 del Congreso de la República, que reformó la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares (Decreto 43-95 del Congreso de la República), promovido por Gabriel Orellana Rojas, quien actuó con su propio auxilio y el de los abogados Irving Estuardo Aguilar Mendizábal y Alfonso Rafael Orellana Stormont.

ANTECEDENTES

I. FUNDAMENTOS JURIDICOS DE LA IMPUGNACION

Lo expuesto por el accionante se resume: a) el artículo 1. del Decreto 144-96 del Congreso de la República, que reformó por adición el artículo 1. de la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, al establecer que la última tiene por objeto la regulación y ordenamiento de los anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares que promuevan productos industriales, comerciales, agrícolas, financieros y de servicios lucrativos y no lucrativos en toda la República, viola los principios de igualdad y de protección ante la ley, consagrados en los artículos 1o., 2o., 3o., y 4o. de la Constitución, pues regula, ordena y grava exclusivamente anuncios que promuevan los productos que menciona, mientras que los correspondientes a otra clase de actividades quedan fuera de su ámbito, transformando el bien jurídico tutelado de esa Ley, que es el de proteger el entorno ecológico de las vías terrestres de comunicación del país, a

dotar de recursos financieros adicionales a las municipalidades; b) el segundo párrafo del artículo 2. de la Ley, adicionado por el artículo 2. del Decreto impugnado, al exceptuar su aplicación, por las municipalidades a las carreteras nacionales y departamentales que estén dentro de sus límites, trasladando su regulación a la Sección de Señalización y Marcas de la Dirección General de Caminos, viola la autonomía municipal establecida en los artículos 154, 224, párrafo primero, 253 y 254 de la Constitución, pues impide que las municipalidades ejerciten su competencia plena dentro del amplio marco que la Constitución les concede para administrar el territorio ubicado dentro de su jurisdicción, y les sustrae materias de su competencia para atribuírselas a una dependencia de tercer orden del Organismo Ejecutivo, como es la Sección de Señalización y Marcas de la Dirección General de Caminos; c) el artículo 3. del Decreto que reformó el artículo 5. de la Ley, al regular que las municipalidades en todo el territorio de la República, con la asesoría de la Sección de Señalización y Marcas de la Dirección de Caminos, quedan responsables de marcar las calles en sus respectivos municipios y que a dicha sección corresponde indicar y regular la colocación de toda clase de anuncios en carreteras nacionales y departamentales es inconstitucional, por los mismos motivos señalados en la impugnación del segundo párrafo del artículo 2. del Decreto y, además, porque impone a las municipalidades una determinada asesoría, cuya opinión les resulta obligatoria; d) el artículo 4., impugnado de inconstitucionalidad, que adiciona un segundo párrafo al artículo 6. de la Ley referida en la Expediente 183-97 2

parte que dice: "Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal y al Impuesto Unico Sobre Inmuebles", viola los artículos 2o., 3o., 152 y 239 de la Constitución, pues la potestad tributaria del Congreso de la República debe adecuarse al valor seguridad, constitucionalmente tutelado, y no como se hace en dicha norma que indica que un anuncio colocado en determinada posición queda sujeto a esa evaluación por mejora, pues crea incertidumbre en cuanto a los efectos que habrá de producir la evaluación y una duda razonable en cuanto puede dar lugar a un caso de doble tributación;

además, la parte de ese mismo artículo que dice que "Aquellos rótulos que ya están colocados en propiedad privada y no cuentan con autorización municipal, deberán ser retirados en un plazo de un mes a partir de la vigencia de esta ley", viola el artículo 15 de la Constitución, pues se trata de una disposición de carácter retroactivo; e) el artículo 6. del Decreto cuestionando, al disponer la exención de un arbitrio valiéndose de la existencia de tratados internacionales ratificados por Guatemala, viola el artículo 261 de la Constitución, ya que ningún organismo del Estado (lo que incluye al Congreso) está facultado para eximir de arbitrios municipales a personas individuales o jurídicas; f) el artículo 7. del Decreto referido, que reformó el artículo 9. de la Ley, estipulando que "La colocación, forma y detalles de anuncios de cualquier naturaleza en áreas extraurbanas se regula por esta ley, la cual se aplicará a todas las áreas adyacentes a las carreteras del sistema nacional", además de violar la autonomía municipal establecida en la Constitución, por que le impone una determinada forma de administrar bienes ubicados dentro de su jurisdicción territorial, conculca el principio de legalidad plasmado en los artículos 2o., 152, 153 y 154 de la Constitución, por extender la competencia municipal a todas las áreas adyacentes a las carreteras del sistema nacional, no obstante que dicha competencia se halla limitada por el derecho de vía; g) el inciso b) del artículo 10 de la Ley, reformado por el artículo 8. del Decreto impugnado, que indica que los anuncios deben colocarse en lugares que no impidan vistas o motivos de legítimo interés jurídico, que serán definidos por el Instituto Guatemalteco de Turismo, viola los artículos 141 y 203, párrafo primero, de la Constitución, pues la declaración sobre puntos de derecho es competencia exclusiva del Organismo Judicial; por tal motivo una entidad autónoma y descentralizada, como el Instituto Guatemalteco de Turismo, no puede hacer declaraciones relativas a puntos de legítimo interés jurídico; h) el inciso h) del artículo 10 de la Ley, adicionado por el artículo 8. del Decreto mencionado, que indica que para colocar rótulos o anuncios en las áreas permitidas, la solicitud presentada a la municipalidad será cursada a la Dirección General de Caminos, que emitirá un dictamen técnico en relación al derecho de vía y proyectos específicos, viola la autonomía municipal al imponer un

