



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**PROYECTO DE TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA  
OBTENCION DEL TITULO DE ARQUITECTO**

**TEMA:**

**“ANALISIS DEL IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA  
CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD”.**

**AUTOR:**

**BAILON ORTEGA COBY BRANDON**

**DIRECTOR:**

**Dr. FERNANDO REPRESA**

**MANTA-MANABI-ECUADOR**

**2021-2022**

## 2. CERTIFICACION DE TUTOR

Quien suscribe, **Dr. FERNANDO REPRESA** en calidad de Tutor del Trabajo de Tesis, sobre el tema **“ANALISIS DEL IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD”**. Elaborado por el egresado de la Facultad de Arquitectura, **Coby Brandon Bailón Ortega** portador de la Cedula de Identidad N.º 135078539-8.

**Certifico**, que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el egresado, dirigido y supervisado por el suscrito. La investigación y los resultados obtenidos de ellos, como los criterios allí vestidos son la exclusiva responsabilidad y derecho del autor del trabajo.

Lo certifico,

---

**Dr. Fernando Represa**

**Tutor de Tesis**

### **3. DECLARACION DE AUTORIA**

La responsabilidad de los hechos de la investigación realizada para la elaboración de este trabajo con el tema **“ANALISIS DEL IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD”**. Para la elaboración del trabajo de titulación, el análisis, sugerencias, conclusiones y recomendaciones emitidas en este trabajo de tesis, pertenecen exclusivamente a su autor.


---

Coby Brandon Bailón Ortega

C.I.N.°135078539-8

**Autor (a)**

#### 4. CERTIFICACION DE APROBACION DEL TRABAJO DE TITULACION O CARTA DE ACEPTACION DE PUBLICACION DE ARTICULO

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> CERTIFICADO DE TUTOR(A)	<b>CÓDIGO:</b> PAT-01-F-010
	<b>PROCEDIMIENTO:</b> TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	<b>REVISIÓN:</b> 2
		Página 1 de 1

### CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Arquitectura y Artes Plásticas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante BAILON ORTEGA, COBY BRANDON, legalmente matriculado/a en la carrera de Arquitectura, período académico 2021-2022(1), cumpliendo el total de 438 horas, bajo la opción de titulación de: Ensayo Académico cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es **“Análisis del impacto visual de la imagen urbana de la ciudad Montecristi a causa del exceso de publicidad”**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 15 de agosto de 2022.

Lo certifico,

---

Dr. Fernando Represa Pérez, PhD  
**Docente Tutor**  
**Facultad de Arquitectura**

## **CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

En calidad de tribunales de la Facultad de Arquitectura y Artes de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber revisado el trabajo de titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Ensayo Académico, cuyo tema es “**Análisis del impacto visual de la imagen urbana de la ciudad Montecristi a causa del exceso de publicidad**” internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo APRUEBO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para proceder a la defensa correspondiente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario. En la ciudad de Manta, a los 12 días del mes de Septiembre del dos mil veinte y dos.

---

Arq. Gabriel Eduardo Barba Espinel, Msl

CC. 130948951-4

**Tribunal 1**

---

Arq. Jose Luis Castro Mero, Mg

CC. 130585887-8

**Tribunal 2**

## 5. DEDICATORIA

Este trabajo se realizó con muchas complicaciones y esfuerzos, es así, que se lo dedico a mi familia, amigos y personas especiales.

Mis padres que hasta el último momento me ayudaron con todo para poder seguir adelante en mi formación profesional, se lo dedico especial mente a mi papa que ya no lo tengo aquí presente, pero se que está observando desde el cielo orgullosamente.

Aquellos amigos que considero mucho y que estuvieron en los momentos más difíciles de mi vida, esa fuerza que recibí por ellos fue muy grande y también a los docentes que me formaron académicamente con una visión profesional.

GRACIAS.

---

Coby Brandon Bailón Ortega

C.I.N.°135078539-8

**Autor (a)**

## 6. INDICE

### CONTENIDO

2.	CERTIFICACION DE TUTOR .....	2
3.	DECLARACION DE AUTORIA .....	3
4.	CERTIFICACION DE APROBACION DEL TRABAJO DE TITULACION O CARTA DE ACEPTACION DE PUBLICACION DE ARTICULO .	4
5.	DEDICATORIA .....	6
6.	INDICE.....	7
7.	TITULO.....	8
8.	AUTOR .....	8
9.	RESUMEN .....	8
10.	KEYWORDS .....	9
11.	INTRODUCCIÓN.....	10
12.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	11
12.1	Diseño Metodológico .....	11
12.2	Población.....	12
12.3	Entorno.....	13
12.4	Intervenciones .....	14
12.5	Fases de ejecución.....	15
13.	RESULTADOS .....	16
13.1	RESEÑA HISTÓRICA .....	16
13.2	Fundamentación Legal.....	17
13.3	Urbano .....	18
13.4	Imagen .....	19
13.5	Publicidad .....	20
13.6	Contaminación Visual .....	21
13.7	Catálogo de los inmuebles en la zona comercial .....	23
13.7	Entrevistas .....	28
13.8	Encuestas.....	30
14.	DISCUSIONES/CONCLUSIONES .....	33
15.	BIBLIOGRAFÍA .....	35
16.	ANEXOS .....	36
17.	AGRADECIMIENTOS.....	46

## **7. TITULO**

“ANÁLISIS DEL IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD.”

## **8. AUTOR**

BAILÓN ORTEGA COBY BRANDON

## **9. RESUMEN**

La imagen urbana de la ciudad ha cambiado considerablemente en el transcurso de los años. La evolución arquitectónica de cada lugar, con la incorporación de nuevas tipologías durante las últimas décadas ha dado a la ciudad una configuración distinta que combina elementos del pasado con otros propios del siglo XXI. Así, la tecnología y las nuevas estaciones comerciales han hecho posible que se realicen publicidades de magnitudes tan grandes que llegan a opacar el paisaje urbano e, incluso, el natural. En este caso, el estudio se centrará en la ciudad de Montecristi en el año actual 2022 como ejemplo y fenómeno a estudiar, pues posee una vía principal-Av. Metropolitana en la cual se evidencia el problema con toda claridad, atrayendo la atención del conductor y también del transeúnte o usuario inmediato. Para abordar el problema se tomó como estudio la vía principal de la ciudad se aplicara una metodología de tipo descriptivo-deductivo para abordar los problemas que representa la contaminación visual en la ciudad de Montecristi, llegándose a los siguientes resultados los cuales muestran entre un 70 al 80% de contaminación visual y con un grado medio-alto de afectación en aceras e inmuebles, lugar donde la afectación de la imagen urbana es visible, recomendando propuestas e ideas legibles en elementos urbanos y delimitación del propietario del



inmueble comercial al espacio de circulación pública. Se espera que esta investigación ayude a mejorar la ciudad.

**PALABRAS CLAVE:** Contaminación, Afectaciones, Legibilidad, Circulación, Vías

## **ABSTRACT**

The urban image of the city has changed considerably over the years. The architectural evolution of each place, with the incorporation of new typologies during the last decades, has given the city a different configuration that combines elements of the past with others of the 20th century. Thus, technology and the new commercial stations have made it possible to realize advertisements of such large magnitudes that they overshadow the urban landscape and even the natural one. In our case, we will focus on the city of Montecristi in the current year 2022 as an example and phenomenon to study, because it has a main road-Metropolitan Avenue in which the problem is clearly evident, attracting the attention of the driver and also the passerby or immediate user. To address the problem was taken as a study the main road of the city which has been applied through a descriptive-deductive methodology to address the problems of visual pollution in the city of Montecristi, reaching the following results which show between 70 to 80% of visual pollution and with a medium-high degree of affectation in sidewalks and buildings, where the affectation of the urban image is visible, recommending proposals and ideas legible in urban elements and delimitation of the owner of the commercial property to the public circulation space. This research is expected to help improve the city.

