



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**DIRECCIÓN DE POSTGRADOS**

**MAESTRIA EN COMUNICACIÓN Y MARKETING**

**TEMA**

**IMPACTO DE LA PUBLICIDAD EN EL AREA PATRIMONIAL DE  
CUENCA**

**AUTOR**

**NATALIA MARIA RINCON DEL VALLE**

**DIRECTOR**

**NARCISA ULLAURI DONOSO**

**Cuenca, Ecuador**

**2013**

## Dedicatoria

Dios, por estar siempre a mi lado, por fortalecer mi corazón y colocar en el camino a esas personas que han sido soporte y compañía, a mi familia por estar siempre a mi lado, finalmente a Santiago y “Camila” los nuevos miembros de mi familia.

## Agradecimientos

A todos quienes estuvieron en cada etapa de la maestría, compañeros, profesores y amigos. Un agradecimiento especial a mi tutora y amiga Mst. Narcisa Ullauri, de igual manera al tribunal Mst. Cecilia Ugalde y Mst. Catalina Serrano.

## Resumen

En el área patrimonial de Cuenca se encuentran varios casos dignos de análisis comparativo con otras ciudades que gozan de ser Patrimonio Cultural de la Humanidad, pero que se encuentran reglamentadas bajo otras ordenanzas para la colocación de rótulos publicitarios, como es el caso de Quito y a nivel internacional Salzburgo, ciudad ubicada en Austria. Ambas ciudades se encuentran con áreas patrimoniales en las que están presentes elementos a los cuales esta investigación está dirigida.

Esta investigación pretende realizar un análisis comparativo entre ciudades patrimoniales que son buenos ejemplos de cómo se pueden implementar los rótulos en el área patrimonial. A su vez la investigación se encamina a proponer ordenanzas y regulaciones para la correcta planificación de la publicidad en el área patrimonial de Cuenca.

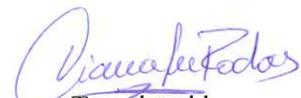
**Palabras claves:** Patrimonio cultural, publicidad exterior

## ABSTRACT

Within the heritage area of the city of Cuenca we can find several cases that are worthy of a comparative analysis with other cities that are considered as cultural heritage of humanity such as Quito, which has different regulations regarding the placement of advertising signs, and Salzburg in Austria. Both cities have heritage areas with elements that are contained in this research. The purpose of this investigation is to carry out a comparative analysis between heritage cities that are good examples on how to implement advertising signs in the heritage areas. At the same time, the research intends to propose ordinances and regulations for a proper planning of advertising in the heritage area of the city of Cuenca.

**Key Words:** Cultural Heritage, outdoor advertisement.



  
Translated by,  
Diana Lee Rodas

## Contenido

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos .....	3
Resumen.....	4
Contenido de Ilustraciones .....	6
Introducción .....	7
1. Patrimonio y área patrimonial. ....	8
1.1 Publicidad, publicidad exterior y patrimonio. ....	9
1.2 Casos de Referencia, centros históricos Quito, Salzburgo y Cuenca. ....	12
a. Centro histórico y Área Patrimonial de Quito. ....	12
b. Centro histórico y Área Patrimonial de Salzburgo. ....	14
c. Centro histórico y Área patrimonial de Santa Ana de los Ríos de Cuenca. ....	15
1.3 Publicidad en el área patrimonial de Cuenca.....	17
2. Materiales y métodos .....	20
2.1 Definición de la muestra .....	21
2.2 Casos de Análisis. ....	22
a. Muestra 1 .....	22
b. Muestra 2 .....	24
c. Muestra 3 .....	26
d. Muestra 4 .....	28
3. Conclusiones y Recomendaciones .....	35
Bibliografía .....	38
ANEXOS .....	40
Anexo 1.....	40
Anexo 2.....	42
Anexo 3.....	46
Anexo 4.....	51
<i>CAPITULO I</i> .....	51

## Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1 Operational Guidelines Fuente: Unesco. ....	9
Ilustración 2 Tipos, roles y funciones de la publicidad Fuente: Well, Moriarty y Burnet. ....	10
Ilustración 3 Etapas de la publicidad Fuente: Well, Moriarty y Burnet. ....	10
Ilustración 4: Obelisco de Luxor, axone griego, libelli romano Fuente: Wordpress.com .....	11
Ilustración 5 Iglesia de San Francisco de Quito y Mapa del Centro Histórico de Quito. Fuente: Mintur y Alcaldía Quito. ....	13
Ilustración 6 Ficha Patrimonial Ciudad de Quito Fuente: Unesco.org .....	13
Ilustración 7 Vista de la ciudad de y Centro Histórico de Salzburgo. Fuente: Salzburgo.info.....	14
Ilustración 8 Ficha Técnica Patrimonial Centro Histórico de Salzburgo Fuente: Unesco.org .....	15
Ilustración 9: Plano redibujado de la Fundación de Cuenca, Fuente: Libro de Cuenca Patrimonio (J.Pozo C) .....	16
Ilustración 10 Ficha Patrimonial Centro histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca Fuente: Unesco.org .....	16
Ilustración 11 Centro Histórico Fuente: I. Municipio de Cuenca .....	18
Ilustración 12 Mapa Centro Histórico Cuenca Área de Primer Orden Fuente: Googlemaps.....	21
Ilustración 13 Cuadros Zonas 31-42 y Sectores Fuente: NR.....	22
Ilustración 14 Zona 42 Sector 12 Fuente: Advance Consultora .....	22
Ilustración 15 Zona 42 Sector 7 Fuente: Advance Consultora .....	24
Ilustración 16 Zona 31 Sector 2 Fuente: Advance Consultora .....	26
Ilustración 17 Zona 31 Sector 8 Fuente: Advance Consultora .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 18 Centro Histórico de Quito. Fuente Propia NR .....	32
Ilustración 19 Centro Histórico de Quito. Fuente Propia NR .....	32
Ilustración 20 Calle Getreidegasse Fuente: Carrousell y NR .....	33
Ilustración 21 Publicidad Fuente: Carrousell.....	33
Ilustración 22 Calle de Getreidegasse Fuente: salzburg.info .....	34
Ilustración 23 Fachada del Hostal Mansión Alcázar Fuente: NR.....	35
Ilustración 24 Fachada de Luis Rodríguez Fuente: NR .....	36

## Introducción

En la actualidad 187 países poseen 936 bienes inscritos, 725 son culturales, 183 naturales y 28 mixtos (entre cultural y natural) nombrados como Patrimonio Mundial de la Humanidad por las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)

Para que un bien sea incluido en la lista del patrimonio mundial necesita cumplir con diversos requisitos, que serán evaluados por los Órganos Consultivos: el ICOMOS<sup>1</sup>, la UICN<sup>2</sup> y el ICCROM<sup>3</sup>, que intervienen con su red de expertos para evaluar in situ cada proposición. Sus informes serán estudiados por el Comité del Patrimonio Mundial, (Declaración de un Bien Patrimonial de la Humanidad). Una vez nombrados bien patrimoniales, el país deberá gestionar la creación de una entidad de preservación y conservación, a su vez el país elabora su propia legislación que velará por el correcto cumplimiento y mantener el nombramiento de bien patrimonial.

El 19 de noviembre del 2004 el H. Congreso Nacional del Ecuador y la Comisión de Legislación y Codificación resolvió expedir la codificación de la Ley de Patrimonio Cultural, la misma que resuelve en el Art. 15 lo siguiente:

Las municipalidades de aquellas ciudades que posean Centros Históricos, conjuntos urbanos o edificios aislados cuyas características arquitectónicas sean dignas de ser preservadas deberán dictar ordenanzas o reglamentos que los protejan y que previamente hayan obtenido el visto bueno por el Instituto de Patrimonio Cultural. Si los planes reguladores aprobados por dichas municipalidades atenten contra estas características, el Instituto exigirá su reforma y recabará el cumplimiento de este artículo. (Unesco 5)

Hasta abril del 2013, el Ecuador cuenta con cuatro bienes patrimoniales declarados por la UNESCO; la Ciudad de Quito (1978), Islas Galápagos (1978, 2001), Parque Nacional Sangay (1983) y Centro histórico Santa Ana de los Ríos de Cuenca. (1999).

---

<sup>1</sup> **Consejo Internacional de Monumentos y Sitios**, también conocido como **ICOMOS** (de la sigla en inglés *International Council on Monuments and Sites*)

<sup>2</sup> **Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN)** es una organización internacional dedicada a la conservación de los recursos naturales.

<sup>3</sup> Centro Internacional de Estudio de la Preservación y Restauración de Propiedad Cultural (de la sigla en inglés **ICCROM International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property**).

El texto no pretende profundizar ningún concepto o discusión teórica en el área patrimonial y la publicidad, el objetivo es un análisis del impacto de la publicidad en el centro histórico patrimonial de Cuenca.

## 1. Patrimonio y área patrimonial.

Gabriela Eljuri en su artículo “Patrimonio Inmaterial: Herencia, identidad y memoria” de la revista Artesanías de América indica que el origen de la palabra Patrimonio proviene del Derecho Romano y, etimológicamente, del latín “patrimonium”, que hace referencia a lo recibido del padre o pater. Entre los romanos, la noción de “patrimonium” está ligada a una relación patrilineal, es decir se lo adquiría por derecho paterno; al tiempo que, era en el pater (protector) en quien recaía la autoridad, el mando y la propiedad. (Eljuri 18)

En nuestros días “Patrimonio” es un término en marcha que está en constante revisión, el mismo se encuentra dividido en dos tipos: el **patrimonio material** (Se refiere a lo arqueológico, arquitectónico, etnográfico o industrial.) y **patrimonio inmaterial** (Lengua (oral), música, artesanías, costumbres, deportes y todo lo relacionado con la oralidad.)

Con el pasar de los siglos las ciudades han integrado su patrimonio inmaterial y material, formando un diálogo abierto entre el pasado y el presente. Las Ciudades Patrimonio, según fue contextualizado en el Diàlegs - Fòrum Universal de les Cultures – Barcelona 2004 son aquellas en que el legado de los siglos alcanza tal dimensión de riqueza y densidad que los componentes material (urbanismo, monumentos, espacios, obras de arte...) e inmaterial (fiestas, costumbres, formas de vida y expresión...) resultan inseparables y se potencian mutuamente.

Para formar parte de la lista de Patrimonio Mundial, la UNESCO creó criterios de selección, estos se encontraban divididos en seis culturales y cuatro naturales, a partir del año 2004 se actualizan las directrices y se convierten en diez criterios.

Operational Guidelines 2002	Operational Guidelines 2005
(i) (ii) (iii) (iv) (v) (vi) (i) (ii) (iii) (iv)	(i) (ii) (iii) (iv) (v) (vi) (viii) (ix) (vii) (x)

4

Ilustración 1 Operational Guidelines Fuente: Unesco.