determinado procedimiento relativo a la forma de administrar bienes ubicados dentro de su jurisdicción territorial y a recabar un determinado dictamen en relación a bienes situados dentro su jurisdicción territorial; i) el primer párrafo del artículo 11. de la Ley, reformado por el artículo 9. del Decreto atacado, que establece que "Para la colocación de cualquier anuncio debe obtenerse previamente el permiso escrito del propietario del terreno respectivo, si fuese privado y la autorización de la municipalidad correspondiente. El propietario será sujeto de una evaluación por Catastro Municipal por mejora en propiedad y sujeto al pago del Impuesto Unico Sobre Inmuebles", contradice el artículo 239 de la Constitución, por violar el principio de equidad y justicia tributaria al hacer de instalaciones temporales, como las vallas publicitarias, un hecho generador de la relación tributaria; además, niega la libertad de comercio reconocida en el artículo 43 de la Constitución, ya que impide una determinada forma de hacer publicidad, sin que existan motivos sociales o de interés nacional que justifiquen la existencia de tal limitación; j) el artículo 10 del Decreto citado, que reformó el artículo 12. de la Ley, que en su párrafo segundo prescribe que "En carreteras de interés turístico, los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, el arbitrio respectivo deberá ser fijado por los Concejos Municipales", viola el principio de legalidad tributaria contenido en el artículo 239 constitucional, ya que es al Congreso al que corresponde decretar arbitrios, no pudiendo delegar dicha atribución en los Concejos Municipales; además, el párrafo tercero de ese mismo artículo por el que "Quedan exceptuados del pago de este arbitrio, los casos comprendidos en las literales a), b) y c) del artículo 11 de esta ley", viola el artículo 261 de la Constitución; k) el artículo 12. del Decreto impugnado contiene exenciones inconstitucionales, por los mismos motivos y argumentos que expuso al impugnar las exenciones del artículo 10. del Decreto; l) el artículo 19. del mismo Decreto, que reformó el artículo 31. de la Ley, en tanto dispone que las multas por infracciones a la misma y sus reglamentos no serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, y, en carreteras declaradas como de interés turístico, no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, viola el artículo 41 de la Constitución, que no sólo prohíbe multas

confiscatorias sino que dispone también que las multas no podrán exceder del valor del impuesto omitido; m) el artículo 21 del Decreto aludido, que adicionó el artículo 35 Bis. a la Ley, imponiendo inhabilitación permanente para las personas que reincidan en la instalación de rótulos en áreas no permitidas o restringidas, viola el artículo 32 de la Constitución, porque dispone una sanción de carácter administrativo que conlleva la inhabilitación permanente para el libre ejercicio de la libertad de comercio; asimismo, dicha sanción viola los artículos 1o., 2o., 4o., 11, párrafo primero, y 46 de la Constitución, además de ser ilegal y desproporcionada, porque el bien jurídico tutelado en las infracciones administrativas no justifica imponer sanciones superiores a las que conlleva una infracción de carácter penal, también es infamante porque impide al infractor reincidente la posibilidad de ejecutar, de por vida, las actividades a que se refiere la Ley dentro de una determinada circunscripción municipal, que de cualquier otra manera sería lícito desempeñar, y discriminatoria porque la sanción va enderezada a proteger con exclusividad las carreteras de interés turístico; n) el artículo 22. del Decreto impugnado, que adicionó el artículo 37 Bis. a la Ley, estipulando que "El Instituto de Fomento Municipal deberá emitir el reglamento de la presente ley, para ser revisado y aprobado por los respectivos Concejos Municipales, para que posteriormente se emita el mismo", afecta la autonomía municipal, al imponer a las municipalidades un determinado procedimiento y reglamentaciones que son propias de su competencia; además, al asignar a una entidad autónoma y descentralizada, como el Instituto de Fomento Municipal, la obligación de emitir un reglamento, también viola el artículo 134, inciso a), de la Constitución, pues dicho instituto únicamente debe coordinar su política general con la especial del ramo a que corresponde; ñ) el artículo 23. del atacado Decreto, que adicionó el artículo 40 Bis. de la Ley, prescribiendo que "Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a lo preceptuado en esta ley y deberá contar con la autorización municipal respectiva", sobrepasa el límite que para la potestad municipal determina el derecho de vía, confiriéndole a las municipalidades un derecho ilimitado sobre el derecho de propiedad, violando con ello el artículo 39 de la Constitución; o) el artículo 24 del

Decreto impugnado, que estipula que "Queda prohibida la colocación de rótulos, vallas publicitarias o anuncios en carreteras o vías urbanas y extraurbanas que sean declaradas total o parcialmente como vías o carreteras panorámicas, a excepción de lo declarado en los incisos a), b) y c) del artículo 11 de la presente ley", viola el artículo 41 de la Constitución; y p) el artículo 25 del referido Decreto, que adicionó el artículo 41 Bis. a la Ley, restringiendo la colocación de rótulos, vallas publicitarias o anuncios en carreteras o vías urbanas y extraurbanas que sean declaradas de interés turístico, es inconstitucional por las razones que expuso al impugnar el artículo 8. del Decreto. Solicita que se declare con lugar la inconstitucionalidad.

II. TRÁMITE DE LA INCONSTITUCIONALIDAD

Del Decreto impugnado 144-96 del Congreso de la República, se resolvió dejar en suspenso provisionalmente: del artículo 4. la frase que dice "estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal y al Impuesto Unico Sobre Inmuebles, además"; el segundo párrafo del artículo 10. que dice "En carreteras de interés turístico, los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, el arbitrio respectivo deberá ser fijado por los Concejos Municipales"; el párrafo del artículo 19. que dice "En ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, y en carreteras declaradas como de 'interés turístico' no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, computadas en forma anual, según el anuncio de que se trate"; el artículo 21., que adicionó a la Ley el artículo 35 Bis.; y el artículo 22. que añadió el artículo 37 Bis. a la Ley. Se dio audiencia al Ministerio Público, a la Comisión Nacional del Medio Ambiente y al Instituto Guatemalteco de Turismo. Se señaló día y hora para la vista.

III. RESUMEN DE LAS ALEGACIONES DE LAS PARTES

A) El Ministerio Público manifestó: a) el artículo 1. del Decreto atacado, al referirse a que la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares tiene por objeto regular y ordenar los anuncios que promuevan productos en determinadas actividades, colocados en diferentes vías, no viola el derecho de igualdad consagrado en el artículo 4o. de la Constitución, pues no regula