## **10. KEYWORDS**

Contamination, Affectations, Legibility, Circulation, Roads..

## 11. INTRODUCCIÓN

La imagen urbana de la ciudad de Montecristi es afectada por el exceso de carteles publicitarios, que generan un impacto visual en el paisaje urbano, cuya arquitectura es opacada o sencillamente ignorada por los afanes actuales del comercio, provocando que una ciudad con historia e identidad se vuelva un mecanismo de exposición de pantallas falsas, afectando no solo al lugar sino también a aquellos turistas o visitantes a los mismos residentes que desearían contemplar el paisaje urbano-arquitectónico de la ciudad. Se observa vías rápidas, parques, centros históricos, muchas veces irreconocibles y otras veces olvidadas por esta afectación visual. En este punto surge la pregunta: ¿Cuáles son las causas que contribuyen a que la ciudad de Montecristi se encuentre afectada por exceso de publicidad en sus edificaciones y espacio público?

Debido a la invasión de publicidad, por ende, afectante a la calidad urbano-arquitectónica que tiene la ciudad en la actualidad, el paisaje urbano que debería satisfacer a la visión de los residentes y embellecer a la ciudad, al momento no cumple su cometido, todo por el mal uso de pantallas comerciales en sitios tan recurrentes. Conociendo el problema y afectaciones por la contaminación visual, se manifiesta una nueva incógnita ¿En qué medida la contaminación visual destruye la imagen urbana de la ciudad de Montecristi?

Como Objetivo principal de esta indagación se plantea identificar las causas que contribuyen a la contaminación visual de la ciudad de Montecristi y las consecuencias para la imagen de la ciudad; y como objetivos secundarios, aquellos relacionados con la conceptualización y definición de las afectaciones, la recolección de datos, acercamiento a la ciudad mediante evidencias bibliográficas, conocimiento de la gestión del Gad municipal con respecto al problema en análisis, auscultamiento de criterios mediante entrevistas, encuestas etc.

Las nuevas técnicas y diferentes metodologías pueden hacer que una estructura urbana sea la más adecuada, es por ello que en esta investigación se aplica como metodología de desarrollo un proceso de campo, conjugando técnicas de estudio, metodologías de descripción y deducción, que conlleven a establecer el origen de esta afectación, de tal manera que los resultados obtenidos guíen la toma de decisiones para mejorar la imagen de ciudad.

Es necesario reconocer la existencia de una inadecuada aplicación de Reglamentos y Leyes en cuanto al uso de los espacios públicos-privados, ya que en la actualidad las viviendas patrimoniales de la ciudad están en deterioro, por estos elementos de anuncios y publicidades, existiendo un abuso que provoca caos visual en la escena urbana, pues se disminuye el carácter e identidad del sitio.

A partir de los resultados de este estudio deben construirse estrategias de soluciones a los problemas identificados, siendo importante contar con argumentación, normativas, que involucren los ámbitos sociales, políticos, económicos y urbanísticos, aplicando una guía en la convivencia de la sociedad que genere respeto igualitario a todas las personas naturales y jurídicas asentadas en el territorio.

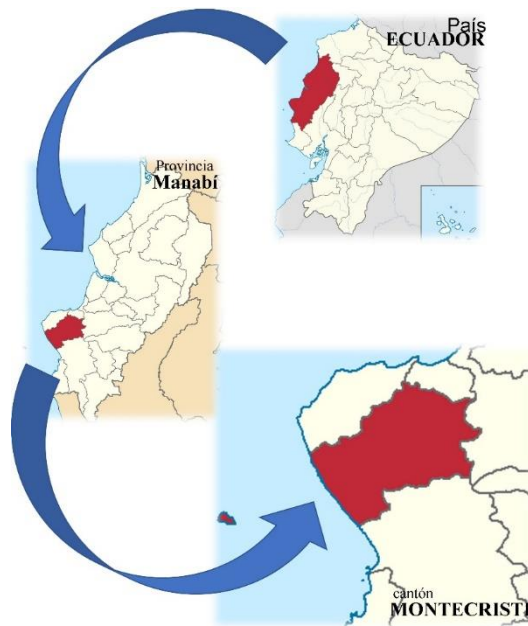
## **12. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **12.1 Diseño Metodológico**

La investigación es de tipo descriptivo-deductivo. La presente investigación se concentra en las vías de mayor influencia vehicular dentro de la ciudad específicamente en el centro urbano de la ciudad de Montecristi, pretendiendo analizar la imagen urbano-arquitectónica a partir de dichos elementos.

## 12.2 Población

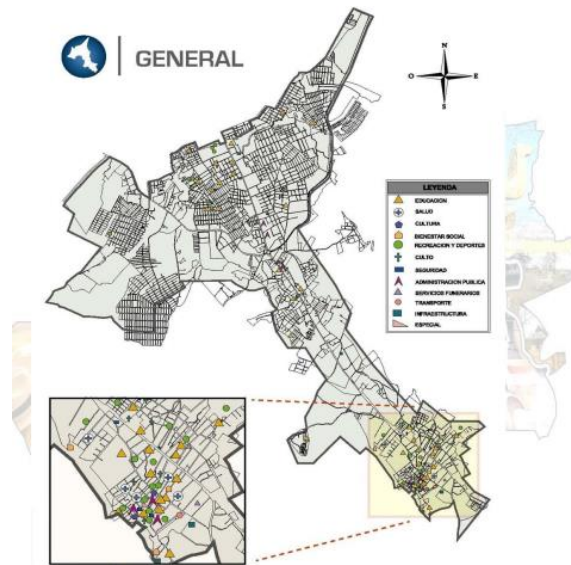
El presente trabajo de investigación se ubica en la ciudad de Montecristi, situada en Ecuador país Sudamericano, en la provincia de Manabí, en el centro de la región litoral. En el censo de 2010 tenía una población de 70.254 habitantes. Debido a la densidad poblacional según la fórmula que nos presenta la INEC de muestra infinita, dio como resultado una muestra correspondiente a 202 personas.



**Figura#1.** Ubicación de la ciudad de Montecristi

**Fuente:** location Map e Intervención propia

### 12.3 Entorno



**Figura#2.** Servicios generales de la ciudad e importantes equipamientos urbanos

**Fuente:** PDYOT de Montecristi

Mediante la ilustración es notable que el centro Sur de la ciudad de Montecristi es objeto de estudio por su crecimiento productivo, se tomó el área de 1.5km lineales aproximadamente de la Avenida metropolitana y la calle 9 de Julio por ser vías principales de tránsito pesado y diario de la ciudad, en el cual surge el conflicto de uso inapropiado de publicidades que cortan o interfieren con el uso del espacio público.



- SIMBLOGIA**
- Avenida. Metropolitana
  - Calle 9 de Julio

**Dato :**  
Area longitudinal  
1500 metros aprox.

**Figura#3.** Mapa del centro sur de Montecristi

**Fuente:** Intervención propia en base a las imágenes de Google Earth

El número de personas encuestadas es de 202, de acuerdo con que no todas constaban con un negocio comercial, se tomó como estudios inmuebles comerciales y también de espacios conjuntos de edificaciones similares debido a que presentaban similitudes en características, con un total, entre 20 a 30 edificaciones en distintos puntos estratégicos de mayor influencia comercial de la vía metropolitana como objeto de estudio. Los Entrevistados fueron dos Arquitectos del GAD Municipal, agentes importantes y con un claro concepto al trabajo de estudio.

#### **12.4 Intervenciones**

Para el desarrollo del trabajo de titulación ejecutado se han realizado las siguientes actividades:

Fundamentación del tema, donde se pondrá en evidencia las principales características que hacen de una imagen urbana uno de los requerimientos más esenciales para el entendimiento, comprensión y control de su territorio. Así, se muestran las determinaciones urbanísticas con respecto al suelo y las propiedades que tiene el territorio, favoreciendo la identificación de características propias que hacen del territorio un lugar especial en el tiempo y espacio.