Algo que se destaca es que las tres ciudades de análisis, tienen en común los criterios (ii) y (iv).<sup>5</sup>

De acuerdo a la declaración de XI'AN sobre la conservación del entorno de las estructuras, sitios y áreas patrimoniales en la asamblea general de ICOMOS en el año 2005, desarrollan un documento base para la formulación de los principios y recomendaciones de las áreas patrimoniales, entre sus puntos principales tratan sobre el reconocer el significado de carácter distintivo de los momentos, los sitios y las áreas patrimoniales como un medio único, y el seguimiento a la gestión propia de cada lugar en base a la creación de indicadores que contemplen amenazas de aspectos materiales que ocasionan distorsión visual, contaminación acústica y ambiental que puedan afectar sustancialmente el valor patrimonial. (Icomos 2 )

## 1.1 Publicidad, publicidad exterior y patrimonio.

Una definición moderna de la publicidad es: *“La publicidad es comunicación persuasiva pagada que utilizan medios masivos e impersonales, así como otras formas de*

<sup>4</sup> Véase Anexo1

<sup>5</sup> *ii) atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes.*

*(iv) constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana.*

*comunicación interactiva, para llegar a una amplia audiencia y conectar a un patrocinador identificado con el público meta.*” (Burnet, Well y Moriarty 5)

La publicidad consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas al mismo tiempo.

Es posible definir también a la publicidad como el anuncio o mensaje que se envía al público a través de medios o canales publicitarios.

La publicidad es compleja debido a que muchos anunciantes desean llegar a varios tipos de audiencia, por lo que se debe considerar diversas situaciones de la misma, para lo cual se identifican siete tipos principales de publicidad.

	<b>Tipos de la Publicidad</b>	<b>Roles</b>	<b>Funciones</b>
1.	<b>Publicidad de marca</b>	<b>Marketing</b>	<b>Conciencia de marca/ producto</b>
2.	<b>Publicidad detallista o local</b>	<b>Comunicación</b>	<b>Imagen de marca</b>
3.	<b>Publicidad de respuesta directa</b>	<b>Económico</b>	<b>Información de producto/marca</b>
4.	<b>Publicidad negocio a negocio</b>	<b>Social</b>	<b>Persuasión</b>
5.	<b>Publicidad institucional</b>		<b>Incentivos para tomar acción</b>
6.	<b>Publicidad sin fines de lucro</b>		<b>Recordación/reforzamiento</b>
7.	<b>Publicidad de servicio público</b>		

**Ilustración 2** Tipos, roles y funciones de la publicidad Fuente: Well, Moriarty y Burnet.

Ahora bien una vez que se determina el concepto, los tipos, roles y funciones de la publicidad se considerará los principios y prácticas de la evolución de la publicidad, en donde se divide en seis etapas:

1. “Era de la Imprenta”
2. “Revolución industrial y surgimiento de la sociedad de consumo”
3. “Era moderna de la publicidad”
4. “Era de la agencia”
5. “Era moderna de la publicidad”
6. “Era de la responsabilidad”

**Ilustración 3** Etapas de la publicidad Fuente: Well, Moriarty y Burnet.

La esencia de la publicidad está en comunicar de manera persuasiva, para alterar o crear un impacto en la conducta de las personas. Ahora bien si analizamos la publicidad desde sus inicios, podemos encontrarnos que la primera publicidad fue la exterior, que desde su origen podemos encontrarla en casi todas las culturas, como en el caso de la Egipticia que utilizaban la publicidad exterior al esculpir avisos públicos en cobre, otro ejemplo claro de esta cultura está en los papiros y finalmente en el obelisco de Luxor.

De igual manera en Grecia utilizaban los axones<sup>6</sup>, y la Romana utilizaba los alba y libelli<sup>7</sup>, ambos servían para dar mensajes oficiales.



Ilustración 4: Obelisco de Luxor, axone griego, libelli romano Fuente: Wordpress.com

Los exteriores son el medio de promoción más antiguo. Se puede encontrar evidencia de publicidad exterior en esculturas prehistóricas talladas en bronce y en piedra del Medio Oriente. En el antiguo Egipto, los exteriores eran un medio popular para colocar anuncios públicos y mensajes de venta. Colocados en caminos altamente transitados se convirtieron en antecesores de las modernas carteleras de las carreteras. La publicidad pintada fue encontrada especialmente en Roma y Pompeya, donde se anunciaban los negocios locales en paredes profundamente decoradas.

En 1900 se introdujo el primer formato estandarizado de letrero exterior, y los anunciantes internacionales, como Kellogg y Coca-Cola, comenzaron a compartir el mercado de exteriores con anunciantes locales. La era moderna de la publicidad exterior se introdujo cuando el automóvil creó una sociedad móvil a principios del siglo XX. (King, Russell y Lane 356)

<sup>6</sup> Piezas de madera unidas y pintadas de blanco en donde se escribían los mensajes del Gobierno de Grecia.

<sup>7</sup> Papiros fijados en distintas superficies de lugares

Es interesante mencionar lo que Sánchez Guzmán<sup>8</sup> en el artículo “sobre la naturaleza y efectos de la producción, la distribución y el consumo de la publicidad en la industria cultural”, señala que la publicidad debe ponerse en sintonía con la cultura (definida por él como “el conjunto de normas, símbolos, mitos e imágenes que son asumidos por el individuo y determinan sus sentimientos e instintos”), proponer al público y potencial cliente, satisfacciones simbólicas, las cuales serán saciadas al consumir el producto. (Guzmán 237)

## **1.2 Casos de Referencia, centros históricos Quito, Salzburgo y Cuenca.**

Para trabajar el tema, se ha considerado observar tres ciudades patrimoniales, cuyas características del manejo visual son diferentes y para el caso de estudio se propone la implementación de algunas de ellas.

### **a. Centro histórico y Área Patrimonial de Quito.**

Su nombre completo es San Francisco de Quito, fundada sobre ruinas de una antigua ciudad inca el 6 de diciembre de 1534 por el español Sebastián de Benalcázar. Quito es la capital del Ecuador y se encuentra a 2.850 metros de altitud, su centro histórico es uno de los que mejor se han conservado y menos se han alterado en toda América Latina. Los principales atractivos de Quito son los monasterios de San Francisco y de Santo Domingo, así como la iglesia de la Compañía de Jesús; sus acabados son un claro ejemplo del arte de la escuela barroca de Quito, en el que se funden las influencias estéticas españolas, italianas, mudéjares, flamencas e indígenas. (Unesco)

En el año de 1978 la Ciudad de San Francisco de Quito fue nombrada por la UNESCO, como Patrimonio Cultural de la Humanidad, siendo la primera ciudad en el mundo en obtener dicha distinción.

---

<sup>8</sup> José Ramón Sánchez Guzmán, profesor de la Universidad Complutense de Madrid.

El centro histórico de Quito está considerado como uno de los mejor conservados en Latinoamérica, el mismo se encuentra ubicado entre el centro y sur de la capital y está conformado aproximadamente por 320 hectáreas, en donde se encuentran casas coloniales, parques, monasterio, entre las que se destacan las iglesias de: La Compañía, San Francisco y Santo Domingo. El estilo barroco es el que predomina en la arquitectura de esta ciudad, el estilo es una mezcla entre la influencia española, italiana, morisca, flamenca e indígena.

Criterios de selección: (ii)(iv)

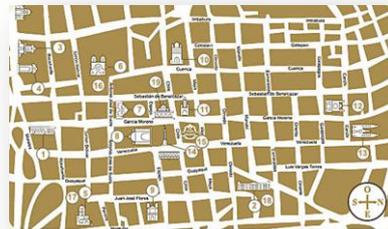


Ilustración 5 Iglesia de San Francisco de Quito y Mapa del Centro Histórico de Quito. Fuente: Mintur y Alcaldía Quito.

The screenshot shows the UNESCO World Heritage website interface. At the top, there is the UNESCO logo and the text 'Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura'. Below this, there are navigation options for 'Texto', 'Mapa', and 'Búsqueda'. The main content area is titled 'Lista del Patrimonio Mundial' and features a search bar with 'Ciudad de Quito' entered. The entry details include:
 

- País:** Ecuador
- Referencia:** 2
- Año de inscripción:** 1978
- Criterios:** (ii)(iv)
- Zona central:** 320.0000 Ha

 The description text states: 'Fundada en el siglo XVI sobre las ruinas de una antigua ciudad inca y encaramada a 2.850 metros de altitud, la capital de Ecuador posee el centro histórico mejor conservado y menos alterado de toda América Latina, a pesar del terremoto que la sacudió en 1917. Suntuosamente ornamentados en su interior, los monasterios de San Francisco y Santo Domingo, así como la iglesia y el colegio de la Compañía de Jesús, son un acabado ejemplo del arte de la escuela barroca de Quito, en el que se funden las influencias estéticas españolas, italianas, mudéjares, flamencas e indígenas.'

Ilustración 6 Ficha Patrimonial Ciudad de Quito Fuente: Unesco.org

## b. Centro histórico y Área Patrimonial de Salzburgo.

Salzburgo es una de las principales ciudades de Austria, país que se encuentra en el corazón de Europa, conserva un tejido urbano de la Edad Media hasta el siglo XIX cuando era una ciudad-estado gobernada por un príncipe-arzobispo. Se caracteriza por su arte gótico resplandeciente al igual que el barroco impregnado en sus iglesias, castillos y palacios. Es la ciudad natal de Wolfgang Amadeus Mozart compositor de fama universal. (Unesco)

La ciudad de Salzburgo fue nombrada como patrimonio cultural de la humanidad en 1ero de enero de 1996 , en donde tiene una zona de protección de 236 hectáreas y una zona de respecto de 467 hectáreas según la ficha elaborada por la UNESCO. Los estilos que predominan son el gótico flamígero y barroco principalmente, sus calles son las más famosas entre las que podemos mencionar: Getreidegasse, Jugendgasse, Goldgasse, Kaigasse, Linzergasse y Steingasse; y sus edificaciones más representativas son: el palacio de Mirabell, la casa de Mozart, la Catedral y el castillo Hohensalzburg.

Criterios de selección: (ii)(iv)(vi)



Ilustración 7 Vista de la ciudad de y Centro Histórico de Salzburgo. Fuente: Salzburgo.info



Ilustración 8 Ficha Técnica Patrimonial Centro Histórico de Salzburgo Fuente: Unesco.org

### c. Centro histórico y Área patrimonial de Santa Ana de los Ríos de Cuenca.

Santa Ana de los Ríos de Cuenca fue fundada el 12 de abril de 1557 por el español Gil Ramírez Dávalos, se encuentra al sur del Ecuador y es la capital de la provincia del Azuay su centro histórico conserva el trazado de damero el cual sigue manejando el plan ortogonal establecido hace más de 400 años, la mayor parte de sus edificios datan del siglo XVIII, y es una ciudad que conserva la influencia de tres culturas la Cañarí, Inca y Española.

Cuenca, fue declarada como ciudad Patrimonio Cultural del Estado, el 9 de marzo de 1982, y Patrimonio Cultural de la Humanidad el 1ero de diciembre de 1999. De acuerdo a Rodrigo López Monsalve en su libro Cuenca Patrimonio Mundial, el centro histórico tiene un área aproximada de 178 hectáreas, trazado en damero (“traza”), y en su ficha elaborada por la UNESCO tiene una zona central de 224.1400 hectáreas y 1836.9400 hectáreas de zona de amortiguación, entre sus principales se destaca la Catedral Vieja o del Sagrario, la Catedral Nueva o Santa Ana, monasterios como el Carmen de la Asunción , y el estilo que más predomina es en la época republicana debido a la influencia de la cultura europea de estilos gótico, neoclásico y modernista.