situaciones disímiles entre personas por las que pudiera deducirse discriminación entre unas y otras; b) el segundo párrafo del artículo 2. del mismo Decreto, al prescribir una excepción en la aplicación de la Ley a las municipalidades, en los aspectos de señalización y anuncios para la seguridad y visibilidad de la numeración de kilometraje, no viola la autonomía municipal, porque la materia que regula no es la que pueda hacerse por medio de reglamentos emitidos por las municipalidades, ya que, de conformidad con el artículo 253 de la Constitución, las Corporaciones tienen facultad para emitir ordenanzas y reglamentos sólo para el ámbito correspondiente a la atención de servicios públicos locales, al ordenamiento territorial de su jurisdicción y al cumplimiento de sus propios fines; c) el artículo 3. del Decreto atacado no viola la autonomía municipal porque, regular y ordenar los anuncios en las vías nacionales, conlleva la armonía de la convivencia humana con su entorno, la que si bien es materia complementaria al ordenamiento territorial, constituye, en todo caso, parte de las obligaciones del Estado, de las municipalidades y de los habitantes del territorio nacional, para prevenir la contaminación visual en el entorno panorámico del país, según el artículo 97 de la Constitución; d) la primera parte del artículo 4. del Decreto cuestionado, al disponer gravar anuncios o rótulos instalados en propiedad privada con el Impuesto Unico sobre Inmuebles y sujetarlos a la evaluación por mejora de Catastro Municipal causa inseguridad jurídica, pues se pretende gravar bienes muebles con un impuesto cuya función es la de gravar bienes inmuebles; además, al establecer ese impuesto, no se respeta el principio de legalidad tributaria, establecido en el artículo 239 de la Constitución, porque no hay certeza sobre quien es el sujeto pasivo del impuesto, ya que, en el supuesto de anuncios que se colocan en propiedad ajena con autorización del dueño, no se sabe a quien correspondería pagarlo, si al propietario del inmueble sobre el que se instaló o al dueño del anuncio, rótulo o valla, por lo que debe declararse inconstitucional; e) la segunda parte del artículo 4. del Decreto impugnado no tiene efecto retroactivo, al referirse a rótulos colocados con anterioridad, pues no transgrede derechos adquiridos, ya que hubo el suficiente tiempo para regular la situación jurídica de los anuncios, según lo que establecen los artículos 34 y 35 del Decreto 43-95 del

Congreso, por lo que no viola el artículo 15 de la Constitución; f) el artículo 6. del refutado Decreto, al establecer un gravamen adicional del cincuenta por ciento del arbitrio sobre los anuncios fabricados o importados del exterior, salvo lo dispuesto en tratados, no viola el artículo 261 de la Constitución, pues, conforme la parte final de ese mismo artículo y el 239 de la Constitución, corresponde al Congreso de la República decretar arbitrios, estableciendo sus bases de recaudación, entre las que incluye las exenciones; g) el artículo 7. del Decreto objetado, que regula la colocación de anuncios en las vías extraurbanas dentro de la circunscripción municipal de cada uno de los municipios del país, no viola la autonomía municipal, dado que no se refiere a disposición de ordenamiento territorial de los municipios, en estricto sentido, entendiendo el territorio de éstos como continuo, conforme el artículo 11 del Código Municipal, sino son normas complementarias que ha emitido el Estado y que corresponde aplicar a las municipalidades para prevenir la contaminación visual del medio ambiente, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 97 de la Constitución; además, no se extiende la competencia municipal a todas las áreas adyacentes a las carreteras del sistema nacional, ya que estas forman parte del territorio municipal aún cuando estén limitadas por el derecho de vía, por lo que únicamente se determina la existencia de ese derecho, el cual debe respetarse conforme el artículo 10. de la Ley; h) en el punto 1. del inciso b) del artículo 8. del Decreto impugnado se incurrió en error, pues se consignó que los anuncios deberán ser colocados en lugares que no impidan vistas o motivos de interés jurídico, cuando conforme al contexto de la Ley se interpreta que a lo que se pretendió referir era a vistas o motivos de interés turístico; sin embargo, no viola los artículos 141 y 203, párrafo primero, de la Constitución, pues éstos no tienen ninguna relación con aquél; además, el inciso h) de ese mismo artículo no viola la autonomía municipal, por las razones que dejó expuestas; i) el artículo 9. del Decreto atacado, al fijar que el propietario del terreno donde se coloque un anuncio será sujeto a una evaluación por Catastro Municipal por mejora en propiedad y sujeto al pago del Impuesto Unico sobre Inmuebles, no cumple con el principio de legalidad tributaria, consagrado en el artículo 239 de la Constitución, por crear inseguridad jurídica al no determinar, con certeza, si se impone dicho

impuesto al propietario del bien inmueble sobre el que se coloca el anuncio o al propietario del anuncio, patentizándose esa inseguridad jurídica al analizar el artículo 4. de ese mismo Decreto, por lo que debe ser declarado inconstitucional; j) el artículo 10. del Decreto rebatido, al disponer, en su segundo párrafo, que los Concejos Municipales fijarán el arbitrio en carreteras de interés turístico sobre los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, viola el artículo 239 de la Constitución, pues, el Congreso de la República no puede delegar la función de decretar arbitrios fijando las bases de su recaudación, la cual le pertenece exclusivamente; el tercer párrafo de ese mismo artículo, que establece una exención, no viola el artículo 261 de la Constitución, pues conforme el artículo 239 constitucional, entre las bases de recaudación que el Congreso de la República debe determinar están incluidas las exenciones; además, el artículo 261 establece una reserva respecto a las propias municipalidades y a lo que establece la propia Constitución, en cuanto que ningún organismo del Estado está facultado para eximir de tasas o arbitrios municipales, por lo que lo dispuesto por el artículo 239 de la Constitución encuadra en dicha reserva; en consecuencia, no existe la inconstitucionalidad denunciada; k) el artículo 12 del Decreto cuestionado, al establecer una exención la determinó conforme el artículo 239 de la Constitución, por lo que no viola el artículo 261 constitucional, debido a la reserva que contiene la parte final de dicho artículo; l) el artículo 19. del Decreto impugnado, al establecer que en ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio y que en las carreteras declaradas como de interés turístico no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, es inconstitucional, por contrariar el artículo 41 constitucional, que dispone que en ningún caso las multas serán mayores al valor del impuesto omitido; m) el artículo 21. del Decreto impugnado es inconstitucional, pues la sanción que establece es ilegal y desproporcionada, porque el bien jurídico tutelado en las infracciones administrativas no justifica imponer sanciones superiores a las que conlleva una infracción penal; además, dicha sanción es infamante, discriminatoria y limita el ejercicio de la libertad de industria, comercio y trabajo consagrada en el artículo 43 de la Constitución, libertad que sólo puede