Para la comprensión del problema planteado, se lleva a cabo una descripción del territorio, y de los inmuebles afectados, elaborándose un catálogo de inmuebles afectados acompañados de fichas técnicas que describan arquitectónicamente los inmuebles, causas de su afectación, los efectos, y las posibles soluciones. Complementariamente se realiza una guía de entrevista y encuestas a usuarios, propietarios y funcionarios públicos para conocer sus puntos de vista sobre las causas de la situación de los inmuebles en general y su problemática específica de contaminación visual.

Por último, pertinente observación constante, obteniendo documentación que sirve de análisis y categorización de esta problemática en el área de estudio. Una vez conformado el catálogo y realizado el análisis se alcanzarán las pertinentes conclusiones y la propuesta de recomendaciones. Conforme a las intervenciones indicadas, se propone la aplicación de los siguientes métodos de investigación:

**Método Deductivo:** Analizar el espacio urbano-arquitectónico general en cuestión del área urbana en estudio, realizando un proceso de acercamiento al problema.

**Método Descriptivo:** Es aquel que sirve para descubrir la realidad imperativa de un problema como fenómeno de estudio.

**Método Bibliográfico:** Contempla la utilización de técnicas de investigación para obtener o alcanzar documentos con teoría fundamental para el desarrollo del trabajo.

**Método Cualitativo:** Se aplicará para la ejecución de análisis e interpretación de información obtenida en el trabajo de campo.

### **12.5 Fases de ejecución**

El desarrollo del presente trabajo de investigación se basa en 5 fases que se detallan a continuación:

**F.1.-** Documentación: cartografía, bibliografía, etc.

**F.2.-** Trabajo de campo. Elaboración de fichas. Realización de entrevistas.

**F.3.-** Sistematización de datos. Construcción del catalogo

**F. 4.-** Diagnostico situacional y análisis conforme a los lineamientos urbano-arquitectónicos.

**F. 5.-** Conclusiones y Recomendaciones.

## **13. RESULTADOS**

### **13.1 RESEÑA HISTÓRICA**

“La ciudad de Montecristi se formó durante los primeros años de la conquista española, posiblemente entre 1536 y 1537, con pobladores de Manta que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas. Entre los primeros pobladores aparece un señor de apellido "Criste", quien habría construido su casa en la cima del monte, por eso se cree que el lugar adquirió el nombre de Montecristi, que luego, por facilidad idiomática, terminó llamándose Montecristi. El 25 de junio de 1822 alcanzó la categoría de cantón. El territorio de Montecristi llegaba hasta Atacames, pero el 18 de octubre de 1826 la Ley le quita ese derecho. Durante los primeros años de la república, fue capital de la Provincia de Manabí, pero luego de un terrible incendio, que a mediados de 1867 la arrasó considerablemente, entregó, por decreto de Jerónimo Carrión, su categoría de capital a Portoviejo, que la conserva desde ese año.” Goraymi (2018)

Es un cantón con historia y mucha tradición. Su más grande figura histórica es el general Eloy Alfaro Delgado, uno de los mayores revolucionarios del país. Parte de sus restos reposan en el museo de la Ciudad Alfaro, ubicado en lo alto del cerro Montecristi, escalado por personas que gustan del riesgo y la aventura. Cuenta con algunas playas, la más visitada de ellas es San José. La ciudad de Montecristi tiene aspecto de una pequeña aldea. Su enorme y brumoso cerro semeja un viejo guardián de las tradiciones manabitas.

La gente es amable y hospitalaria, se puede visitar la Casa de Alfaro, donde se encuentra el museo y los puestos de ventas de artesanías, también se puede admirar la belleza de la Basílica Menor de la Virgen de Monserrat, constituida en el principal atractivo para los turistas, hasta donde llegan miles de feligreses cada año. Sus artesanías elaboradas en paja toquillas, mimbre, piquigua, plástico y madera son



reconocidas en todo el país y fuera del él. Su identidad está en los sombreros finos de paja toquilla, reconocidos en el mundo como “Panamá Hat”. Goraymi (2018).

### **13.2 Fundamentación Legal**

Como menciona la (Constitución del Ecuador, 2008) en: el TÍTULO II, SECCIÓN DERECHOS AMBIENTE SANO CAPÍTULO PRIMERO, PÁRRAFO QUINTO, en sus artículos mencionan lo siguiente:

Art. 14. Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Art. 30. Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Art. 31. Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Art. 32. La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir. El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios

de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.

Art. 275. El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socioculturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

Cabe recalcar que los artículos mencionados no están siendo del todos cumplidos por las autoridades pertinentes, por lo que se debería de ser más estricto con ello y cumplir con el buen vivir ciudadano y el bienestar respectivo.

La imagen urbana a un análisis del exceso de publicidad de la ciudad de Montecristi se enlaza con el concepto histórico y productivo de la ciudad. Así mismo la incidencia de este problema es significativamente mayor en zonas urbanas de mayor influencia en vías principales contaminando la estética y visualización armónica de aquellos elementos que conforman lo urbano.

### **13.3 Urbano**

Si retrocedemos décadas en el tiempo encontramos a un urbanista con un concepto que ahora es muy tomando en cuenta porque se basa en el orden, en limitaciones, en elementos básicos urbanos que de ende es importante, para realizar esta investigación a pesar de que sea un concepto ambiguo. Lo urbano tiene un significado amplio. Según (Lynch, 1960, págs. 12-15), “la imagen urbana se conforma a partir de una serie de elementos que hacen de un lugar o espacio, identificable, con el usuario, con un grupo social, con alguna actividad o con la misma población residente. Así, un espacio público, lugar o ciudad con buena imagen urbana, deberá contar con algunos elementos que darán

una mejor legibilidad al espacio urbano. La legibilidad, es un atributo para Lynch de los lugares. Esta legibilidad, sirve como un elemento que potencia la correcta organización y orientación de un usuario o población residente o ajena al lugar. Una ciudad legible será aquella en la cual sus residentes o usuarios identifiquen, estructuren y den significado a los lugares frecuentados” (Lynch,1960).

Por otro lado, los conceptos actuales como según lo interpretó Bardera “el concepto de diseño urbano no se refiere únicamente a cómo se ordena la ciudad, sino también cómo lo hacen los edificios que se construyen. Los edificios son infraestructuras de las ciudades que aseguran que son salubres y cómodas, y para hacerlos adecuadamente, es necesario considerar factores como el ruido, la polución o cualquier otro equipamiento urbano. Es imprescindible que a la hora de gestionar las infraestructuras que hay en una ciudad de manera que sirvan para garantizar la máxima comodidad a sus habitantes, se tenga en cuenta que las ciudades son organismos vivos que crecen y que evolucionan” (Ignasi Bardera 2020).

Por tanto, la ciudad, es la materialización de lo urbano aquello que se forma con el mismo tiempo en caracterizaciones ideológicas, culturales e incluso políticas. Hay que reconocer que la ciudad cambia continuamente según las características de su población ciudadana.

### **13.4 Imagen**

Debido a que la imagen es material o mental y que la ciudad es algo hecho mientras que lo urbano es un fenómeno, es posible establecer cuatro puntos categóricos

Observación icónica de la ciudad. “Es el análisis de la imagen Material, es decir lo construido en tiempo y espacio en la ciudad e incluso sus propiedades básicas”

(Locke,2015). Bordes, sendas, hitos, nodos y barrios, los cuales existen y no de manera idealista y permiten evaluar la legibilidad, identidad, estructura y significado de sus ciudades.

Creación Icónica de la ciudad. Podría ser comprendida como la ciudad imaginada (Traverso ,2008). Sin embargo, requeriría de otros que analicen la representación mental que poseen los ciudadanos de sus ciudades sin necesidad de analizar la ciudad en sí.