Criterios de selección: (ii)(iv)(v)

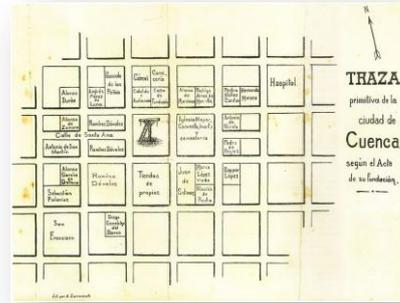


Ilustración 9: Plano redibujado de la Fundación de Cuenca, Fuente: Libro de Cuenca Patrimonio (J.Pozo C)

**UNESCO** Educación Ciencias Naturales Ciencias Sociales y Humanas Cultura Comunicación e Información

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

**UNESCO.ORG**

Texto Mapa OK English Français Español Русский العربية 中文

Naciones Unidas > unesco.org

**Temas**

- ▶ Educación
- ▶ Ciencias Naturales
- ▶ Ciencias Sociales y Humanas
- ▶ Cultura
- ▶ Comunicación e Información
- ▶ Temas Especiales

**En el mundo**

- ▶ África
- ▶ Estados Árabes
- ▶ Asia y el Pacífico
- ▶ Europa y América del Norte
- ▶ América Latina y el Caribe

**Comunidades**

- ▶ Estados Miembros
- ▶ Delegaciones permanentes
- ▶ Comisiones Nacionales
- ▶ Ministerios
- ▶ Instituciones Nacionales
- ▶ Parlamentarios
- ▶ Ciudades y Autoridades locales

**Lista del Patrimonio Mundial**

## Centro histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca

**Descripción**

Santa Ana de los Ríos de Cuenca está enclavada en un valle de la cordillera de los Andes, al sur de Ecuador. Esta ciudad colonial "de tierra adentro" —que es hoy la tercera en importancia del país— fue fundada en 1557, de conformidad con la estricta normativa urbanística promulgada treinta años antes por el emperador Carlos V. El trazado urbano de la ciudad se sigue ajustando al plan ortogonal establecido 400 años atrás. Cuenca es hoy un centro agrícola y administrativo regional, en el que la población local se ha mezclado con sucesivas generaciones de emigrantes. La mayor parte de sus edificios datan del siglo XVIII, pero la arquitectura urbana se modernizó con la prosperidad económica de que se benefició la ciudad en el siglo

**Ecuador**

**Referencia:** 883

**Año de inscripción:** 1999

**Criterios:** (ii)(iv)(v)

**Zona central:** 224.1400 Ha

**Zona de amortiguación:** 1826.9400 Ha

**La Organización**

- ▶ Sobre la UNESCO |
- ▶ Conferencia General
- ▶ Consejo Ejecutivo
- ▶ Director General
- ▶ Secretaría
- ▶ Estrategia
- ▶ Programa
- ▶ Oficinas e Institutos
- ▶ Relaciones Exteriores
- ▶ Donantes y socios
- ▶ Celebridades

**Véase también**

La conservación del patrimonio entra en la edad madura

**Servicios**

- ▶ Noticias
- ▶ Fototeca
- ▶ Documentos/Publicación
- ▶ Estadísticas
- ▶ Instrumentos normativos
- ▶ Empleo y Pasantías
- ▶ Becas
- ▶ Programa de

Ilustración 10 Ficha Patrimonial Centro histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca Fuente: Unesco.org

### 1.3 Publicidad en el área patrimonial de Cuenca

El centro histórico de Santa Ana de Ríos de Cuenca es Patrimonio Cultural del Estado en el año de 1982 y Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año de 1999.

De acuerdo al I. Concejo Cantonal de Cuenca, en la ordenanza para la Gestión y Conservación de las Áreas Históricas y Patrimoniales el Centro Histórico de la ciudad se encuentra dividida en tres áreas:

1. Área de Primer Orden
2. Área de Respeto
3. Área Arqueológica y Zonas Especiales.

En el año de 1982 el límite del centro histórico de la ciudad se encontraba fijado por las calles Simón Bolívar, Estévez de Toral, Lamar, Benigno Malo, Gaspar Sanguríma, Hermano Miguel, Gran Colombia, Huayna Cápac, Sucre, Vega Muñoz y la Bajada de Todos Santos (Calle Larga).

En la actualidad el centro histórico se encuentra de la siguiente manera de acuerdo a la ordenanza 289 del año 2010 dice: por el Norte la Av. Muñoz Vernaza luego por el lado Oeste hasta la calle Miguel Morocho, por la parte Este la Av. Huayna- Cápac incluido los predios que dan hacia la vereda este de esta avenida y por el Sur hasta la Av. Remigio Tamariz parte de la Av. del estadio José Peralta para unirse con la Av. Paucarbamba en una parte y unirse con la calle de las Herrerías.

Luego en la parte de la Av. Loja se prolonga el límite hasta la intersección de ésta con la Av. Don Bosco porque ahí hay es un tramo importante que estuvo fuera de control en la ordenanza anterior.

Así mismo un pequeño tramo de la calle del Barrial Blanco en el Vecino que también estuvo fuera del límite Histórico y que de alguna manera quedaba desprotegida, entonces un pequeño tramo se incorpora al nuevo límite del Centro Histórico sobre el cual actúa la Ordenanza. (Alcaldía de Cuenca)<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Véase Anexo 3

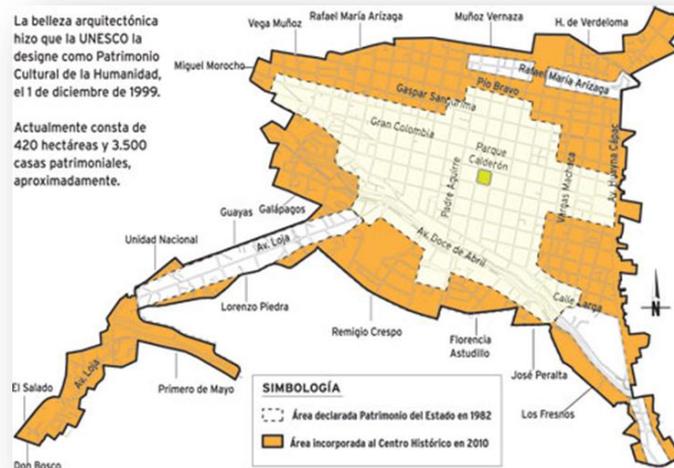


Ilustración 11 Centro Histórico Fuente: I. Municipio de Cuenca

En el año 1991 el I. Consejo Cantonal de Cuenca expide la ordenanza que regula la instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el Cantón Cuenca.

La misma que vela por el aspecto formal y estético de los rótulos y anuncios que se coloquen en el Centro Histórico, en donde limita el uso de vocablos extranjeros y promueve el uso del castellano correctamente.

Los secciones de la ordenanza para el análisis están en base a: capítulo II: art. 4 y 5, capítulo III: art. 7 y 8, y capítulo IV: artículo 9 y 10

## ***CAPITULO II DEFINICIONES***

***Art. 4.-*** Se entenderá por "Rótulo Comercial" todo letrero, escritura, impreso, emblema, dibujo u otro medio, cuyo propósito sea llamar la atención hacia una actividad, negocio, servicio, recreación, profesión u ocupación domiciliar establecida en el local en donde se exhibe dicho rótulo.

***Art. 5.-*** Todo letrero, escritura, pintura, emblema, marca, dibujo u otro medio cuyo propósito sea llamar la atención hacia un producto, actividad o artículo, se considerará como "Anuncio" para efectos de esta Ordenanza.

### **CAPITULO III**

#### **CLASIFICACIÓN**

*Art. 7.- Los rótulos y anuncios, por su finalidad se clasifican en:*

- a) De "Nominación", de personas, instituciones o establecimientos;*
- b) De "Publicidad", con símbolos o leyendas no consideradas en el literal anterior; y*
- c) De "Señalamiento", de tránsito, servicios, advertencias y restricciones. Los relacionados con el Tránsito se ajustarán a las regulaciones de carácter internacional.*

*Art. 8.- Los Rótulos y Anuncios, por su estructura y materiales usados en su construcción, se clasifican en:*

- a) Rótulos o anuncios de panel opaco;*
- b) Rótulos o anuncios de panel luminoso;*
- c) Rótulos o anuncios en perfiles opacos;*
- d) Rótulos o anuncios en perfiles luminosos; y,*
- e) Rótulos incorporados a la fachada.*

### **CAPITULO IV**

#### **NORMAS DE COLOCACIÓN**

*Art. 9.- Los rótulos o anuncios, podrán colocarse de dos maneras.*

- a) Adosados a los paramentos y fachadas de los inmuebles;*
- b) Perpendiculares y salientes de dichos paramentos. Casos especiales (boticas, farmacias, Bomberos, Cruz Roja, Banco de Sangre, Policía, Casa de Salud-Hospitales, Clínicas, o de señalamiento).*

*Art. 10.- En el sector UNO (área de primer orden), podrán colocarse únicamente los siguientes rótulos y/o anuncios:*

- a) **ADOSADOS:** Sean de panel opaco, panel luminoso, en perfiles opacos o en perfil luminoso o incorporados a la fachada; no podrán exceder de una superficie equivalente a 1,20 metros cuadrados por rótulos y se permitirá un número tal que la superficie total de ellos no exceda el 4% del área de*

*fachada del inmueble; el número de rótulos o anuncios, estará en función del número de locales comerciales existentes en el inmueble cuyo acceso sea directamente a través de la vía pública. Para el caso de existir locales comerciales o de servicios al interior del inmueble se usará un directorio general, el mismo que irá colocado en parte visible del vestíbulo o zaguán de acceso. Tanto los letreros interiores y exteriores serán del mismo tipo, material y color.*

*b) **PERPENDICULARES:** Únicamente en panel luminoso y se utilizarán módulos de (0,6 x 0,6 m) 0,36m<sup>2</sup> y su uso será exclusivo para los siguientes fines: Boticas, Farmacias, Cuerpo de Bomberos, Policía, Casas de Salud (Hospitales y Clínicas), Cruz Roja, Banco de Sangre, sitios de interés Cultural, Turístico; de acuerdo a diseño establecido en el anexo 1.*

*La parte interior del rótulo no deberá estar a altura inferior a 3m. Del nivel de la acera y no salirse más de 90 centímetros.*

*c) **SUSTENTACIÓN INDEPENDIENTE:** Únicamente los de señalamiento de tránsito y los de carácter informativo, los anuncios provisionales (telas) que se colocan por festividades eventuales y los anuncios provisionales por acontecimientos cívicos o culturales.<sup>10</sup>*

## **2. Materiales y métodos**

Para realizar este análisis se trabajó en la localización de información en fuentes secundarias: Material académico referente del patrimonio y vinculación con la publicidad, siendo estos artículos académicos, revistas especializadas, libros, material propio de diferentes centros e instituciones vinculadas al Patrimonio, quienes publican en páginas especializadas del internet.