limitarse por motivos sociales o de interés nacional que impongan las leyes, no encuadrando dentro de esos presupuestos el hecho de reincidir en la instalación de anuncios en lugares restringidos; n) el artículo 22. del referido Decreto es inconstitucional, porque ni las municipalidades ni los entes autónomos pueden reglamentar las leyes sin alterar su espíritu, ya que esa función es exclusiva del Presidente de la República según el artículo 183, inciso e), de la Constitución; ñ) la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares persigue la armonía de la convivencia humana con su entorno y la disminución de la contaminación visual del ambiente, por lo que en el artículo 23. del Decreto atacado, al fijar que todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle está sujeto a lo preceptuado en dicha ley, no limita el derecho de propiedad, por ser obligación de todos los guatemaltecos contribuir a prevenir la contaminación ambiental; además, no se prohíbe la colocación de anuncios en propiedad privada sino se está regulando y ordenando su colocación, para respetar el derecho de todos los guatemaltecos de preservar el ambiente que nos rodea, estando concorde con lo estipulado en el artículo 44 de la Constitución, en cuanto a que el interés social prevalece sobre el particular; o) el artículo 24. del Decreto impugnado no viola el artículo 41 de la Constitución, pues no tiene ninguna relación con el mismo, ya que no fija multas por impuestos omitidos ni multas confiscatorias y tampoco limita el derecho de propiedad por causa de actividad o delito político; p) el artículo 25 del Decreto discutido, al restringir la colocación de rótulos, vallas publicitarias o anuncios en carreteras o vías urbanas o extraurbanas, no viola la autonomía de los municipios, ya que la materia regulada por la ley impugnada constituye un conjunto de disposiciones que tienden a prevenir la contaminación del ambiente en el entorno panorámico del país, como obligación del Estado y de todos los habitantes de la República, de conformidad con el artículo 97 de la Constitución. Solicitó que se declare parcialmente con lugar la inconstitucionalidad. B) El Instituto Guatemalteco de Turismo solicitó que se dicte la sentencia que en derecho corresponde.

IV. ALEGATOS EN EL DIA DE LA VISTA:

A) El accionante reiteró los argumentos expuestos en su planteamiento y agregó:

- a) el artículo 1. del Decreto impugnado viola el principio de igualdad ante la ley, pues aún cuando sea el bien jurídico tutelado por aquél impedir la contaminación visual del ambiente, sólo regula anuncios relacionados con actividades comerciales;
- b) el párrafo primero del artículo 2. es inconstitucional, pues quita a las municipalidades la facultad de aplicar la Ley a las carreteras nacionales y departamentales que estén dentro de sus límites;
- c) en cuanto al artículo 3., no se discuten las obligaciones del Estado, de las municipalidades o de los ciudadanos en cuanto a la preservación del medio ambiente, sino que se ha infringido la determinación de competencias que establece la Constitución en relación a las municipalidades;
- d) la segunda parte del artículo 4. es retroactiva, pues, al reformar el artículo 6. de la Ley el plazo para retirar los rótulos colocados en propiedad privada que no cuenten con autorización municipal, empieza desde la vigencia del Decreto que se impugna;
- e) el artículo 6., al disponer que los anuncios provenientes del extranjero tendrán un recargo en el arbitrio que deben pagar, salvo los que sean provenientes de países signatarios de tratados internacionales ratificados por Guatemala que establezcan un trato preferencial, en cuyo caso no se cobrará tal recargo, constituye una exención que nace de un tratado y no de una ley ordinaria del Congreso de la República, por lo que se incurre en ilegalidad porque no es competencia legislativa establecer exenciones de carácter municipal;
- f) el artículo 7. viola la autonomía municipal, pues les priva de competencias que les fueron delegadas por el Estado a las municipalidades, en virtud de mandato constitucional; además, dicho artículo, al referirse a áreas adyacentes al derecho de paso, extiende el ámbito regulador municipal, imponiendo gravámenes ilegales e inconstitucionales sobre la propiedad privada ubicada fuera del área definida por el derecho de paso;
- g) el inciso b) del artículo 8., al contener palabras erróneamente vertidas por el legislador, hace que resulte contrario a la Constitución; además, el inciso h) del mismo artículo viola la autonomía patrimonial y territorial dispuesta a favor de las municipalidades por la Constitución;
- h) el artículo 9. afecta la libertad de comercio al impedir que el comerciante o industrial publiciten sus productos o servicios, utilizándose el poder

tributario para disuadir que se permita el uso de propiedad privada para la instalación de anuncios; i) el párrafo tercero del artículo 10. y el artículo 12 son inconstitucionales, pues, sólo las municipalidades o la propia Constitución pueden hacer exención del cumplimiento de los arbitrios creados por el Congreso de la República, ya que el último párrafo del artículo 261 de la Constitución se refiere únicamente a los casos establecidos en sus artículos 37 y 88; j) el artículo 23. es inconstitucional porque, bajo pretexto de evitar la contaminación visual, regla y ordena anuncios de productos y servicios comerciales e industriales, permitiendo la libre colocación de aquellos que se refieren a asuntos de naturaleza no lucrativa y a propaganda política; k) el artículo 24. viola los principios de equidad y justicia tributaria establecidos en el artículo 239 de la Constitución, pues hace de las vallas publicitarias, que son instalaciones temporales, un hecho generador de la relación tributaria; además limita la libertad de comercio reconocida en el artículo 43 constitucional, por impedir una determinada forma de hacer publicidad sin que existan motivos sociales o de interés nacional que justifiquen la existencia de tal limitación; l) el artículo 25. es inconstitucional porque, si bien preservar el ambiente es una obligación del Estado, de las municipalidades y de los habitantes de la República, no significa que las medidas dictadas por el Congreso para protegerlo violen la Constitución. Solicitó que se declare con lugar la inconstitucionalidad. B) El Ministerio Público reiteró los argumentos expuestos en la primera audiencia. Solicitó que se declare con lugar parcialmente la inconstitucionalidad. C) La Comisión Nacional del Medio Ambiente solicitó que se deje sin efecto la suspensión provisional referida al artículo 19. del Decreto impugnado, ya que mediante el mismo se protege el concepto de contaminación visual, que es una institución dentro del Derecho Ambiental; además, los problemas causados por la colocación desmedida de vallas publicitarias en las carreteras de la República se agrava cuando afecta carreteras de interés turístico o panorámico, por que confunden al turista, obstruyen escenarios naturales y causan peligro a los conductores que se distraen al observarlos; de ahí que, cuando son colocados en lugares restringidos, la multa significativamente disuasoria es el mejor instrumento para prevenir y eliminar este tipo de abuso. Solicitó que se declare sin lugar la

inconstitucionalidad. D) El Instituto Guatemalteco de Turismo manifestó que al hacer las declaratorias sobre vías, carreteras, vistas o motivos de interés turístico no pretende interferir en las funciones constitucionalmente fijadas al Organismo Judicial sino que persigue un interés jurídico que consiste en proteger todos aquellos recursos nacionales que representen y contengan atractivos naturales con características de paisaje, importantes para el sector turístico, es decir, la contaminación visual. Solicitó que se dicte la sentencia que en derecho corresponde.