Creación icónica de la urbano. Silva (1992) lo analiza en su texto Imaginarios urbano: cultura y comunicación urbana. La cual se basa en su estudio en la cultura e identidad urbana analizando la representación de una ciudad en particular.

Observación icónica de lo urbano. Trata del análisis de la imagen urbana construida históricamente. Tiene como objetivo estudiar la percepción que poseen los habitantes de sus respectivas ciudades y comprender como fue estéticamente la construcción en su proceso como obra de arte.

### **13.5 Publicidad**

Un tema controversial hoy en día debido a las grandes empresas comerciales y al gran índice de crecimiento poblacional. Según Hennings (2014), “la consecuencia surge una cantidad de espacios permanentes, estables y otros improvisados en su mayoría inestables destinados a la proliferación de esta forma de publicidad. Como medio de publicidad, esta opción parece ser la más eficaz e inmediata, de ahí su constante expansión generando un fuerte monopolio empresarial de gran remuneración financiera que actúa en el subconsciente del ciudadano.” (Hennings,2014) Las empresas dedicadas a este rubro se niegan a sensibilizarse ante las repercusiones de este medio.

De esta manera se ve como para Gilberto Valentini, en su libro “Publicidad”, la problemática general de la publicidad exterior se reduce a lo siguiente: “La publicidad exterior viene arrastrando una serie de problemas crónicos. No son las inclemencias del tiempo, ni las termitas, ni las agencias, ni el anunciante” (Rubianes,2009).

Que el exceso de publicidad cumpla su función sin destruir el orden o interés urbano es la manera de recuperar el paisaje arquitectónico de la ciudad. Existen variedades de formas en que el caos de anuncios se puede armonizar mediante diseños concordantes con la arquitectura, no solo a la edificación de valor patrimonial. Crear o mejorar las reglas para adecuar mejor la escala, la ubicación y reducción de las mallas publicitarias. En la actualidad existen otros recursos de mayor impacto como las redes sociales.

### **13.6 Contaminación Visual**

Una afectación voluble a nivel internacional que está afectando a ciudades en crecimiento, claramente por su producción y evolución poblacional en comercios sean macros o microempresas. Generando elementos publicitarios o de ventas que afectan en si al usuario generando un estado de desorden urbano en vías de mayor influencia comercial y productivas.

Según Acosta (2008) “la contaminación visual que se refiere al cambio o desequilibrio en el paisaje ya sea natural o artificial, es quien afecta las condiciones de vida y las funciones vitales de los seres vivientes.” Es decir que abarca a cualquier elemento que distorsione la observación del paisaje natural o urbano. (p.86)

De acuerdo con Jerez Paredes (2007) “Los principales problemas que puede padecer una persona sujeta a contaminación visual son estrés, dolor de cabeza, mareos,




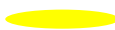
ansiedad. Además, pueden existir otros daños como: distracción de la eficiencia laboral, mal humor, trastornos de agresividad”. Es decir que en cierta manera afecta a la salud no solo del transeúnte sino también de quien convive el día a día en estos sitios.

A menudo, la interpretación del territorio es subjetiva, es decir, involucra la imaginación y la realidad. Pero aquella imaginación debe ser guiada por una realidad posible, traída por los antecedentes y el conocimiento actual de las interacciones que hay en el espacio territorial. Aunque los líderes locales juegan un papel importante, deben actuar conjuntamente con el resto de la sociedad en la planificación del desarrollo de las ciudades con el fin de interactuar articuladamente con las realidades inherentes a las condiciones de ciudad.

### 13.7 Catálogo de los inmuebles en la zona comercial

Aspectos para tomar en cuenta en las imágenes obtenidas en el campo de estudio

#### Datos y simbología

- Breve descripción del inmueble 
- Porcentaje de publicidad 
- Ocupación de la acera 
- Afectación del peatón 



**Figura#4.** Imagen de inmuebles de estudio

**Fuente:** Intervención propia

Para realizar el estudio de una manera entendible se dividió en tres secciones:

- Inmuebles con bajo nivel de contaminación
- Inmuebles con medio nivel de contaminación
- inmuebles con alto nivel de contaminación

## Catálogo de Inmuebles con Bajo índice de contaminación Visual






DESCRIPCION GRAFICA	Descripción del o los inmuebles	Porcentaje de publicidad	Porcentaje Ocupación de acera	Afectación al peatón
 <p><u>Imagen 1</u></p>	Edificación de construcción mixta De 2 plantas	20 al 30 %	30 al 40 %	Media
 <p><u>Imagen 2</u></p>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	10 al 20%	40 al 50 %	Media
 <p><u>Imagen 3</u></p>	Edificaciones de construcción mixta de 3 plantas	10 al 20%	10 al 20%	Baja
 <p><u>Imagen 4</u></p>	Edificaciones de construcción mixta de 3 plantas	20 al 30%	15 al 30%	Media
 <p><u>Imagen 5</u></p>	Edificaciones de construcción mixta de 2 plantas	15 al 25 %	20 al 30 %	Media
<p><b>Descripción Técnica .-</b> Afectación de publicidad con un margen del 20 % al inmueble de propietario-arrendatarios y con un equivalente del 30 % de ocupación de acera invadiendo el espacio de circulación del transeúnte y afectando a los elementos urbanos de la zona.</p>				



## Catálogo de Inmuebles con Medio índice de contaminación Visual

DESCRIPCION GRAFICA	Descripción del o los inmuebles	Porcentaje de publicidad	Porcentaje ocupación de acera	Afectación al peatón
 <u>Imagen 6</u>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	40 al 50 %	10 al 20 %	Media
 <u>Imagen 7</u>	Edificaciones de construcción mixta de 2 a 3 plantas	50 al 60 %	30 al 40%	Media -alta
 <u>Imagen 8</u>	Edificaciones de construcción mixta de 2 a 3 plantas	50 al 60%	40 al 50%	Media
 <u>Imagen 9</u>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	40 al 50%	30 al 40 %	Baja
 <u>Imagen 10</u>	Edificaciones construcción mixta de 2 a 3 plantas	40 al 50 %	50 al 60 %	Media
<p><b>Descripción técnica.</b> -Afectación de publicidad con un margen del 50 % al inmueble de propietarios-arrendatarios y con un equivalente del 40 % de ocupación de acera invadiendo el espacio de circulación del transeúnte y afectando a los elementos urbanos de la zona.</p>				

## Catálogo de Inmuebles con Alto índice de contaminación Visual

DESCRIPCION GRAFICA	Descripción del inmueble	Porcentaje de publicidad	Porcentaje de ocupación de acera	Afectación al peatón
 <p><u>Imagen 11</u></p>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	70 al 80 %	20 al 30 %	Baja
 <p><u>Imagen 12</u></p>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	70 al 80%	40 al 50 %	Media
 <p><u>Imagen 13</u></p>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	70 al 80%	80 al 90%	Alta
 <p><u>Imagen 14</u></p>	Edificación de construcción mixta de 2 plantas	90 al 100%	60 al 70%	Media
 <p><u>Imagen 15</u></p>	Edificaciones de construcción mixta de 2 plantas	70 al 80 %	60 al 70%	Alta
<p><b>Descripción técnica.</b> -Afectación de publicidad con un margen del 75 % a los inmuebles de propietarios-arrendatarios y con un equivalente del 60 % de ocupación de acera invadiendo el espacio de circulación del transeúnte y afectando a los elementos urbanos de la zona.</p>				

De acuerdo con el catálogo presentado es evidente que en la estructura urbana de la ciudad de Montecristi, no están definidos adecuadamente los espacios para exposición de publicidad, siendo limitantes para aquellos sitios de abundante comercio, donde la carencia de elementos urbano-arquitectónicos, espacios públicos e inmuebles, el irrespeto a sus espacios de los usos sugeridos por el GAD municipal. Estos problemas generan no solo desastre en la imagen urbana, sino también disgustos e incluso problemas de salud emocional y psicológicos a los transeúntes, turistas e incluso hacia los mismos habitantes.