Como fuentes primarias se aplicó la metodología cualitativa para obtener información, se utilizó la técnica de observación no participante. El propósito fue analizar

---

<sup>10</sup> Ordenanza que Regula la Instalación y control de la publicidad y propaganda exterior en el cantón Cuenca. Anexo 4.

las fotografías tomadas en las ciudades objeto de estudio para la elaboración de una matriz que serviría para el análisis, basándose en lo que exige la ordenanza para el cumplimiento correcto de la publicidad en el área patrimonial.

## 2.1 Definición de la muestra

Se trabajó con un muestreo probabilístico en el cual todos los elementos que forman parte del universo (N), tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados como parte de la muestra (n), para eso se trabajó basados en la cartografía de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, esta cartografía contiene zonas y sectores censales. Se definió como universo (N) el perímetro del área de primer orden del centro histórico de Cuenca en las zonas 31 y 42, y como muestra (n) se realizó una selección aleatoria siendo seleccionados los sectores ( S 2 y S 8 en la zona 31, y S 7 y S 12 en el sector 42).

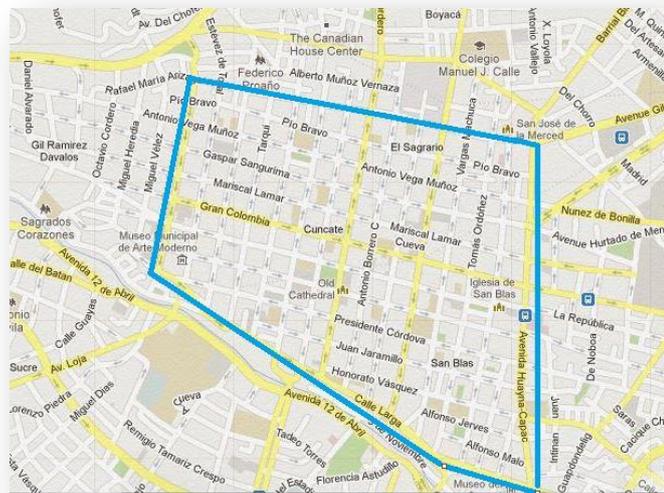


Ilustración 12 Mapa Centro Histórico Cuenca Área de Primer Orden Fuente: Googlemaps

Zona 31 = N	Zona 42 = N
S 1	S 1
S 2 = n	S 2
S 3	S 3
S 4	S 4
S 5	S 5
S 6	S 6
S 7	S 7 = n
S 8 = n	S 8
S 9	S 9
S 10	S 10
	S 11
	S 12 = n

Ilustración 13 Cuadros Zonas 31-42 y Sectores Fuente: NR

## 2.2 Casos de Análisis.

### a. Muestra 1

Zona 42, sector 12 (Inicia en la Calle Mariscal Sucre entre la calle Tomas Ordoñez y la calle Vargas Machuca, de la calle Vargas Machuca hasta la calle Mariscar José Lamar hasta la calle Tomas Ordoñez y concluye en la Sucre.



Ilustración 14 Zona 42 Sector 12 Fuente: Advance Consultora



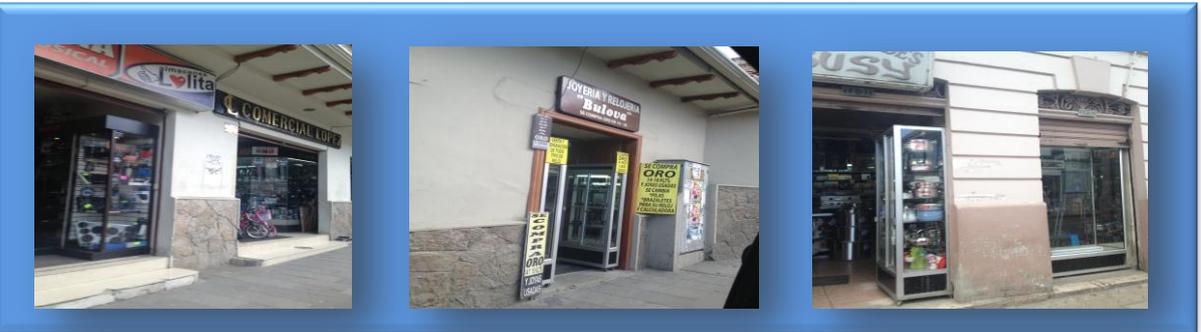
## b. Muestra 2

Zona 42, sector 7 (Inicia en la Calle Gran Colombia entre la calle Mariano Cueva y la calle Antonio Borrero, de la calle Antonio Borrero hasta la calle Gaspar Sanguríma, baja por la Hermano Miguel y sigue hacia la derecha por la Mariscal Lamar y se une a la Mariano Cueva.



Ilustración 15 Zona 42 Sector 7 Fuente: Advance Consultora







### c. Muestra 3

Zona 31, sector 2 (Inicia en la Calle Mariscal José Lamar entre la calle Tarqui y la calle General Torres, de la calle Tarqui hasta la calle Vega Muñoz hasta la calle General Torres y concluye en la Lamar.

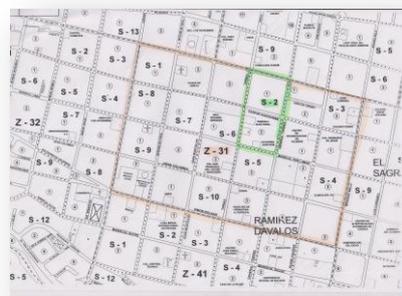


Ilustración 16 Zona 31 Sector 2 Fuente: Advance Consultora





#### d. Muestra 4

Zona 31, sector 8 (Inicia en la Calle Mariscal Lamar entre la calle Coronel Talbot y la calle Esteves de Toral, de la calle Coronel Talbot hasta la calle Gaspar de Sangurima hasta la calle Esteves de Toral y concluye en la Lamar.





Todas las muestras pertenecen al área de primer orden del centro histórico de Cuenca, en donde se puede observar que cada una de ellas respeta la normativa del I. Concejo Cantonal de Cuenca, pero a pesar de que cumplan las mismas, el impacto que causa no es positivo, debido al desorden que visualmente causan.

En la muestra 1 se observa, primeramente que a pesar de situarse en el área patrimonial, el estilo de construcción que domina pertenece a las décadas de los 70 y 80 en donde la publicidad exterior no armoniza con el entorno.

Muestra 2, en este sector se puede observar que la gran mayoría de la publicidad exterior es colorida y varía en tamaños, a pesar de respetar la normativa en lo que a rótulos se refiere, no cumplen con la norma de no colocar ninguna publicidad extra o elementos que perturben visualmente, esto es uno de los factores que se destaca en este sector al igual que el deterioro de las fachadas de las casas patrimoniales que se encuentran en la calle Gran Colombia.

Muestra 3, el impacto visual es menos fuerte frente a la muestra 2, debido a que en el área no se encuentran muchos lugares comerciales, es más una zona residencial del centro histórico.

Muestra 4, nuevamente empieza la saturación de publicidad exterior y en algunos casos utilizan las paredes a manera de pancartas, lo cual causa nuevamente impactos negativos.

Algo que se observa en las muestras, es cuando existe cercanía con plazas o mercados, empiezan a saturar los anuncios obviamente por el flujo de personas que existe el área es más alto que en el resto de los sectores de la muestra 2 y 4.

De igual manera Alejandra Vilches en su artículo de publicidad y patrimonio menciona que “Los anuncios construyen su propia realidad y esa realidad articula sus propias reglas y normas como un mecanismo generador de cultura cotidiana que rodea al individuo en su día a día, fascinándolo e inculcándole unas pautas de funcionamiento y ordenación vinculadas al uso de los productos y los universos simbólicos asociados y desplegados en torno a ellos. De alguna manera, los anuncios representan la sociedad y al

mismo tiempo re-crean una realidad ajena al correlato social. Por lo tanto, representan a la sociedad y no.” (Vilches, Publicidad y Cultura 7)

La publicidad en las áreas patrimoniales deberían armonizar con el entorno bajo nuevas normas de uso del espacio público, ya que en todas las partes del mundo se cuida el patrimonio, pues es el testimonio y la historia del país como ejemplos, tenemos las ciudades de Quito y Salzburgo ambas ciudades presentan buenos ejemplos que la ciudad de Cuenca debería tomar en cuenta y considerar para reformar su ordenanza.

En el centro histórico de Quito según la ordenanza del año 1992, vigente, los rótulos deben ser uniformes, color negro, formados por letras independientes en tipología Swiss 721 Condensed de 600 puntos, de tol galvanizado de 2mm de espesor, remachadas a dos perfiles o varillas paralelas de 120 cm x 2,5 cm.

El único mensaje del rótulo es el nombre o razón social, elaborada con letras de tol y no podrá tener logotipos, ni elementos gráficos. El cambio de rótulos debe cumplir todos los locales del Centro Histórico, sean estos almacenes, ferreterías, bazares, tiendas, restaurantes, cafeterías, talleres, consultorios médicos, oficinas profesionales, locales de instituciones, etc.

El rótulo se colocará directamente en la pared, al lado izquierdo o derecho de la puerta de acceso al local comercial y en ningún caso sobrepasará las dimensiones de vanos o apertura de fachadas, tampoco se colocará directamente sobre puertas, ventanas, o balcones. El área máxima de la publicidad será de un metro cuadrado y el lado mayor no superará los 180 cm de ancho.



Ilustración 17 Centro Histórico de Quito. Fuente Propia NR

A pesar de que exista la ordenanza, siempre existirán los que no cumplen dichas normativas, como podemos observar en las fotografías.



Ilustración 18 Centro Histórico de Quito. Fuente Propia NR

Pero a pesar de esto se demuestra que existe una armonía en el Centro Histórico de Quito, con el material de rotulación exterior, aunque los tamaños y tipología no son los que dicta la ordenanza.

Ahora bien en el caso de Salzburgo la cuarta ciudad de Austria, encontramos la calle de Getreidegasse, históricamente considerada como el centro comercial y tránsito de

la ciudad, su principal característica son los rótulos de sus tiendas fabricados en hierro forjado, que según Beata Bede originaria de Austria comenta que en la edad media, muchas personas todavía eran analfabetas, por lo que debían orientarse por los signos, es por eso que en la actualidad se sigue conservando los rótulos con signos o imágenes para orientar el público, es así como podemos observar en las fotografías.



Ilustración 19 Calle Getreidegasse Fuente: Carrousell y NR

Compañías famosas a nivel internacional como en el caso de Louis Vuitton y Macdonals conservan la tradición de colocar en sus rótulos la imagen representativa de su marca sin que esto altere el centro histórico de la ciudad de Salzburgo.