CONSIDERANDO -I-

La Constitución confiere a esta Corte, dentro de su función esencial de defensa del orden constitucional, la facultad de conocer de las impugnaciones contra leyes, reglamentos y disposiciones de carácter general objetadas, parcial o totalmente, de inconstitucionalidad. A tal efecto deben confrontarse las disposiciones legales a las que se les atribuya infracción con las normas constitucionales que, en cada caso, se citen en la acción, con el objeto de establecer, por medio del examen de constitucionalidad, si aquéllas son susceptibles de mantenerse o de ser excluidas del sistema de leyes de la República.

-II-

Son objeto de impugnación los artículos 1., 2., 3., 4., 6., 7., 8., 9., 10., 12., 19., 21., 22., 23., 24. y 25., del Decreto 144-96 del Congreso de la República, en adelante "el Decreto". Este reformó el número 43-95 del mismo organismo, que contiene la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares, en adelante denominada "la Ley". El antecedente de ambos es, a su vez, el Decreto 11-74 del Congreso de la República (derogado), derivado éste, según la consideración del legislador, de la necesidad de ordenar la proliferación diversa de tributos, abordando el caso específico de rótulos y anuncios y estableciendo arbitrios a favor de las municipalidades. Es éste, entonces, el espíritu que prevalece en la Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares contenida en el Decreto 43-95, que fue objeto de reforma en varias de sus disposiciones por el Decreto 144-96; ordenamiento último al que se agregó una consideración de carácter ecológico, acorde con la protección que, en ese sentido, recoge el actual

texto constitucional en su artículo 97. Sobre las disposiciones impugnadas, se expresa lo siguiente:

A) En la impugnación que se hace al artículo 1., del Decreto, que reformó el 1. de la Ley, el accionante expresa que conforme lo que se desprende de los artículos 1o., 2o., 3o. y 4o. de la Constitución resulta ser discriminatorio porque deja fuera de su ámbito actividades distintas de las que expresa su texto, por ejemplo -dice-, "las actividades políticas". Y se pregunta si el bien jurídico tutelado es el entorno ecológico o es dotar de recursos financieros adicionales a las municipalidades del país. El artículo 1. reza: "La presente ley tiene por objeto la regulación y ordenamiento de los anuncios en vías urbanas, extraurbanas y similares, que promuevan productos industriales, comerciales, agrícolas, financieros y de servicios lucrativos y no lucrativos en toda la República". Como se ve, esta disposición está referida al objeto de la Ley, centrándose ésta en regular y ordenar la colocación de anuncios relativos a diversas actividades. Es cierto que el artículo 4o. de la Constitución rechaza toda discriminación, si ella afecta a seres humanos, porque considera mujeres y hombres libres e iguales en dignidad y derechos. El cuestionamiento, sin embargo, lo es a una disposición que no se refiere a personas sino a objetos, producto, eso sí, de actividades humanas, como lo son la confección y colocación de anuncios en vías públicas de tráfico, actividades que, por el contrario, pueden ser objeto de regulación general o especial. De ahí que la norma atacada carezca del vicio señalado; tampoco transgrede la concreción de la finalidad de la organización del Estado ni lo que son sus deberes esenciales, que son los contenidos de los artículos 1o., 2o. y 3o. de la Carta Fundamental, porque éstos se contraen a enunciar los fines y orientación de la misma. Por tales razones no se estima procedente la inconstitucionalidad de la norma impugnada.

B) Se objeta el párrafo segundo del artículo 2. del Decreto que reformó por adición el artículo 2., de la Ley, que dispone que la aplicación de ésta corresponde a las municipalidades de la República en sus respectivas jurisdicciones. Dicho párrafo dice: "Se exceptúan para la aplicación de la presente ley por parte de las municipalidades, a las carreteras nacionales y departamentales que estén dentro de sus límites, las cuales serán reguladas por la Sección de Señalización y

Marcas de la Dirección General de Caminos". La objeción se basa en que, al excluirse del ámbito de aplicación de la ley las carreteras nacionales y departamentales que están dentro de los límites de aquellas jurisdicciones, se violan la autonomía municipal y el principio de indelegabilidad de la función pública reconocidos en la Constitución, impidiéndoles el ejercicio de su competencia al sustraerle materias que se atribuyen a dependencias no municipales. No es atendible este argumento, dado que, en el párrafo primero del artículo 2. de la Ley, se fijó con claridad a los sujetos legitimados para aplicarla, esto es, a las municipalidades de la República. Por otra parte, es cierto que la Constitución (artículo 253) concede autonomía a los municipios de la República, es decir, que les reconoce capacidad para elegir a sus autoridades y de ordenar, atendiendo el principio de descentralización que recoge en su artículo 224, parte importante de lo que son asuntos públicos, pero eso, en manera alguna, significa que tengan carácter de entes independientes al margen de la organización y control estatal. De consiguiente, las municipalidades no están excluidas del acatamiento y cumplimiento de las leyes generales, como lo expresa el artículo 154 constitucional. Por ello, siendo la disposición atacada parte de una ley de aplicación general, como lo es la que está bajo examen, su autonomía no se ve afectada por la actividad distinta que lleve a cabo la Sección de Señalización y Marcas de la Dirección General de Caminos, de fijar y ordenar el tránsito por carreteras departamentales y municipales con los signos que le son propios. En consecuencia, se debe desestimar la inconstitucionalidad del párrafo impugnado.

C) Se reputan inconstitucionales las reformas que el artículo 3. del Decreto introdujo al artículo 5. de la Ley, apoyándose -dice el postulante- en las razones argüidas en la parte inmediata anterior de su impugnación. Empero, omitiéndose la cita de norma o normas constitucionales para hacer la confrontación solicitada, no se posibilita su examen.