Por ende, estos lugares de comercio deben de ser intervenidos, ya que el tiempo pasa factura y luego será complicado reestablecer u organizar la imagen urbana mediante su orden normativo, legibilidad en equipamientos y elementos urbanos fundamentales y de producción para la ciudad de Montecristi.

### **13.7 Entrevistas**

Las entrevistas se realizaron mediante preguntas semiestructuradas basadas en las primeras interrogantes del estudio a dos funcionarios públicos:

#### **Entrevistas #1**

Arquitecta Adriana Lucas Carrillo

Directora de Planificación Territorial de la ciudad de Montecristi

Tema: IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD

**¿Por qué la ciudad de Montecristi se encuentra afectada por un exceso de publicidad?**

Montecristi se encuentra en constante desarrollo, por su ubicación y potencialidades es un foco de interés para actividades industriales. Estas características aumentan la competitividad entre los mercados, todos buscan lugares estratégicos para ubicar sus publicidades y atraer clientes, pero al no existir una regulación adecuada sobre el tipo, tamaño, colores, temas, ubicación etc., de vallas publicitarias en el cantón, se crea una ocupación del espacio público anárquico.

**¿La contaminación visual destruye a la imagen urbana de la ciudad de Montecristi?**

Si. La cantidad de colores formas y movimientos que se expresan en las vallas publicitarias ubicadas en espacios públicos y privados le restan valor arquitectónico a la imagen de la ciudad, perdiendo su identidad.

## **Entrevista # 2**

Arquitecto Beto Franco

Jefe Administrativo de la ciudad de Montecristi

Tema: IMPACTO VISUAL DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD DE MONTECRISTI A CAUSA DEL EXCESO DE PUBLICIDAD

**¿Por qué la ciudad de Montecristi se encuentra afectada por un exceso de publicidad?**

Es algo normal en estos momentos debido a la evolución en desarrollo y crecimiento urbano de la ciudad, claramente surgirán estos problemas para una ciudad que en media década transformó fenomenalmente en población y en equipamientos, por ser centro conector entre ciudades en desarrollo, y la ciudadanía aprovecha esta oportunidad de crecer su capital en su área de trabajo, incumpliendo con las normativas municipales provocando un desorden con estas pantallas publicitarias

**¿La contaminación visual destruye a la imagen urbana de la ciudad de Montecristi?**

La imagen urbana en una ciudad que se desarrolló con desorden, se puede decir que si, desde hace mucho la imagen urbana ya se ha estado destruyendo no solo por este problema de contaminación sino también por un desorden urbano, tanto de elementos urbanísticos, como en falta de espacios de socialización y de traslado peatonal, de esta triste razón se perdería la identidad de la Arquitectura moderna y la Patrimonial de la ciudad natal de Eloy Alfaro

### 13.8 Encuestas

Realizadas a:

- **Transeúntes** de la vía principal (selección aleatoria)
- **Propietarios-arrendatarios** de las publicidades ubicadas en los inmuebles de la vía principal objeto de estudio.

#### 1. ¿Considera usted que las publicidades comerciales ubicadas en la vía afectan a la Imagen de la ciudad?

##### *ALECTACIÓN DE PUBLICIDADES COMERCIALES A LA IMAGEN DE UNA CIUDAD*

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Si	190	94%
No	12	6%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** De acuerdo a los resultados obtenidos, en definitiva, la puesta de publicidad comercial en las vías principales de una ciudad, en este caso Montecristi, tiene una gran influencia en la imagen que se tiene de la misma, puesto que están en el radio de visión inmediato de los transeúntes y así también de los que habitan el sitio.

#### 2. ¿Qué tan importante es la imagen urbana de la ciudad?

##### *IMPORTANCIA DE LA IMAGEN URBANA DE UNA CIUDAD*

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Muy Importante	170	84%
Poco Importante	24	12%
No es Importante	8	4%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** De acuerdo a los resultados obtenidos, la población considera en su mayoría, con un 84% de los encuestados, que, en efecto, la imagen urbana de una ciudad es importante, ya sea para su crecimiento interno, como para su publicidad respecto del resto de ciudades y países.

### 3. ¿La contaminación visual afecta a la imagen urbana de la ciudad?

#### ***AFECTACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL A LA IMAGEN URBANA***

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Mucho	154	76%
Poco	40	20%
Nada	8	4%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Esta pregunta busca conocer que tanto afecta el abuso de ciertos elementos no arquitectónicos que alteran la estética de la imagen urbanística, las cuales generan una sobreestimulación visual agresiva y simultánea. El 76% de la población encuestada afirma que en efecto, el abuso de elementos en fachadas perjudica a la imagen de las mismas, generando contaminación visual.

### 4. ¿Considera usted que las viviendas patrimoniales son afectadas por los carteles publicitarios?

#### ***INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN LAS VIVIENDAS PATRIMONIALES***

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Si	192	95%
No	10	5%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** En esta pregunta se busca valorar las viviendas patrimoniales de la ciudad de Montecristi las cuales están siendo afectadas en gran medida por el abuso de los carteles publicitarios, las cuales inciden negativamente no solo en su imagen sino también en la historia que rodea a estas viviendas. El 95% de los encuestados afirman que efectivamente, el exceso de publicidades en las fachadas y entornos de las viviendas patrimoniales deteriora su imagen, y por ende, la imagen de la ciudad también.

### 5. ¿Piensa Usted que el exceso de publicidad destruye el orden urbano?

#### ***INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL ORDEN URBANO***

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Si	180	89%
No	22	11%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** La interrogante busca conocer la magnitud de afectación que tiene el exceso de publicidad en el orden urbano, afectando tanto a las viviendas locales como a los espacios públicos y los elementos que contiene. Los resultados de la investigación apuntan a que,

en efecto, el exceso de publicidades en las ciudades incide negativamente en el orden urbano de las mismas, pues en un 89% la respuesta fue positiva.

**6. ¿Considera Usted que el interés urbano por el GAD municipal es capaz de recuperar el paisaje arquitectónico de la Ciudad?**

***NIVEL DE INTERES DEL GAD MUNICIPAL EN EL PAISAJE  
ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD***

<b>Investigación de campo</b>	<b>Peso de la respuesta</b>	<b>% del peso de respuesta</b>
Si	97	48%
No	105	52%
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Esta pregunta busca determinar el interés de la ciudadanía por parte del GAD municipal del cantón Montecristi, que capacidad tienen en recuperar el paisaje Arquitectónico, mejorando el servicio público y sus espacios urbanos. El 52% de las respuestas fueron negativas al indicar que el municipio no participa en estos cambios y el 48% afirma que sí lo hace. Esto nos da a entender que hay espacios por los cuales las entidades municipales sí se han preocupado y otros que no han sido intervenidos.



## 14. DISCUSIONES/CONCLUSIONES

Se evidencia que el impacto visual por contaminación de vallas publicitarias y el mal uso de elementos urbanos son un problema, que afecta la imagen urbana y por ende la identidad de la Arquitectura de la ciudad, además ante el mal uso de dichos espacios y la lentitud de respuesta del departamento de planificación urbana es posible que los problemas detectados se agraven con el pasar de los días y las posibles soluciones se tornen más complejas. Sin embargo, el buen uso de elementos publicitarios, como anuncios o mensajes cortos no tan extravagantes, simples, pero impactantes al interés por parte del ciudadano, hará que los elementos urbanos que caractericen ese sitio comercial reduzcan el impacto contaminante al no sobrepasar el 30% de visualización del habitante, de esta manera evitar la afectación actual del 70 % de contaminación visual que dio el análisis de inmuebles en el catálogo.es

Las entrevistas que se realizaron fueron de gran importancia dentro del tema de ámbito urbano, ambas entrevistas comentaron algo que llamó la atención; en cuanto a que las personas buscan lugares estratégicos para comercializar de manera desordenada y muchos de estos sitios son importantes dentro de la historia de la ciudad, esto es un bien para la economía de la ciudad, pero a futuro la Arquitectura se pierde y lo legible desaparece.