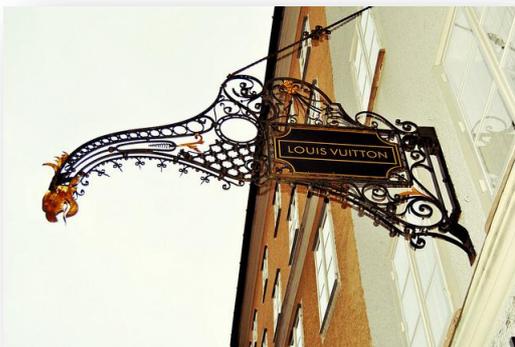


Ilustración 20 Publicidad Fuente: Carrousell

Como fue mencionado en el año de 1997 Austria y en este caso la ciudad de Salzburgo, añadieron a la lista de patrimonio mundial de la humanidad el casco antiguo de la ciudad y el castillo Schonbrunn, en donde ratificaron por primera vez conservar y proteger los bienes culturales y naturales, ahora es interesante explicar que la normativa de la política y manejo de la ciudad de Salzburgo sobre el manejo de la publicidad exterior es muy similar a las normativas de Cuenca y Quito en donde informan que los rótulos o anuncios podrán colocarse de dos maneras, que son adosados sobre la fachada, y que solamente los salientes o perpendiculares podrán ser utilizados por farmacias, cruz roja, etc.

Lo interesante aquí es que el comercio que se encuentra en el centro histórico de la ciudad de Salzburgo y en especial en la calle de Getreidegasse por tradición y respeto al patrimonio conserva la utilización del hierro forjado para sus letreros. (Stadt-salzburg)



Ilustración 21 Calle de Getreidegasse Fuente: [salzburg.info](http://salzburg.info)

### 3. Conclusiones y Recomendaciones

Al iniciar el análisis del impacto de la publicidad en ciudades patrimoniales, exclusivamente en Cuenca, Quito y Salburgo, podría decir, que la publicidad desde sus inicios buscó la manera de comunicar por medio de símbolos o signos, con el pasar de los años cambió en algunos casos por palabras, pero que la esencia sigue y es en querer comunicar, ahora bien no hay duda que la publicidad tiene mucha influencia en la sociedad y por esa razón debe saber utilizar la cultura como estrategia comunicativa, respetando las tradiciones y por qué no, reavivando en algunos casos tradiciones, como el uso de técnicas artesanales como el hierro forjado y la latonería.

Coincido con el pensamiento de Alejandra Vilches en su artículo de Publicidad y cultura y dice:

“La publicidad es, por una parte, identificadora de la cultura y del contexto que la produce y, por otra, conformadora de una nueva sociedad en la que van surgiendo formas, valores, técnicas y elementos que generan a su vez distintos modelos de consumo y diferentes consumidores”. (Vilches, Publicidad y Cultura 13)

En el centro histórico de la ciudad de Cuenca, existen buenos ejemplos de la colocación y utilización de materiales con técnicas artesanales como es el caso que demuestro a continuación.



Ilustración 22 Fachada del Hostal Mansión Alcázar Fuente: NR

Como podemos observar existe el respecto a la normativa sobre que el anuncio debe estar adosado a la pared, sin embargo existe la utilización de un rotulo que sobresale, y es según la normativa de uso exclusivo para las instituciones como: Cuerpo de Bomberos, Policía, Casas de Salud, etc, sin embargo es una publicidad armónica no solamente con el centro histórico de la ciudad si no con la construcción y finalmente brinda una ayuda y referencia al habitante o visitante.

Otro buen ejemplo es la combinación de dos materiales como es la madera y el hierro forjado, que se fusionan a la edificación patrimonial, como podemos observar en la fotografía.



Ilustración 23 Fachada de Luis Rodríguez Fuente: NR

Como recomendación me permito proponer una actualización de la ordenanza vigente sobre la publicidad exterior en el centro histórico de la ciudad de Cuenca principalmente en el área de primer orden, en donde se debería actualizar e implementar lo siguiente:

1. Los vocablos extranjeros deberían ser eliminados por completo en lo que a publicidad se refiere e implementar el idioma quichua que se encuentra ya reconocido bajo el gobierno como segunda lengua.
2. La ordenanza debería realizar una actualización más específica en el capítulo III art. 7 en donde su clasificación se divide: nominación (personas, instituciones o establecimientos), publicidad (símbolos o leyendas no consideradas persona, instituciones o establecimientos) y señalamiento (tránsito, servicios, advertencias y

restricciones), en este punto la clasificación deberá ser más clara al crear tipos y quizás subtipos dentro de su clasificación como por ejemplo:

- Un hotel x tiene una publicidad exterior (dentro de la normativa consta como de “nominación” al ser un establecimiento y también de “publicidad” al tener un símbolo, al implementar un subdivisión dentro de la clasificación el establecimiento hotelero estaría como de “nominación” tipo “establecimiento de alojamiento”, otro caso podría ser un banco x se encuentra en “nominación” al ser una institución tipo sería institución bancaria. (En la actualidad muchos de los que se encuentran en la clasificación de “nominación” también se encuentran en “publicidad”).
3. Limitar los tamaños de los rótulos y anuncios de acuerdo al tamaño de la construcción en donde va a ser colocado.
  4. Implementar en los rótulos o anuncios que pertenecen a “señalamiento” que los atractivos turísticos deben ser más llamativos pero armónicos puesto que muchas veces pasan desapercibidos, por parte de los visitantes.
  5. Implantar el uso de componentes para la elaboración de los rótulos y anuncios como el hierro forjado, latón y madera, de esta manera reactivaría de este tipo de técnicas de elaboración evitando que desaparezcan.

Al realizar este tipo de modificaciones, el municipio será más sensible al impacto que la publicidad causa como la contaminación visual dentro de un área patrimonial, de esta manera al generar un control y tomar medidas, podrá evitar el mal uso y el abuso en lo que a publicidad exterior se refiere, evitando así un llamado de alerta por parte del comité de patrimonio Nacional y porque no el de la por parte del comité de la Unesco.

## Bibliografía

- Alcaldía de Cuenca. *www.cuenca.gov.ec*. 15 de Enero de 1992. 19 de Junio de 2012.  
<<http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/8776>>.
- Burnet, Moriarty y, y otros. «Publicidad Principios y Práctica.» Well, Moriarty y Burnet. *Publicidad Principios y Práctica*. México: Pearson Education, 2007. 5.
- Business & Management Dictionary. *EBSCO HOST*. 2007. 15 de Abril de 2013.  
<<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=6&sid=952adc09-3818-40e1-a8b8-898f3118a2c4%40sessionmgr115&hid=103&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bth&AN=26743251>>.
- Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.  
<<http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-567-3.pdf>> Junio de 2008.  
10 de Noviembre de 2012.
- Cuenca, Alcaldía de. *www.cuenca.gov.ec*. 15 de Enero de 1992. 19 de Junio de 2012.  
<<http://www.cuenca.gov.ec/?q=node/8776>>.
- Declaración de un Bien Patrimonial de la Humanidad. *DECLARACION DE UN BIEN PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD*. s.f. 08 de Octubre de 2012. <<http://www.patrimonio-mundial.com/seleccion.htm>>.
- Diàlegs - Fòrum Universal de les Cultures . «Turismo Sostenible en ciudades patrimonio.» *FORUM BARCELONA*. Barcelona, 2004.
- Eljuri, Gabriela. «Patrimonio Inmaterial: Herencia, identidad y memoria.» *Revista Artesanías de América NO 66 CIDAP* (2008).
- Estrategicomunicaciones*. s.f. 9 de Marzo de 2013.  
<<http://estrategicomunicaciones.bligoo.com/content/view/288396/Analizar-el-concepto-de-publicidad.html#.UWsa8kmHfIU>>.
- «Comunicación Estratégica.» Eugenio Tironi, Ascanio Carvallo, Magdalena Browne. *Comunicación estratégica*. Aguilar Chilena, 2004. 29.
- Guzmán, José Ramón Sánchez. «Sobre la naturaleza y efectos de la producción, la distribución y el consumo de la publicidad en la industria cultural.» *Reis* (2004): 237-247.
- Icomos. <<http://www.international.icomos.org/charters/xian-declaration-sp.pdf>> 21 de octubre de 2005. 22 de 03 de 2013.
- Ieslaaldea. <<http://www.ieslaaldea.com/documentos/teoriapatrimonial.pdf>> s.f.  
<http://www.ieslaaldea.com/documentos/teoriapatrimonial.pdf>. domingo de agosto de 2012. <<http://www.ieslaaldea.com/documentos/teoriapatrimonial.pdf>>.
- King, Karen Whitehill, J Thomas Russell y W Ronald Lane. «Kleppner Publicidad.» King, Karen Whitehill, J Thomas Russell y W Ronald Lane. *Kleppner Publicidad*. Mexico: Pearson, 2005.

- Stadt-salzburg*. s.f. 20 de Enero de 2013. <<http://www.stadt-salzburg.at/internet/service/english.htm>>.
- UNESCO. s.f. 08 de Octubre de 2012. <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>.
- Unesco. <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/>. Octubre de 2011. 01 de mayo de 2013. <(http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt2006/07-Tecnologicas/2006-T-024.pdf)>.
- . «[www.unesco.org](http://www.unesco.org).» 19 de noviembre de 2004. *documento en pdf*. 08 de octubre de 2012. <[http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec\\_codificacion\\_27\\_ley\\_d\\_e\\_patrimonio\\_cultural\\_spaorof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_codificacion_27_ley_d_e_patrimonio_cultural_spaorof.pdf)>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 15 de 10 de 2012. <<http://whc.unesco.org/es/list/2#top>>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 15 de 10 de 2012. <<http://whc.unesco.org/es/list/784#top>>.
- UNESCO. *www.unesco.org*. s.f. 08 de octubre de 2012. <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 08 de octubre de 2012. <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 08 de octubre de 2012. <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 08 de octubre de 2012. <[http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=45692&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)>.
- UNESCO.ORG. *www.unesco.org*. s.f. 15 de 10 de 2012. <<http://whc.unesco.org/es/list/2#top>>.
- . *www.unesco.org*. s.f. 15 de 10 de 2012. <<http://whc.unesco.org/es/list/784#top>>.
- Universidad Nacional del Nordeste. *www.unne.edu.ar*. s.f. 20 de junio de 2012. <(http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt2006/07-Tecnologicas/2006-T-024.pdf)>.
- Vilches, Alejandra. «Publicidad y Cultura.» *RUTA* (2012): 7.
- . «Publicidad y Cultura.» *Ruta # 4* (2012): 13.
- Well, Moriarty, Burnett. *Publicidad principios y práctica*. Mexico: Pearson Educación, 2007.