D) El accionante aprecia inconstitucionalidad en partes del artículo 4. del Decreto que se estudia. Tales fracciones son las que dicen: "Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle, estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal y al Impuesto Unico

Sobre Inmuebles...", y "Aquellos rótulos que ya están colocados en propiedad privada y no cuentan con autorización municipal, deberán ser retirados en un plazo de un mes a partir de la vigencia de esta ley", afirmando, en relación a la primera, que a la luz de los artículos 2o., 3o., 152 y 239 de la Constitución, la evaluación que se faculta contraría la seguridad, como valor jurídico constitucionalmente tutelado; y, en cuanto a la segunda, que por tener carácter retroactivo viola el artículo 15 constitucional. Al respecto, la Ley está dirigida a la regulación de anuncios en carreteras, o sea, a una forma de hacer publicidad o propaganda de productos y servicios, como lo indica el artículo 1.; y por estar dirigidos a todo transeúnte debe ser objeto de evaluación, a fin de evitar que afecten su seguridad o el ambiente o equilibrio ecológicos, o que, de algún otro modo, sean ofensivos o no estén permitidos. Sin embargo, ese control, que en la norma únicamente se dirige a considerar una recaudación mayor de gravámenes, sin reglas definidas sobre tal particular, resulta contraria al principio de legalidad tributaria que recoge el artículo 239 de la Constitución, siendo por ello atendible su cuestionamiento en la parte que dice: "estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal y al Impuesto Unico Sobre Inmuebles, además". En cuanto a la frase que dice: "Aquellos rótulos que ya están colocados en propiedad privada y no cuentan con autorización municipal, deberán ser retirados en un plazo de un mes a partir de la vigencia de esta ley", no puede estimarse su impugnación, porque el requisito de autorización previa municipal viene impuesto desde la vigencia del Decreto 11-74 del Congreso de la República, que, como ya se dijo, es el antecedente de la ley cuyo Decreto de reforma se cuestiona. En efecto, tal autorización ya fue obligada por el artículo 8o. de aquel Decreto, repetida en el artículo 11 de la ley que lo derogó y reiterada en la reforma que le introdujo el artículo 9. del Decreto bajo examen. Consecuentemente, no se deriva de la aplicación del párrafo atacado que conlleve aplicación retroactiva de la ley, por lo que, a este respecto, no es acogible la tesis del interponente.

E) El artículo 6. del Decreto, que reformó el artículo 8. de la Ley, se tacha de inconstitucionalidad al disponer que a los anuncios fabricados o importados del exterior se aplique un gravamen adicional equivalente al cincuenta por ciento del

monto del arbitrio aplicable, haciendo salvedad acerca de que la carga adicional no se aplicará si así lo prescriben tratados internacionales ratificados por Guatemala. A juicio del accionante la salvedad concede una dispensa que el artículo 261 constitucional no permite, por cuanto niega a los órganos del Estado la facultad de eximir tasas o arbitrios municipales a personas individuales o jurídicas. La Corte no advierte que la parte del artículo 6. que se cuestiona vulnere lo dispuesto en el citado artículo 261, porque no ordena exención alguna sino se limita a prever que, eventualmente, Guatemala haya aceptado reglas de aplicación internacional en materia de anuncios, que está obligada a respetar por tratarse de normas incorporadas al Derecho interno.

F) En cuanto al artículo 7. del Decreto, que reformó el artículo 9. de la Ley, el impugnante dice que afecta la autonomía municipal y conculca el principio de legalidad plasmado en los artículos 2o., 152, 153 y 154 de la Constitución, referidos a deberes del Estado y al ejercicio de su Poder Público, al extender la competencia municipal a "todas las áreas adyacentes a las carreteras al sistema nacional", cuando en realidad ésta se haya limitada por el derecho de vía. En relación a lo anterior, carece de fundamento la impugnación, porque, en primer lugar, del texto de la norma atacada no se advierte contradicción con las disposiciones constitucionales señaladas, porque éstas no hacen referencia a la autonomía municipal, como se expresa en el primer argumento; en segundo término, el denominado derecho de vía, que regula el Decreto 1000 del Congreso de la República -reformado por el Decreto-Ley 110-, caracterizado por posibilitar la expropiación de terrenos o parte de ellos para la construcción de nuevas carreteras o para ampliar las existentes en partes de terrenos que con las mismas colinden, no significa que concretamente hayan pasado a integrar patrimonios municipales a los que la Ley pudiera afectar en forma alguna.

G) Del artículo 8 del Decreto aludido, que reformó el artículo 10 de la Ley, se cuestionan tanto la frase "de legítimo interés jurídico", porque esa es una declaración que sólo puede hacer el Organismo Judicial, conforme lo prescrito en los artículos 141 y 203, párrafo primero, de la Constitución, como el inciso h) que dice "Para colocar rótulos o anuncios en las áreas permitidas, la solicitud

presentada a la municipalidad será cursada a la Dirección General de Caminos, quien emitirá un dictamen técnico en relación al derecho de vía y proyectos específicos", porque afecta la autonomía municipal imponiendo un procedimiento a la forma de administrar sus bienes. La primera frase consignada está redactada inadecuadamente, por cuanto carece de sentido una norma que no permita la colocación de anuncios que impidan vistas o motivos de legítimo interés (jurídico), porque es evidente que el legislador trató de decir "legítimo interés turístico". Aunque la palabra "jurídico" puede atribuirse a equívoco, como se desprende de la que contienen las reformas de los artículos 12 y 31 de la Ley, sin contrariar por ello los artículos 141 y 203 constitucionales, no puede dejar de apreciarse que su subsistencia no se acomoda al principio de seguridad contenido en el artículo 2o. de la Constitución, que enuncia como uno de los deberes del Estado el proveer ordenamientos que permitan conocer de antemano las consecuencias que deriven de actos propios, cuya redacción, por lo confuso, conduzca a equívoco a sus destinatarios. Por ende, debe declararse la inconstitucionalidad de las palabras "legítimo" y "jurídico" expresadas en el inciso b) del artículo 10 de la Ley, como se ve en la reforma que le introdujo el Decreto 144-96 del Congreso de la República. En lo que hace al inciso h), no puede hacerse el examen solicitado, porque no se cita concretamente norma o normas constitucionales para realizar su confrontación.

H) Del artículo 9. del Decreto se cuestionan, aduciéndose contrariar lo dispuesto en el artículo 239 de la Constitución la frase introducida al artículo 11 de la Ley que dice "El propietario será sujeto de una evaluación por catastro municipal por mejora en propiedad y sujeto al pago del Impuesto Unico Sobre Inmuebles"; y el último párrafo de esa misma disposición que expresa "El Instituto Guatemalteco de Turismo emitirá un acuerdo declarando cuales son las carreteras de interés turístico". Al hacerse el examen del artículo 4., en la sección D de este considerando, se arribó a la conclusión de que frase similar a la que ahora se confronta contenida en el mismo es inconstitucional, suerte que asimismo corresponde aplicar a la primera frase impugnada. Como para hacer el examen

comparativo al último párrafo citado no se hace mención de norma constitucional alguna, tal impugnación debe desestimarse.