La ciudad de Montecristi posee una identidad cultural única por tener personajes históricos y viviendas de valor patrimonial, que están siendo afectados por publicidad expuesta de forma desordenada, quizás por la ausencia de planificación, forzando vías de circulación peatonal con un porcentaje de 50% de utilidad por parte del peatón y el otro

50% es utilizada para comercio informal y pantallas publicitarias de acuerdo con el estudio planteado en los catálogos de inmuebles y peatón.

Por otra parte, las vías conectoras al centro Sur de la ciudad están siendo afectadas con un 30 % por este impacto visual. Debido a la mala orientación, desequilibrio y desorden de la trama urbana, lo cual provoca un problema en la trama vial importante de la ciudad dentro del espacio urbano entre acera-fachada y usuario. Estos resultados permiten afirmar que no existe una acción adecuada por parte de las autoridades competentes del GAD municipal ante este problema.

En función de las respuestas obtenidas en las encuestas y entrevistas se considera que los habitantes ya están siendo afectados emocional, psicológicamente por este fenómeno actual de contaminación hacia la imagen urbana de ciudad.

Por otro lado, la ciudad se encuentra en desarrollo poblacional, productivo y de crecimiento territorial y es de importancia que las normativas mencionadas en el artículo 14 y 15 de la constitución ecuatoriana sea tomada con mayor seriedad para vivir en un hábitat seguro y saludable. De pronto, sería oportuno replantear opciones para mejorar el paisaje urbano ante este aspecto tratado, planificar zonas exclusivamente para el mercado comercial y de tal manera evitar que afecten a la identidad de la ciudad y a su población.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

Bardera , I. ( 2020) Escuela Superior de diseño de Barcelona. en :  
<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-espacios/que-llamamos-arquitectura-urbana>

Constitución de la Republica del Ecuador (2008) en: el TÍTULO II, SECCIÓN DERECHOS AMBIENTE SANO  
[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.)

Fuentes, J. (2017). Armando Silva, Imaginarios urbanos. Bogotá y São Paulo. Cultura y comunicación urbana en América Latina, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1992. *Dimensión Antropológica*, 6, 177–179. Recuperado a partir de  
<https://revistas.inah.gob.mx/index.php/dimension/article/view/10504>

Goraymi (2018) .Ciudades y destinos turísticos,Manabi-Montecristi  
<https://www.goraymi.com/es-ec/manabi/montecristi/ciudades/montecristi-ecuador-a7b35b12d>

Méndez Velandia, Carmen Arelys (2013). La contaminación visual de los espacios públicos en Venezuela. *Gestión y Ambiente*, 16 (1),45-60 ISSN: 0124-177X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169427489007>

Organización de Naciones Unidas. (2003). Esbozo del Informe de la Comisión de Seguridad Humana. Recuperado  
[https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/IIDHSeguridad/12\\_2010/733e4b3f-3b8f-45d3-aa01-fe7c19326dee.pdf](https://www.iidh.ed.cr/multic/UserFiles/Biblioteca/IIDHSeguridad/12_2010/733e4b3f-3b8f-45d3-aa01-fe7c19326dee.pdf)

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Montecristi (2016) actualizado zona 4:<https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html>

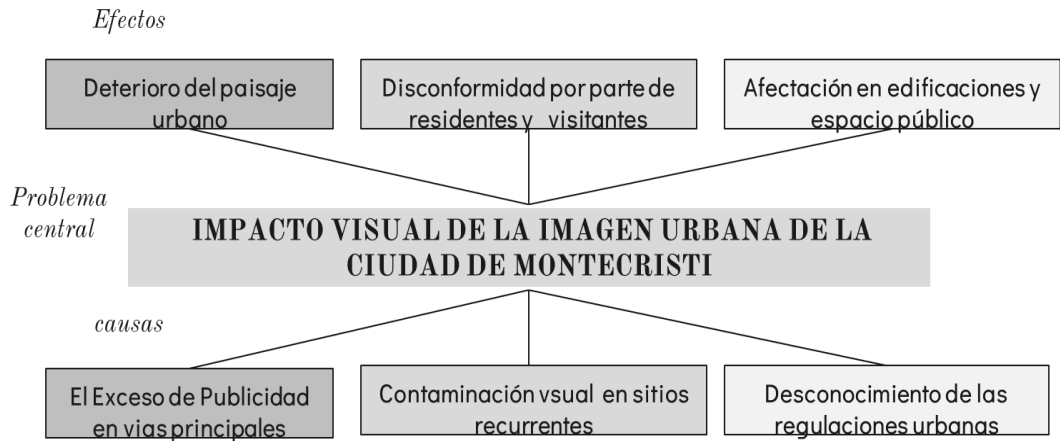
PDyOT de Montecristi (2016).Avenida Metropolitana y 9 de Julio Centro Sur

Traverso, A. C. (2008). *La ciudad imaginada*. Andres Ibáñez, Bolivia: Fondo Editorial del Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz:  
<http://www.santacruz.gob.bo>

Valdivia ,A. (2014) Calidad de la Imagen Urbana -Universidad Privada del Norte Colombia. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5001892>

## 16. ANEXOS

### Cuadro del planteamiento del problema



### Cuadro de Objetivos

<u>Justificación</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Objetivos Específicos</u>
<p>Delimitación de el uso de elementos publicitarios</p> <p>Aplicación de técnicas y metodologías que mejoren la escena urbana .</p> <p>Preservar la identidad y el carácter del sitio</p>	<p>Identificar las causas que contribuyen a la contaminación visual de la ciudad de Montecristi y las consecuencias para la imagen de la ciudad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de las afectaciones</li> <li>• Recolección de datos</li> <li>• Acercamiento a la ciudad mediante evidencias bibliográficas</li> <li>• Conocimiento de la gestión del Gad municipal con respecto al problema</li> <li>• Análisis del problema mediante encuestas ,entrevistas, catálogos de inmuebles.</li> </ul>