## ANEXOS

### Anexo 1

*Para ser incluidos en la Lista del Patrimonio Mundial, los bienes deben tener un valor universal y cumplir por lo menos, con uno de los diez criterios de selección. Dichos criterios están indicados en las Directrices prácticas sobre la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial que aparte del texto de la Convención, es el instrumento de trabajo principal en todo lo que se refiere al Patrimonio Mundial. El Comité revisa regularmente dichos criterios que reflejan una evolución del concepto mismo de Patrimonio Mundial.*

*Hasta finales del 2004, los bienes del Patrimonio Mundial eran seleccionados sobre la base de seis criterios culturales y cuatro naturales. Con la adopción de la versión actualizada de Directrices prácticas sobre la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial, existe únicamente un conjunto de los diez criterios*

*Criterios de selección*

- (i) representar una obra de arte del genio creador humano;*
- (ii) atestiguar un intercambio de influencias considerable, durante un periodo concreto o en un área cultural o determinada, en los ámbitos de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o la creación de paisajes,*
- (iii) aportar un testimonio único, o al menos excepcional, sobre una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida;*
- (iv) constituir un ejemplo eminentemente representativo de un tipo de construcción o de conjunto arquitectónico o tecnológico, o de paisaje que ilustre uno o varios periodos significativos de la historia humana;*
- (v) ser un ejemplo eminente de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización tradicional de las tierras o del mar, representativas de una cultura (o de culturas), o de la interacción entre el hombre y su entorno natural, especialmente cuando son vulnerables debido a mutaciones irreversibles;*

*(vi) estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, con ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan un significado universal excepcional.*

*(El Comité considera que este criterio debería ser utilizado preferiblemente de manera concomitante con otros criterios);*

*(vii) representar fenómenos naturales o áreas de belleza natural e importancia estética excepcionales;*

*(viii) ser ejemplos eminentemente representativos de las grandes fases de la historia de la tierra, incluido el testimonio de la vida, de procesos geológicos en curso en la evolución de las formas terrestres o de elementos geomórficos o fisiográficos de mucha significación;*

*(ix) ser ejemplos eminentemente representativos de procesos ecológicos y biológicos en curso en la evolución y el desarrollo de los ecosistemas y en las comunidades de plantas y animales, terrestres, acuáticos, costeros y marinos ;*

*(x) contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación in situ de la diversidad biológica, comprendidos aquellos en los que sobreviven especies amenazadas que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación.*

*La protección, la gestión, la autenticidad y la integridad de los bienes constituyen también condiciones importantes.*

*Desde 1992 los ejemplos representativos de interacciones entre el hombre y su entorno natural han sido reconocidos como paisajes culturales. (Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO)*

Cultural criteria Natural criteria

## Anexo 2

***Reconocer la contribución del entorno al significado de los monumentos, los sitios y las áreas patrimoniales.***

*1. El entorno de una estructura, un sitio o un área patrimonial se define como el medio característico, ya sea de naturaleza reducida o extensa, que forma parte de - o contribuye a - su significado y carácter distintivo.*

*Más allá de los aspectos físicos y visuales, el entorno supone una interacción con el ambiente natural; prácticas sociales o espirituales pasadas o presentes, costumbres, conocimientos tradicionales, usos o actividades, y otros aspectos del patrimonio cultural intangible, que crearon y formaron el espacio, así como el contexto actual y dinámico de índole cultural, social y económica.*

*2. Las estructuras, los sitios o las áreas patrimoniales de diferentes escalas, inclusive los edificios o espacios aislados, ciudades históricas o paisajes urbanos, rurales o marítimos, los itinerarios culturales o los sitios arqueológicos, reciben su significado y su carácter distintivo de la percepción de sus valores sociales, espirituales, históricos, artísticos, estéticos, naturales, científicos o de otra naturaleza cultural. E, igualmente, de su relaciones significativas con su medio cultural, físico, visual y espiritual.*

*Estas relaciones pueden ser el resultado de un acto creativo, consciente y planificado, de una creencia espiritual, de sucesos históricos, del uso, o de un proceso acumulativo y orgánico, surgido a través de las tradiciones culturales a lo largo del tiempo.*

***Comprender, documentar e interpretar los entornos en contextos diversos.***

*3. Comprender, documentar e interpretar los entornos es esencial para definir y valorar la importancia patrimonial de cualquier estructura, sitio o área.*

*La definición del entorno requiere comprender la historia, la evolución y el carácter de los alrededores del bien patrimonial. Se trata de un proceso que debe tener en cuenta múltiples factores que han de incluir la experiencia de aproximación al sitio y el propio bien patrimonial.*

4. *Incluir el entorno en la comprensión requiere una aproximación multidisciplinaria y la utilización de diversas fuentes de información.*

*Dichas fuentes incluyen fondos documentales y archivos, descripciones artísticas y científicas, historias orales y conocimientos tradicionales, los puntos de vista de las comunidades locales y de las relacionadas con el bien, así como un análisis de las perspectivas visuales. Las tradiciones culturales, los rituales, las prácticas espirituales y los conceptos, así como la historia, la topografía, los valores del medio natural, los usos y otros factores contribuyen a crear el conjunto de valores y dimensiones tangibles e intangibles del entorno. La definición del entorno debe conjugar armoniosamente su carácter, sus valores y su relación con el bien patrimonial.*

***Desarrollar instrumentos de planificación y prácticas para conservar y gestionar el entorno***

5. *El desarrollo de instrumentos normativos y de planeamiento eficaces, así como de políticas, estrategias y prácticas para gestionar de forma sostenible el entorno, exige también una aplicación coherente y continuada de los mismos, y su adecuación a las particularidades locales y culturales.*

*Las herramientas de gestión del entorno comprenden medidas legislativas específicas, preparación profesional, desarrollo de planes o sistemas integrales de conservación y gestión, y la utilización de métodos idóneos de valoración del impacto patrimonial.*

6. *La legislación, la reglamentación y las directrices para la conservación, la protección y la gestión de las estructuras patrimoniales, los sitios y las áreas patrimoniales deben prever la delimitación de una zona de protección o respeto a su alrededor que refleje y contribuya a conservar el significado y el carácter distintivo del entorno.*

7. *Los instrumentos de planeamiento deben incluir medidas efectivas de control del impacto de los cambios rápidos o progresivos del entorno.*

*Las siluetas, las vistas y las distancias adecuadas entre cualquier nuevo proyecto público o privado y las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales, son factores fundamentales a tener en cuenta para evitar las distorsiones visuales y*

*espaciales o los usos inadecuados en un entorno cargado de significado.*

8. *Deben llevarse a cabo valoraciones de impacto ambiental para cualquier proyecto que suponga un impacto en el significado de las estructuras, de los sitios y de las áreas patrimoniales, así como en su entorno.*

*El desarrollo dentro del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales debe contribuir a interpretar positivamente su significado y su carácter distintivo.*

### ***El seguimiento y la gestión de los cambios que amenazan el entorno***

9. *La envergadura de los cambios y sus impactos, tanto aislados como de carácter acumulativo, así como la transformación del entorno de las estructuras, sitios y áreas de valor patrimonial, es un proceso en curso que requiere un seguimiento y una gestión.*

*La transformación rápida y progresiva de los paisajes rurales y urbanos, las formas de vida, los factores económicos, o el medio ambiente natural, pueden afectar de forma sustancial o irreversible a la auténtica contribución del entorno al significado de una estructura, un sitio o un área de valor patrimonial.*

10. *El cambio del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas de valor patrimonial debe gestionarse de modo que se mantenga su significado cultural y su carácter distintivo.*

*Gestionar el cambio del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas de valor patrimonial no significa necesariamente evitar u obstaculizar el cambio.*

11. *La gestión debe definir las formas y las acciones necesarias para valorar, medir, evitar o remediar la degradación, la pérdida de significado, o la reducción a lo trivial, y proponer mejoras para la conservación, la gestión y las actividades de interpretación.*

*Deben establecerse unos indicadores de índole cualitativa y cuantitativa que permitan valorar la contribución del entorno al significado de una estructura, un sitio o un área de carácter patrimonial.*

*Los indicadores propios de la gestión deben contemplar aspectos materiales tales*

*como la distorsión visual, las siluetas, los espacios abiertos, y la contaminación ambiental y acústica, así como otras dimensiones de carácter económico, social y cultural.*

***Trabajar con las comunidades locales, interdisciplinarias e internacionales para la cooperación y el fomento de la conciencia social sobre la conservación y la gestión del entorno.***

*12. La cooperación y el compromiso de las comunidades locales y de otras relacionadas con los bienes patrimoniales es fundamental para desarrollar estrategias sostenibles de conservación y gestión del entorno.*

*Debe estimularse el compromiso multidisciplinar como una práctica habitual de la conservación y la gestión del entorno. Entre las disciplinas necesarias al efecto se incluyen, por ejemplo, la arquitectura, la planificación urbana, regional y paisajística, la ingeniería, la antropología, la historia, la arqueología, la etnología, la museología y la gestión de archivos.*

*También debe fomentarse la cooperación con instituciones y especialistas del campo del patrimonio natural, como parte integrante de un buen método para la identificación, protección, presentación e interpretación de las estructuras, los sitios y las áreas patrimoniales en su entorno.*

*13. Debe fomentarse la capacitación profesional, la interpretación, la educación y la sensibilización de la población, para sustentar la antedicha cooperación y compartir los conocimientos, así como para favorecer las metas de la conservación e incrementar la eficacia de los instrumentos de protección, de los planes de gestión y de otros instrumentos.*

*La experiencia, el conocimiento y los instrumentos elaborados para la conservación individualizada de determinadas estructuras, sitios y áreas, deberían hacerse extensivos a la gestión de su entorno.*

*Deben dedicarse recursos económicos a la investigación, la valoración y la planificación estratégica de la conservación y la gestión del entorno de las estructuras, los sitios y las áreas de carácter patrimonial.*

*La toma de conciencia sobre el significado del entorno en sus diferentes dimensiones es una responsabilidad que incumbe a los profesionales, a las*

*instituciones, a las comunidades locales y a otras relacionadas con los bienes patrimoniales, todos los cuales deberían tener en cuenta las dimensiones tangibles e intangibles del entorno a la hora de tomar decisiones. (ICOMOS, <http://www.international.icomos.org>)*

### **Anexo 3**

#### **ORDENANZA PARA LA GESTIÓN Y CONSERVACIÓN DE LAS ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES DEL CANTÓN CUENCA**

##### **EL ILUSTRE CONCEJO MUNICIPAL DE CUENCA**

##### **CONSIDERANDO:**

*Que el Centro Histórico de la ciudad de Cuenca, constituye testimonio trascendental de la Cultura Ecuatoriana, por lo que fue declarado Patrimonio Cultural del Estado, el 9 de marzo de 1982.*

*Que el 4 de diciembre de 1999, el Comité de Patrimonio Mundial, inscribió al Centro Histórico de Cuenca en la lista de Bienes de Valor Universal Excepcional y declaró a Santa Ana de los Ríos de Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad, por cumplir con los criterios 2, 4 y 5 de la Convención de Patrimonio Mundial;*

*Que el territorio en el cual se asienta el cantón Cuenca ha sido cuna de varias culturas, cuyas expresiones se deben preservar, conservar y difundir.*

*Que de conformidad a lo establecido en el Art. 264, literal 8 de la Constitución de la República del Ecuador, es competencia exclusiva de los Gobiernos Locales “Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.”;*

*Que es competencia municipal desarrollar estudios para la conservación y ordenamiento de zonas de valor artístico, histórico y paisajístico, debiendo dictar normas especiales para la conservación, restauración y mejora de los edificios, elementos naturales y urbanísticos.*

*Que para el I. Concejo Cantonal de Cuenca, la preservación y conservación del Patrimonio Cultural del Cantón Cuenca constituye una problemática de interés público;*