I) Se denuncia como violatorio del artículo 239 de la Constitución, el artículo 10 del Decreto que reformó el artículo 12 de la Ley, en el párrafo que dice: "En carreteras de interés turístico, los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, el arbitrio respectivo deberá ser fijado por los Concejos Municipales", porque el Congreso de la República no puede delegar en éstos la determinación que le corresponde hacer del tipo imponible de un arbitrio; y como contrario al texto del artículo 261 de la Constitución, interrelacionado con el artículo 62 del Código Tributario, el último párrafo del citado artículo 12 por el que "Quedan exceptuados del pago de este arbitrio, los casos comprendidos en las literales a), b) y c) del artículo 11 de esta Ley", dada la prohibición de eximir arbitrios aplicable a todo órgano del Estado. En efecto, el párrafo que dice: "En carreteras de interés turístico, los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, el arbitrio respectivo deberá ser fijado por los Consejos Municipales" contiene el vicio señalado por el postulante, por cuanto la fijación de arbitrios es función que, por ser reservada al Congreso de la República, no puede delegarse por éste. En lo referente a lo segundo, aunque la Constitución prohíbe expresamente a los órganos del Estado la posibilidad de eximir tasas y arbitrios, en este caso la exención la acordó el órgano competente que emitió la ley tributaria sobre anuncios y rótulos, al modificarla, con apoyo en inciso b) del artículo 239 de la Constitución, por lo que no conlleva infracción del artículo 261 invocado por el interponente. Por tales razones solamente se estima la inconstitucionalidad del párrafo anteriormente referido.

J) Al impugnarse el artículo 12 del Decreto, que modificó el artículo 17 de la Ley, el postulante se limitó a expresar que la inconstitucionalidad denunciada radica "en los mismos motivos y argumentos que he consignado en el apartado V (XI)" de su memorial, que, aparte de no referirse a asuntos similares, no señala las disposiciones constitucionales que, a su juicio, se transgreden, razón por la cual no es posible hacer el examen solicitado.

K) El artículo 19 del Decreto que se viene refiriendo reformó el artículo 31 de la Ley, que quedó en la forma siguiente: "La infracción a cualquiera de las normas de esta ley y de los reglamentos que conforme la misma se aprueben, será sancionada con multa que impondrán los jueces de asuntos municipales. En ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, y en carreteras declaradas como de "interés turístico" no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, computadas en forma anual, según el anuncio de que se trate", norma que el accionante reputa violatorio del artículo 41 constitucional.

Sobre el particular es pertinente examinar la finalidad de la disposición atacada y la prescripción constitucional que se esgrime por el postulante. El artículo 31, con la reforma introducida por el artículo 19 expresa, en su primer párrafo, que "La infracción a cualquiera de las normas de esta ley y de los reglamentos que conforme la misma se aprueben, será sancionada con multa que impondrán los jueces de asuntos municipales..."; o sea que advierte a los destinatarios de la ley que si ejecutan actos contrarios a sus disposiciones prohibitivas, sus autores serán penados económicamente mediante multas impuestas por jueces municipales. En la parte que sigue de la norma se prescribe que "En ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, y en carreteras declaradas como de 'interés turístico' no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, computadas en forma anual, según el anuncio de que se trate"; lo que indica que el juzgador, para determinar el monto de la multa debe solamente establecer el valor del impuesto que grava el o los anuncios con los que se cause la infracción y duplicará la cantidad que resulte, para el primero de los casos previstos, y, para el segundo, el monto resultará de multiplicar por cinco la cantidad del impuesto que, en su caso, grave cada anuncio. Ahora bien, la frase última del artículo 41 constitucional dispone, dentro del tema de la protección del derecho de propiedad, que "Las multas en ningún caso podrán exceder del valor del impuesto omitido". Esa prescripción se refiere a las multas o sanciones económicas ya impuestas, que tienen como origen el hecho de no cumplir en tiempo con el pago de impuestos, en cuyo evento la sanción no

puede sobrepasar la impagada cantidad del tributo exigible. Como se ve, no hay vinculación entre lo que la norma atacada dispone y la materia que la disposición constitucional protege, razón por la cual no puede estimarse la inconstitucionalidad de aquélla.

L) Una adición al articulado de la Ley establece el artículo 21 del Decreto de referencia, añadiendo el artículo 35 Bis. que dice: "Los anunciantes o colocadores de anuncios que reincidan en la instalación de rótulos en áreas no permitidas o restringidas, se les sancionará inhabilitándolos como instaladores registrados en las municipalidades respectivas". Se denuncia que la misma es violatoria de la doctrina que dimana de los artículos 1o., 2o., 4o. y 11 (párrafo primero) de la Constitución. La inhabilitación, como impedimento para ejercer derechos, está prevista en la Constitución, pero reservada a materias específicas -función pública, asuntos políticos y electorales, etc.- cuya duración es generalmente temporal y sólo excepcionalmente se permite por leyes ordinarias que la prolonguen, como lo son los casos de incapacidades, según la naturaleza del derecho que rijan. La disposición que se impugna tiene relación con las prohibiciones establecidas en el capítulo IV de la Ley Reguladora de los Anuncios en Vías de Tránsito y, en el capítulo siguiente -V-, regula los recursos y sanciones. Es a este capítulo al que se ha agregado, por el artículo 35 Bis., una sanción distinta de las multas que conlleva la transgresión a los actos de colocación de anuncios en los supuestos que prohíbe la Ley, aplicable con su reforma a la reiteración de los mismos, consistente en una incapacidad para ejecutarlos, con carácter permanente. Como la norma objeto de examen está redactada en el sentido de sancionar una conducta con carácter permanente, riñe no con las normas constitucionales que señala el accionante, pero sí con el principio de razonabilidad exigible en la ley, porque la sanción de incapacidad permanente que enuncia la disposición impugnada constituye una restricción grave que no guarda proporción con el objetivo buscado; de ahí que, advirtiéndose notoriamente que, de mantenerse pugnaría con el artículo 43 constitucional, que reconoce la libertad de industria, comercio y trabajo, aplicando la máxima *iura novit curia* acoge la denuncia que persigue declarar la inconstitucionalidad del artículo 35 Bis.

M) Otro artículo adicionado a la Ley es el 37 Bis., dispuesto por el artículo 22 del Decreto; por el mismo se reguló que "El Instituto de Fomento Municipal deberá emitir el reglamento de la presente ley, para ser revisado y aprobado por los respectivos Concejos Municipales, para que posteriormente se emita el mismo". Tal disposición se denuncia de inconstitucional, haciéndose referencia al artículo 134, inciso a), de la Constitución. La norma constitucional citada, referida a la descentralización y autonomía, dispone que el municipio y entidades descentralizadas y autónomas quedan obligadas a "Coordinar su política, con la política general del Estado y, en su caso, con la especial del Ramo a que corresponda". El tribunal no aprecia que la disposición impugnada colisione con la constitucional; empero, advierte que está redactada de manera imprecisa, dado que no distingue con certeza si la emisión del reglamento corresponde al Instituto de Fomento Municipal o a los Concejos Municipales. Por ello, también en este caso aplica al principio *iura novit curia*, por cuanto es notorio que sí se deja en pie la disposición cuestionada se permitirá su vigencia contrariando el principio constitucional de seguridad que las disposiciones legales deben dispensar a los gobernados, conforme los artículos 175 y 183, literal e) de la Constitución. Por tales razones procede hacer la declaración de inconstitucionalidad que se solicita.