## Ilustraciones

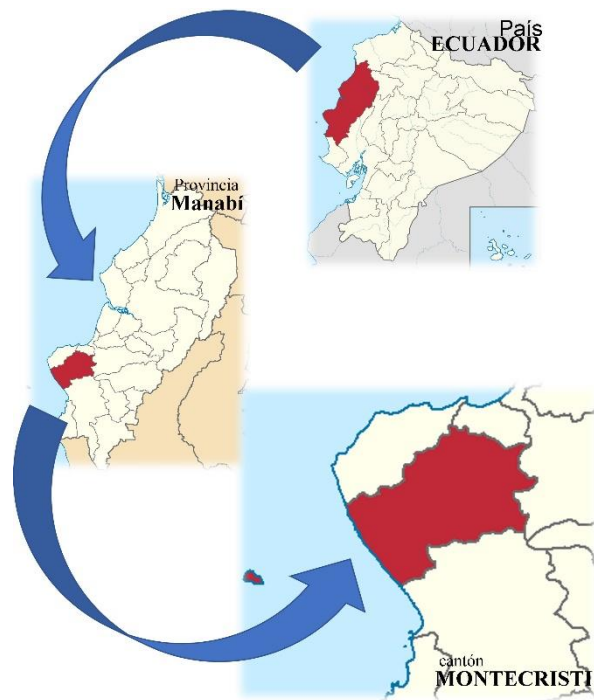


Figura # 1 Mapa de Ubicación

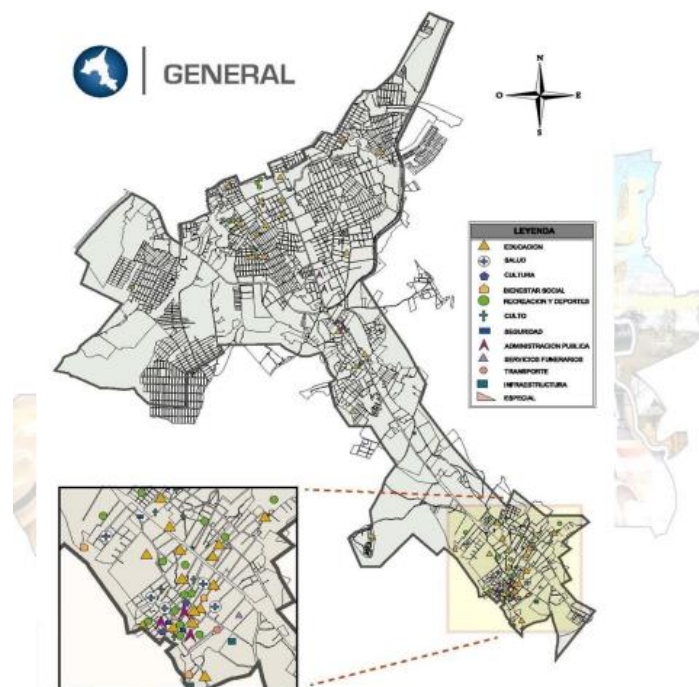


Figura # 2 Equipamientos Urbanos



- SIMBLOGIA**
- Avenida. Metropolitana
  - Calle 9 de Julio

**Dato :**  
Area longitudinal  
1500 metros aprox.

*Figura # 3 centro Sur de la ciudad. Vías principales de la ciudad*

## **VISITA AL GAD MUNICIPAL DE MONTECRISTI**



*Foto con el Arq. Franco en el GAD Municipal*

## Cuadro de variables

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	ITEMS	INSTRUMENTO
VARIABLE DEPENDIENTE CONTAMINACION VISUAL DE ELA IMAGEN URBANA	Se refiere al problema en exceso de elementos que generan una estructura urbana desordenada y contaminante visualmente.	Condiciones Ordenamiento y Planificación Urbana	Vialidad	¿Considera usted que las publicidades comerciales afectan a la vía principal de la ciudad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomas fotográficas</li> <li>•</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Entrevistas</li> </ul>
			Sostenibilidad	¿Piensa Usted que el exceso de publicidad destruye la estética de las edificaciones actuales?	
				¿La contaminación visual destruye a la imagen urbana del sector ?	
VARIABLE INDEPENDIENTE DESINTERES DEL DEPARTAMENTO DE PLANEAMIENTO URBANO	El pleno descuido de las autoridades del GAD municipal sobre la ley y el orden de los elementos urbanos que no respetan el límite de cada vivienda de acuerdo con el espacio publico.	Condiciones Normativas y leyes	Interés urbano	¿Considera Usted que el interés urbano por el GAD municipal es capaz de recuperar el paisaje arquitectónico de la Ciudad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entrevistas</li> <li>▪ Encuestas</li> <li>▪ Tomas fotográficas</li> </ul>
			Identidad patrimonial	¿Considera usted que las viviendas patrimoniales son afectadas por los carteles publicitarios?	

**Imágenes tomadas en el estudio de campo**

	<p><b><u>Imagen 1</u></b></p>
	<p><b><u>Imagen 2</u></b></p>
	<p><b><u>Imagen 3</u></b></p>
	<p><b><u>Imagen 4</u></b></p>
	<p><b><u>Imagen 5</u></b></p>