*Que es su deber irrenunciable el regular las intervenciones en el territorio cantonal y por lo tanto en las zonas y sitios históricos del Cantón Cuenca, armonizando la preservación de sus valores culturales con las exigencias de la época actual;*

*Que es necesario actualizar y reunir en una sola Ordenanza las disposiciones administrativas para un mejor logro de propósitos dentro de las políticas de conservación y preservación del patrimonio cultural;*

*En uso de sus atribuciones señaladas en el numeral primero del artículo 64 de la Ley Orgánica de Régimen Municipal;*

**EXPIDE:**

**La siguiente *ORDENANZA PARA LA GESTIÓN Y CONSERVACIÓN DE LAS ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES DEL CANTÓN CUENCA***

**TITULO I**

**DE LAS ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES DEL CANTÓN**

**CAPITULO I**

**ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES**

**Art. 1.-** *Constituyen Áreas Históricas y Patrimoniales del Cantón las que a continuación se detallan:*

- a) El Centro Histórico de la Ciudad de Cuenca que contempla el Área Declarada como Patrimonio Cultural del Estado en el año de 1982 y posteriormente Declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año de 1999, que está constituida por el Área de Primer Orden, Área de Respeto, Área Arqueológica y Zonas Especiales, que comprenden los cordones de preservación de las calles Rafael María Arízaga, Las Herrerías y Av. Loja, así como las áreas que se incorporan al Centro Histórico a través de la presente Ordenanza;*
- b) “El Ejido” como Área de Influencia y Zona Tampón del Centro Histórico;*
- c) Los sitios del Cantón Cuenca declarados como Patrimonio Cultural del Estado;*
- d) Las zonas, sitios, sectores, calles, edificios, elementos urbanos, naturales, paisajísticos y detalles arquitectónicos del área urbana y rural del cantón Cuenca, de carácter público o privado, que por sus características y valor sean declarados como Patrimonio Cultural del Cantón por el I. Concejo Cantonal.*

## **CAPITULO II**

### **DE LA DECLARATORIA DE LOS BIENES COMO PATRIMONIO CULTURAL DEL CANTÓN**

*Art. 2.- Corresponde al Ilustre Concejo Cantonal la declaratoria de las zonas, sitios, sectores, calles, edificios, elementos urbanos, naturales, paisajísticos y detalles arquitectónicos del área urbana y rural del cantón Cuenca, de carácter público o privado, que por sus características y valor, deban ser declarados como Patrimonio Cultural del Cantón. Tal declaratoria ocurrirá con el voto de las dos terceras partes de los miembros del Concejo Cantonal, con fundamento en el respectivo expediente y previo informes favorables de la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales y de la Comisión de Áreas Históricas y Patrimoniales.*

## **CAPITULO III**

### **DELIMITACION DE LAS ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES**

*Art. 3.- Se adopta como delimitación del Área Protegida de la ciudad de Cuenca para efectos de gestión y conservación de la misma, la que consta en el plano adjunto (Anexo No. 1), documento que se anexa a la presente Ordenanza y que como instrumento legal pasa a formar parte de ella.*

*El Área Protegida está constituida por:*

*a) Área del Centro Histórico de Cuenca, que comprende:*

*Partiendo desde la intersección de la Av. Gran Colombia y Miguel Morocho, siguiendo por la última de las nombradas en sentido Norte hasta su intersección con la calle Gaspar Sangurima, sigue por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Luis Pauta, continúa por ésta en el sentido Norte hasta su intersección con la calle Antonio Vega Muñoz, continúa por ésta en el sentido Este hasta su intersección con la Calle Rafael María Arízaga, continúa por ésta en el sentido Este hasta su intersección con la calle Coronel Tálbot, continúa por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la calle Alberto Muñoz Vernaza, continúa por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Presidente Antonio Borrero, sigue por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la Av., Héroes de Verdeloma, continúa por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Del Chorro, sigue por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Antonio Vallejo, continúa por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la calle Francisco Calderón, continúa por ésta en sentido Noreste hasta su intersección con la calle Armenilla, sigue por ésta en sentido Sureste hasta su intersección con la calle de El Obrero, continúa por ésta en sentido Suroeste hasta su intersección con la calle de Las Alcabalas, continúa por ésta en sentido sur hasta su intersección con la calle Vieja, sigue*

por ésta en sentido Suroeste hasta su intersección con la Av. Héroes de Verdeloma, continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Sebastián de Benalcázar y Av. Gil Ramírez Dávalos, sigue por la última de las nombradas en sentido Sureste, hasta su intersección con la Av. Huayna-Cápac, continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la calle Núñez de Bonilla, continúa por ésta en sentido Este hasta su intersección con la Av. España, continúa por ésta hasta su intersección con la calle Gaspar Sangurima y Av. Huayna-Cápac, continúa en el sentido Sur por los linderos posteriores de los predios ubicados con frente a la lateral Este de la Av. Huayna-Cápac, hasta su intersección con las avenidas. 12 de Abril y Paraíso. Desde la intersección de las avenidas Huayna-Cápac, 12 de Abril y Paraíso, sigue por la última de las nombradas en sentido Este hasta su intersección con la calle A. Cueva T., continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. Paraíso, sigue por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la calle de El Arupo, continúa por ésta en el sentido Oeste hasta su intersección con la calle J. Merchán, sigue por ésta en sentido Sur hasta su intersección con el pasaje de El Paraíso, continúa por éste en sentido Este hasta su intersección con la calle David Díaz, sigue por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. 10 de Agosto, continúa por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle de Los Geranios, sigue por ésta hasta su intersección con la calle de Las Retamas, continúa por ésta hasta su intersección con la calle de Las Acacias, sigue por ésta hasta su intersección con la calle Del Sigal, continúa por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la calle Tomillos, sigue por ésta en sentido Oeste hasta el lindero Norte del Parque El Vergel, continúa por le lindero Norte del Parque El Vergel hasta su intersección con la calle Los Fresnos, continúa por ésta en el sentido Oeste hasta la calle Amancay, continúa por ésta hasta la Av. Paucarbamba, sigue por ésta en sentido Noroeste hasta su intersección con la Av. José Peralta, continúa por ésta en el sentido Oeste hasta su intersección con calle sin nombre, luego sigue por ésta hasta la intersección con la Av. Florencia Astudillo, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la Av. Fray Vicente Solano, continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. Remigio Tamariz, continúa por ésta en sentido Noroeste hasta su intersección con la calle Lorenzo Piedra, continúa por ésta en el sentido Suroeste hasta su intersección con la Av. 10 de Agosto, sigue por ésta en sentido Sureste hasta su intersección con la Av. Pichincha, sigue por ésta en el sentido Sur hasta su intersección con la Av. 12 de Octubre, sigue por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. Primero de Mayo, continúa por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle Juan Luis Vives, sigue por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la calle Pedro Calderón de la Barca, sigue por ésta en el sentido Oeste hasta su intersección con la calle Cervantes, continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. Isabel la Católica, sigue por ésta en sentido Oeste hasta la intersección con la calle Luis de Góngora, sigue por ésta hasta su intersección con la calle Alberti, continúa por ésta en el sentido Sur hasta su intersección con la calle Cristóbal Colón, sigue por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle León Felipe, sigue por ésta hasta la intersección con la calle J. Echeagaray, sigue por ésta en sentido Suroeste hasta su intersección con la calle Alonso Quijano, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la Av. Loja, toma en sentido Suroeste los linderos posteriores de los predios ubicados con frente a la Av. Loja, lateral Sureste, hasta la Av.

*Don Bosco, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle El Salado, continúa por ésta en dirección Norte hasta su intersección con la calle Cieza de León, sigue por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la Av. Primero de Mayo, continúa por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Sor Inés de la Cruz, sigue por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la calle Cieza de León, continúa por ésta hasta su intersección con la Av. Loja, sigue por la Av. Loja en el tramo comprendido entre Cieza de León y Av. 10 de Agosto, quedando en éste tramo dentro del Área de Centro Histórico los predios que dan frente a la lateral Noroeste de la Av. Loja. A partir de la intersección de las avenidas Loja y 10 de Agosto, sigue por la última de las nombradas en el sentido Norte hasta su intersección con la Av. Unidad Nacional, continúa por ésta en el sentido Noreste hasta su intersección con la calle Guayas, continúa por ésta en sentido Noreste hasta su intersección con la calle Galápagos, continúa por ésta en sentido Noroeste hasta su intersección con la calle Los Ríos, sigue por ésta hasta su intersección con la calle de El Batán, sigue por ésta en sentido Oeste hasta la calle Imbabura, sigue por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la Av. 12 de Abril, sigue por ésta en sentido Este hasta su intersección con la calle Simón Bolívar, sigue por ésta hasta su intersección con la Av. Tres de Noviembre, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle León XIII, sigue por ésta en sentido Norte hasta su intersección con la calle Juan XXIII, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle Pío XII, desde éste punto sigue en el sentido Norte por el lindero Este de la Escuela Hernán Cordero hasta su intersección con la Av. Gran Colombia, continúa por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la Calle Miguel Morocho.*

*b) **Área de El Ejido** (Área de Influencia y Zona Tampón), que comprende:*

*Partiendo de la intersección de la calle Las Herrerías con la Av. 10 de Agosto, continúa por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la calle de Los Geranios, sigue por ésta hasta su intersección con la calle de Las Retamas, continúa por ésta hasta su intersección con la calle de Las Acacias, sigue por ésta hasta su intersección con la calle Del Sigsal, continúa por ésta en el sentido Norte hasta su intersección con la calle Tomillos, sigue por ésta en sentido Oeste hasta el lindero Norte del Parque El Vergel, continúa por le lindero Norte del Parque El Vergel hasta su intersección con la calle Los Fresnos, continúa por ésta en el sentido Oeste hasta la calle Amancay, continúa por ésta hasta la Av. Paucarbamba, sigue por ésta en sentido Noroeste hasta su intersección con la Av. José Peralta, continúa por ésta en el sentido Oeste hasta su intersección con la calle Sin Nombre, luego sigue por ésta hasta la intersección con la Av. Florencia Astudillo, sigue por ésta en sentido Oeste hasta su intersección con la Av. Fray Vicente Solano, continúa por ésta en sentido Sur hasta su intersección con la Av. Remigio Tamariz, continúa por ésta en sentido Noroeste hasta su intersección con la calle Lorenzo Piedra, continúa por ésta en el sentido Suroeste hasta su intersección con la Av. 10 de Agosto, sigue por ésta en sentido Sureste hasta su intersección con la Av. Pichincha, sigue por ésta en el sentido Sur hasta su intersección con la Av. 12 de Octubre, sigue por ésta hasta la margen Sur del Río Yanuncay, continúa por la margen sur del Río Yanuncay en el sentido Sureste hasta la Av. Fray Vicente Solano, continúa por ésta en el sentido Sur hasta su*

*intersección con la Av. 24 de Mayo, sigue por ésta en el sentido Sur hasta la margen Sur del Río Tarqui, sigue por ésta margen en el sentido Este hasta su intersección con el Río Yanuncay, continúa en sentido Este por la margen Sur del Río Yanuncay hasta el puente de Gapal, sigue por el puente de Gapal hasta su intersección con la Av. 10 de Agosto y calle de Las Herrerías.*