N) También forma parte, como adición a la Ley, el artículo 40 Bis. que añadió el artículo 23 del Decreto. La norma agregada dispone que: "Todo anuncio o rótulo instalado en propiedad privada para ser observado desde la carretera, vía o calle estará sujeto a lo preceptuado en esta Ley y deberá contar con la autorización municipal respectiva". Para su impugnación el accionante transcribe el primer párrafo del artículo 39 constitucional, referido a la garantía de la propiedad privada, y lo relaciona con el principio de razonabilidad, como aplicable para evitar abusos del Estado, concluyendo que la disposición que ataca confiere a las municipalidades un ilimitado derecho sobre la propiedad privada. No se advierte del artículo transcrito que el mismo constituya la transgresión denunciada porque, aun cuando su redacción pueda parecer irrazonable al postulante, esa, como todas las disposiciones de la Ley, están referidas a rótulos o anuncios que se coloquen a los lados de los caminos de uso público, lo que en manera alguna

puede derivar en autorización que conlleve lesión a la propiedad; de igual manera también es lícito regular emanaciones que tengan su procedencia desde el interior de una propiedad privada (ruidos, olores, gases tóxicos u otros) que afecten distintos ámbitos también privados o públicos, supuesto que, en todo caso, puede defenderse por los medios que dispone la ley. De ahí que no pueda estimarse la inconstitucionalidad solicitada.

Ñ) El artículo 41 de la Ley quedó reformado por la adición que le introdujo el artículo 24 del Decreto, el cual reza: "Queda prohibida la colocación de rótulos, vallas publicitarias o anuncios en carreteras o vías urbanas y extraurbanas que sean declaradas total o parcialmente como vías o carreteras panorámicas, a excepción de lo declarado en los incisos a), b) y c) del artículo 11 de la presente ley". Aunque el postulante también lo impugna de inconstitucionalidad, se limita a expresar que ésta radica en los mismos motivos y razonamientos consignados en el apartado V (XI) de su memorial, que, aparte de no referirse a asuntos similares no señala las disposiciones constitucionales que permitan su confrontación. En tal circunstancia se carece de los elementos básicos para pronunciarse sobre el precepto que impugna.

O) Similar apreciación a la anterior cabe hacer con respecto al artículo 41 Bis. que, como adición a la Ley, introdujo el artículo 25 del Decreto, porque su impugnante se limitó a expresar que es inconstitucional, por las mismas razones expuestas en el apartado V (ii) de su planteamiento. Dicho argumento no es válido porque no afecta la autonomía de las municipalidades ya que se trata de una ley general cuyos destinatarios son todos los ciudadanos.

LEYES APLICABLES:

Artículos citados y 267 y 272 inciso a) de la Constitución Política de la República y 115, 133, 143, 148, 163 inciso a) y 185 de la Ley de Amparo, Exhibición Personal y de Constitucionalidad y 31 del Acuerdo 4-89 de la Corte de Constitucionalidad.

POR TANTO:

La Corte de Constitucionalidad con base en lo considerado y leyes citada **DECLARA: I) la inconstitucionalidad parcial** del Decreto 43-95 del Congreso de la República, Ley de Anuncios en Vías Urbanas, Vías Extraurbanas y Similares,

reformada por el Decreto 144-96 del Congreso de la República, en los artículos siguientes: a) la parte del segundo párrafo del artículo 6. de la ley, adicionado por el artículo 4. del Decreto de Reforma, que dice: "estará sujeto a la evaluación por mejora en Catastro Municipal y al Impuesto Unico Sobre Inmuebles, además"; b) las palabras "legítimo" y "jurídico" expresadas en el inciso b) del artículo 10 de la Ley, reformado por el artículo 8. del Decreto 144-96; c) la frase introducida al artículo 11 de la Ley por el artículo 9. del Decreto de Reforma, que dice: "El propietario será sujeto de una evaluación por Catastro Municipal por mejora en propiedad y sujeto al pago del Impuesto Unico Sobre Inmuebles"; d) el segundo párrafo del artículo 12 de la Ley, reformado por el artículo 10 del Decreto 144-96 que dice: "En carreteras de interés turístico, los rótulos y vallas publicitarias apoyadas en lugares públicos municipales, el arbitrio respectivo deberá ser fijado por los Concejos Municipales"; e) el artículo 35 Bis. de la Ley, adicionado por el artículo 21 del Decreto; y f) el artículo 37 Bis. de la Ley adicionado por el artículo 22 del Decreto. En consecuencia, quedan sin vigencia las disposiciones legales indicadas, las que dejarán de surtir efectos desde el día siguiente de la publicación de esta sentencia en el Diario Oficial; las disposiciones suspendidas provisionalmente dejaron de surtir efectos desde el día siguiente de la publicación de su suspensión provisional. **II)** Desestima la inconstitucionalidad de las restantes disposiciones que fueron objeto de la acción. **III)** Se restablece la vigencia del párrafo del artículo 19. que dice: "En ningún caso las multas serán mayores al doble del impuesto a pagarse por cada anuncio, y en carreteras declaradas como de "interés turístico" no serán menores de cinco veces el valor del impuesto a pagarse por cada anuncio, computadas en forma anual, según el anuncio de que se trate". **IV)** Publíquese esta sentencia en el Diario Oficial dentro de los tres días siguientes de la fecha en que la misma quede firme. **V)** Notifíquese.

RUBEN HOMERO LOPEZ MIJANGOS
PRESIDENTE

LUIS FELIPE SAENZ JUAREZ

MAGISTRADO

**ALEJANDRO MALDONADO AGUIRRE
MAGISTRADO**

**JOSE ARTURO SIERRA GONZALEZ
MAGISTRADO**

**CONCHITA MAZARIEGOS TOBIAS
MAGISTRADA**

**AMADO GONZALEZ BENITEZ
MAGISTRADO**

**FERNANDO JOSE QUEZADA TORUÑO
MAGISTRADO**

**MANUEL ARTURO GARCIA GOMEZ
SECRETARIO GENERAL**