**Imagen 6**



**Imagen 7**



**Imagen 8**



**Imagen 9**



**Imagen 10**



**Imagen 11**



**Imagen 12**



**Imagen 13**



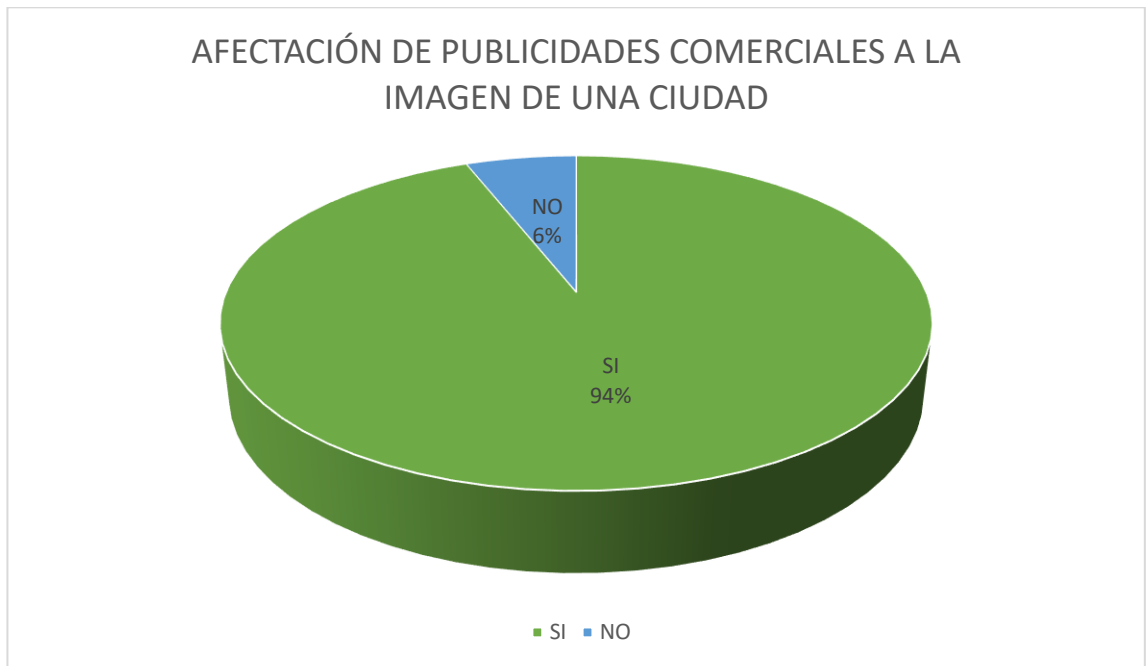
**Imagen 14**



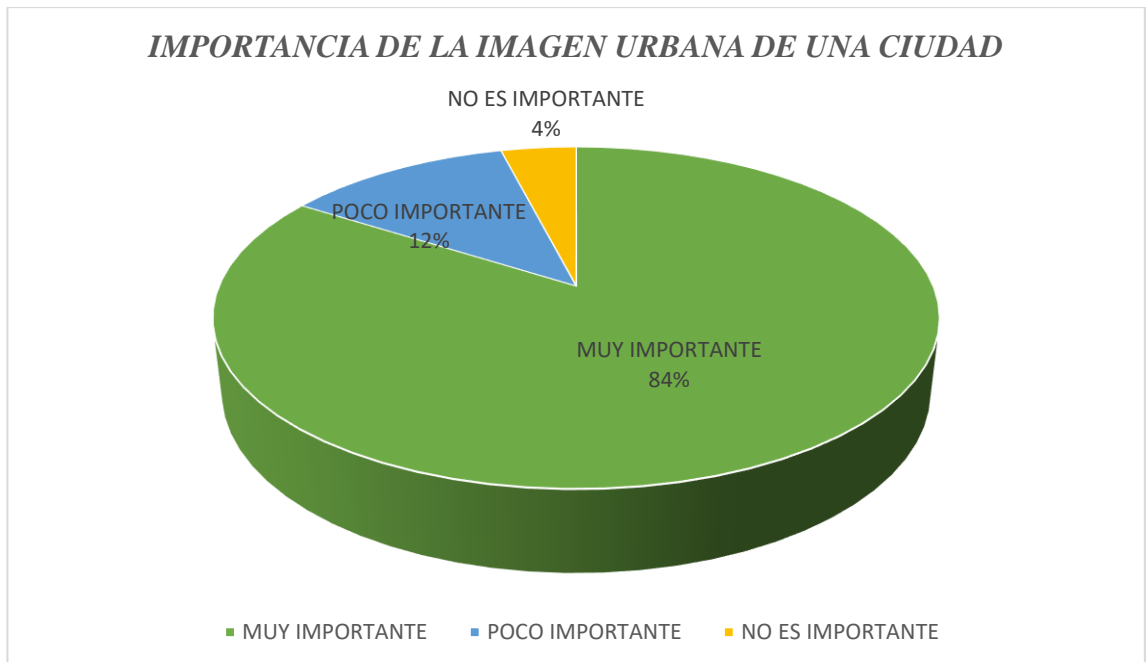
**Imagen 15**

## Porcentajes de las encuestas realizadas

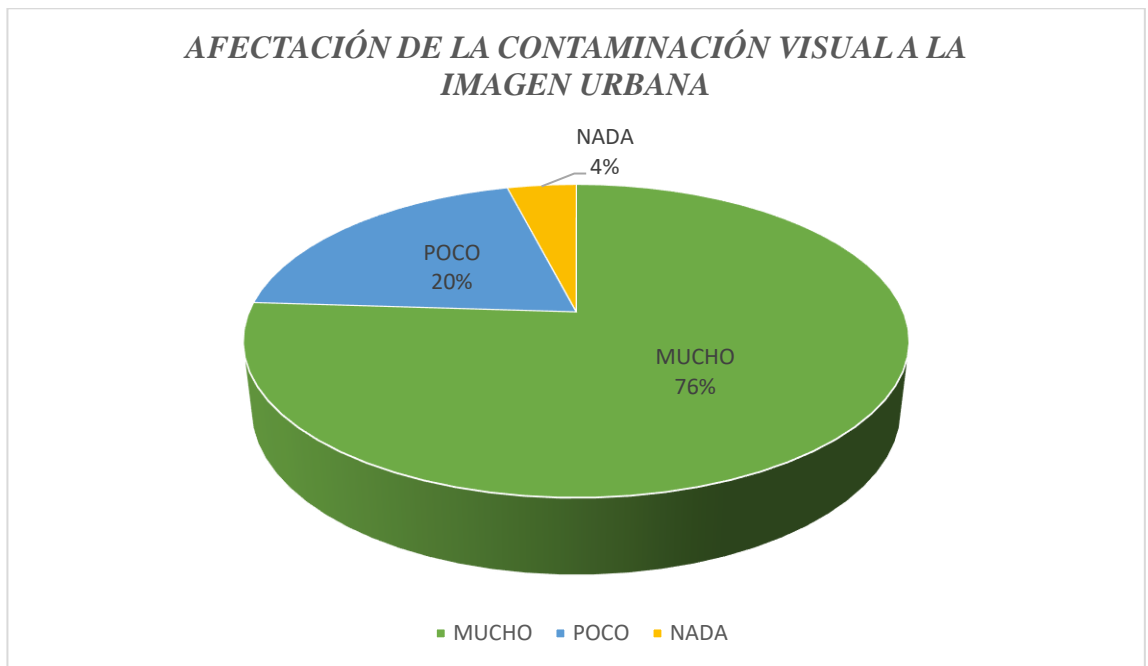
1. ¿Considera usted que las publicidades comerciales ubicadas en la vía afectan a la Imagen de la ciudad?



2. ¿Qué tan importante es la imagen urbana de la ciudad?



**3. ¿La contaminación visual afecta a la imagen urbana de la ciudad?**

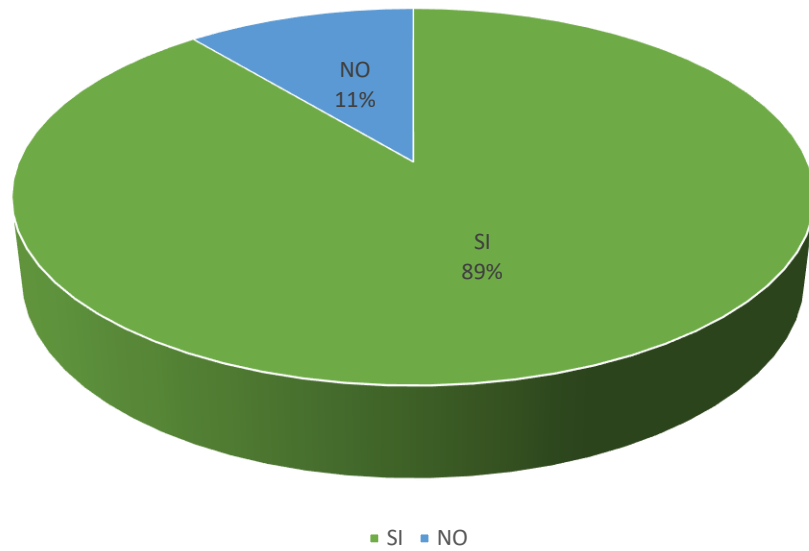


**4. ¿Considera usted que las viviendas patrimoniales son afectadas por los carteles publicitarios?**



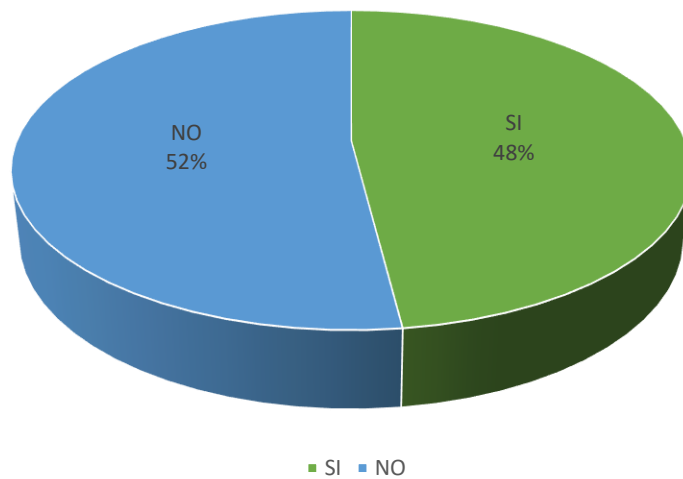
**5. ¿Piensa Usted que el exceso de publicidad destruye el orden urbano?**

*INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN EL ORDEN URBANO*



**6. ¿Considera Usted que el interés urbano por el GAD municipal es capaz de recuperar el paisaje arquitectónico de la Ciudad?**

*NIVEL DE INTERES DEL GAD MUNICIPAL EN EL PAISAJE ARQUITECTÓNICO DE LA CIUDAD*



## 17. AGRADECIMIENTOS

A MI FAMILIA, POR ESTAR PENDIENTES DE MI EN TODO MOMENTOS, POR EL APOYO EMOCIONAL, QUE ME DIO FUERZAS PARA SEGUIR ADELANTE EN LOS ESTUDIOS.

A LA FACULTAD DE ARQUITECTURA, A CADA INTEGRANTE QUE LA CONFORMA QUE, CON MUCHA CONSIDERACION, DEDICACION Y RESPONSABILIDAD CONTRIBUYERON EN MI FORMACION PROFESIONAL

A MIS AMIGOS, QUE COMPARTIERON PUPITRE EN ESTOS ULTIMOS AÑOS DE FORMACION ACADEMICA, DE ELLOS RECIBI AMISTAD, CONFIANZA Y APOYO MUTUO.

AL TUTOR DE LA TESIS, POR LA ASESORIA Y LA CONSIDERACION QUE ME TUVO A PESAR DE LA SITUACION POR LA QUE PASE, RECIBI MUCHO APRECIO Y APOYO EN LA ELABORACION DEL TRABAJO DE TITULACION

ESTOY INFINITAMENTE AGRADECIDO CON TODOS QUIENES TUVIERON FE EN MI, MUCHAS GRACIAS.

---

Coby Brandon Bailón Ortega

C.I.N.°135078539-8

**Autor (a)**