*c) **Sitios del Cantón Cuenca declarados como Patrimonio Cultural del Estado:** Se considera la delimitación establecida en el expediente de la respectiva declaratoria, así como en la Ordenanza correspondiente.*

*d) **Zonas, sitios, sectores, calles, edificios, elementos urbanos, naturales, paisajísticos y detalles arquitectónicos del área urbana y rural del cantón Cuenca, de carácter público o privado, declarados como Patrimonio Cultural del Cantón.** Para este efecto se considerará la delimitación establecida en los respectivos expedientes que sirvieron de base para la declaratoria y consten en la resolución.*

## **Anexo 4**

### **CAPITULO I**

#### **JURISDICCION Y COMPETENCIA**

*Art. 1.- La presente ordenanza regula la colocación de rótulos y anuncios dentro del área delimitada por la ordenanza como Centro Histórico. Para su aplicación, el Centro Histórico se considera dividido en dos sectores:*

*Sector uno o área de primer orden; y*

*Sector dos, que corresponde al área de respeto y especiales.*

*Art. 2.- La Comisión de Centro Histórico, establecerá la política que habrá de seguirse en esta materia y la Dirección del Centro Histórico será la encargada de controlar el cumplimiento de esta ordenanza.*

*Art. 3.- Son atribuciones de la Comisión de Centro Histórico de la I. Municipalidad:*

*a) Velar por el aspecto formal y estético de los rótulos y anuncios que se coloquen en el Centro Histórico, vigilando el correcto empleo del idioma castellano y limitando al máximo el uso de vocablos extranjeros;*

*b) Aprobar o negar los proyectos de rótulos y anuncios que fueren presentados y*

*autorizar la colocación de aquellos que cumplan con los requisitos previstos en esta ordenanza; y*

*c) Ordenar el retiro de los rótulos o anuncios que no se sujeten a las disposiciones establecidas.*

## *CAPITULO II*

### *DEFINICIONES*

*Art. 4.- Se entenderá por "Rótulo Comercial" todo letrero, escritura, impreso, emblema, dibujo u otro medio, cuyo propósito sea llamar la atención hacia una actividad, negocio, servicio, recreación, profesión u ocupación domiciliaria establecida en el local en donde se exhibe dicho rótulo.*

*Art. 5.- Todo letrero, escritura, pintura, emblema, marca, dibujo u otro medio cuyo propósito sea llamar la atención hacia un producto, actividad o artículo, se considerará como "Anuncio" para efectos de esta Ordenanza.*

*Art. 6.- Se consideran como "Rotúlos o Anuncios Ilegales" a todos aquellos que a la fecha de vigencia de esta Ordenanza no estuvieren ceñidos a los requisitos exigidos en ella.*

## *CAPITULO III*

### *CLASIFICACION*

*Art. 7.- Los rótulos y anunicos, por su finalidad se clasifican en:*

*a) De "Nominación", de personas, instituciones o establecimientos;*

*b) De "Publicidad", con símbolos o leyendas no consideradas en el literal anterior; y*

*c) De "Señalamiento", de tránsito, servicios, advertencias y restricciones. Los relacionados con el Tránsito se ajustarán a las regulaciones de carácter internacional.*

*Art. 8.- Los Rótulos y Anuncios, por su estructura y materiales usados en su construcción, se clasifican en:*

*a) Rótulos o anuncios de panel opaco;*

- a) *Rótulos o anuncios de panel luminoso;*
- c) *Rótulos o anuncios en perfiles opacos;*
- d) *Rótulos o anuncios en perfiles luminosos; y,*
- e) *Rótulos incorporados a la fachada.*

#### **CAPITULO IV**

##### **NORMAS DE COLOCACION**

*Art. 9.- Los rótulos o anuncios, podrán colocarse de dos maneras.*

- a) *Adosados a los paramentos y fachadas de los inmuebles;*
- b) *Perpendiculares y salientes de dichos paramentos. Casos especiales (boticas, farmacias, Bomberos, Cruz Roja, Banco de Sangre, Policía, Casa de Salud-Hospitales, Clínicas, o de señalamiento).*

*Art. 10.- En el sector UNO (área de primer orden), podrán colocarse únicamente los siguientes rótulos y/o anuncios:*

- a) *ADOSADOS: Sean de panel opaco, panel luminoso, en perfiles opacos o en perfil luminoso o incorporados a la fachada; no podrán exceder de una superficie equivalente a 1,20 metros cuadrados por rótulos y se permitirá un número tal que la superficie total de ellos no exceda el 4% del área de fachada del inmueble; el número de rótulos o anuncios, estará en función del número de locales comerciales existentes en el inmueble cuyo acceso sea directamente a través de la vía pública. Para el caso de existir locales comerciales o de servicios al interior del inmueble se usará un directorio general, el mismo que irá colocado en parte visible del vestíbulo o zagúan de acceso. Tanto los letreros interiores y exteriores serán del mismo tipo, material y color.*
- b) *PERPENDICULARES: Únicamente en panel luminoso y se utilizarán módulos de (0,6 x 0,6 m) 0,36m<sup>2</sup> y su uso será exclusivo para los siguientes fines: Boticas, Farmacias, Cuerpo de Bomberos, Policía, Casas de Salud (Hospitales y Clínicas), Cruz Roja, Banco de Sangre, sitios de interés Cultural, Turístico; de acuerdo a diseño establecido en el anexo 1.*

*La parte interior del rótulo no deberá estar a altura inferior a 3m. del nivel de la acera y no salirse más de 90 centímetros.*

- c) *SUSTENTACION INDEPENDIENTE: Únicamente los de señalamiento de tránsito y*

*los de carácter informativo, los anuncios provisionales (telas) que se colocan por festividades eventuales y los anuncios provisionales por acontecimientos cívicos o culturales.*

*Art. 11.- En el Sector DOS (áreas de respeto y especiales) podrán colocarse los siguientes rótulos y/o anuncios:*

- a) ADOSADOS: Los tipificados para el sector UNO, pudiendo aumentarse al área hasta un máximo de dos metros cuadrados y 6% de fachada del inmueble;*
- b) PERPENDICULARES: Únicamente en panel luminoso y no deberá exceder de (0,6 x 0,6 m) 0,36 m<sup>2</sup> y su uso será exclusivo para los siguientes fines: Botica, Farmacias, Cuerpo de Bomberos, Policías, Casas de Salud (Hospitales y Clínicas), Cruz Roja, Banco de Sangre, sitios de interés Cultural, Artístico; de acuerdo a diseño establecido en el anexo 1.*

*Los rótulos deberán ir colocados entre el dintel de planta baja y el balcón de la primera planta alta y no más de 90 cm.*

- c) SUSTENTACION INDEPENDIENTE: Únicamente los de señalamiento de tránsito y los de carácter informativo (pudiendo usarse una cara para anuncio comercial), los anuncios provisionales (telas) que se colocan por festividades eventuales.*

*Art. 12.- Los implementos necesarios para el funcionamiento de rótulos y anuncios, se instalarán en gabinetes metálicos cerrados, que irán empotrados en el paramento de fachadas; dichos gabinetes deben estar aislados convenientes y pintados con el mismo color de fachada del edificio.*

*Art. 13.- La propaganda comercial, política, señal de tránsito en vereda o de otra índole que se realice por medio del cartel o afiche, se colocará exclusivamente en los lugares que para el efecto determine o construya el Municipio.*

## **CAPITULO V**

### **PROHIBICIONES**

*Art. 14.- En el Centro Histórico, queda prohibido adosar vitrinas o escaparales móviles y altoparlantes a los paramentos de fachada de los edificios; pintar, directamente cualquier tipo de aviso, rótulo o propaganda sobre los paramentos de fachadas, puertas, ventanas, etc. de establecimiento comerciales, industriales, profesionales, artesanales e institucionales; excepto lo señalado en el artículo 8 literal e).*

*Art. 15.- En ambos sectores, se prohíbe pinturas de rótulos, avisos o propagandas en los balcones, molduras y cubiertas de los edificios, así como alterar el diseño original de fachada, para fines de propaganda o identificación de un local comercial.*

*Art. 16.- Los teatros y locales de espectáculos públicos, para sus anuncios obtendrán previamente la aprobación de la Comisión de Centro Histórico, la que dictará las normas sobre modalidad o sistemas a los que deberán sujetarse dichos anunciantes. Esta excepción no comprende el rótulo correspondiente al nombre del establecimiento.*

*Art. 17.- Los pasajes peatonales, en lo referente a rótulos y anuncios, se sujetarán a las mismas disposiciones anteriores.*

*Art. 18.- En los edificios declarados de interés arquitectónico o de Patrimonio Artístico, no podrá instalarse ningún tipo de rótulos o anuncios, sean permanentes o temporales, salvo la identificación del edificio mismo.*

*Art. 19.- Los rótulos ocasionales de obras de construcción, no necesitarán permiso alguno para ser instalados, al igual que los rótulos o avisos de proveedores y técnicos, que se instalen en dichas obras. Pero en el sector UNO, los rótulos de obras de construcciones, serán colocados exclusivamente adosados a los paramentos de fachadas de las edificaciones.*

## **CAPITULO VI DE LAS SANCIONES**

*Art. 20.- Los rótulos y anuncios, que contravengan a lo dispuesto en esta Ordenanza o se coloquen sin el permiso Municipal, serán retirados por disposición del Director de Centro Histórico, por intermedio de la Comisaría de Centro Histórico, debiendo previamente notificarse a los propietarios.*

*Art. 21.- El Comisario de Centro Histórico actuará como juez en el juzgamiento de las contravenciones a esta Ordenanza.*

## **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

*Art. 22.- Los rótulos y anuncios instalados hasta la presente fecha y que se ajusten a las disposiciones de esta Ordenanza, se podrán seguir utilizando, siempre que se obtenga el correspondiente permiso de la Dirección de Centro Histórico.*

*Art. 23.- Para el cambio de ubicación y estructura de los rótulos y anuncios que se hallan colocados actualmente en la ciudad, con el fin de que todos sus*

*propietarios los ajusten a lo dispuesto en esta Ordenanza, se concede el siguiente plazo:*

- a) Para los rótulos de panel opaco, entre 15 y 90 días.*
  - b) Para rótulos en perfiles luminosos u opacos, entre 15 y 90 días;*
  - c) Para los rótulos de panel luminoso, entre 15 y 90 días; y,*
  - d) Para rótulos grandes de neón, se concede un plazo máximo de 90 días.*
- Los plazos señalados en los literales anteriores, correrán desde la fecha de la promulgación de esta Ordenanza.*

*Para cualquier caso que no esté considerado dentro de la presente ordenanza, deberá obtenerse la correspondiente autorización de la Comisión de Centro Histórico.*

*ARTICULO FINAL.- Esta Ordenanza entrará en vigencia desde la fecha de su promulgación por la Imprenta Municipal y deroga las disposiciones legales que se la opongan.*

*Dada en la Sala de Sesiones del I. Concejo Cantonal de Cuenca, a los diez y nueve días del mes de septiembre de 1991. (Alcaldía de Cuenca)*