

CONTAMINACIÓN VISUAL Y LUMÍNICA

Introducción

La contaminación visual y lumínica constituye uno de los ejes temáticos que abordará el futuro Código Ambiental de la ciudad, el cual se relaciona no sólo con el impacto desfavorable que produce en el medio ambiente urbano y en la calidad de vida de la población, sino también con la explotación de una actividad que -desde hace ya algunos años- tiene una gravitación económica indudable en Buenos Aires y Argentina, como es el turismo.

Sin duda la proliferación de carteles y publicidad en general, en muchos casos lanzada de manera caótica y sin tener en cuenta la interacción con otros componentes del ambiente urbano, afecta la adecuada apreciación del paisaje y su patrimonio histórico, arquitectónico y natural, como así también su conservación.

En sentido, es preciso señalar que el marco normativo vigente en la ciudad resulta escaso en relación a lo observado en la experiencia comparada, no sólo por la falta de una norma que exprese en detalle aquello que se encuentra prohibido o permitido en la materia, sino también porque en las previsiones normativas identificadas claramente se observa que su aplicación no conduce a resultados aceptables en términos de protección del patrimonio natural y cultural y de la calidad de vida.

No obstante lo anterior, y tal como se expresa en el capítulo correspondiente a la preservación del patrimonio natural y cultural, la Constitución local plantea el deber de la ciudad de desarrollar una política de planeamiento y gestión del ambiente urbano e instrumentar un proceso de ordenamiento territorial y ambiental participativo y permanente que promueva, entre otros aspectos, la preservación del patrimonio natural, urbanístico, arquitectónico y de la calidad visual y sonora (art. 27, inc. 2, CCABA).

En la legislación comparada –caso del Código francés- la problemática de la contaminación visual se aborda de manera exhaustiva desde la protección del patrimonio cultural y paisajístico, estableciéndose precisas disposiciones acerca de la preservación de los bienes culturales y su entorno, no sólo en cuanto a la cartelera que es posible instalar en los diversos sitios, sino también acerca de cómo deben quedar despejadas las diferentes perspectivas visuales de los bienes a conservar.

Así, por ejemplo, se prohíbe cualquier anuncio publicitario en los inmuebles catalogados como monumentos históricos o incluidos en inventarios suplementarios, en los monumentos naturales y en los espacios naturales clasificados, en los parques nacionales y las reservas naturales y también en los árboles. Asimismo, se prevé que a nivel municipal se prohíban los anuncios publicitarios en los inmuebles de “carácter estético, histórico o pintoresco”. Una nota distintiva de este ordenamiento es que el procedimiento para la constitución de zonas de publicidad autorizada, restringida o

ampliada es de carácter participativo; y asimismo que, las multas que castigan los incumplimientos a estas disposiciones resultan onerosas¹.

Se prevén pautas especiales para la colocación de carteles informativos y anuncios publicitarios reservados a actividades de asociaciones sin ánimo de lucro, previéndose que la colocación de los mismos estará exenta de cualquier tasa o gravamen.

Aspectos normativos

La Constitución de la Ciudad de Buenos Aires contempla la obligación del gobierno de desarrollar políticas de preservación de la calidad visual de sus habitantes.

Coherentemente con lo anterior, la Ley N° 71/98 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mediante la cual fue creado el Consejo del Plan Urbano Ambiental, refiere en su art. 12 que, el PUA, como instrumento técnico político deberá “Tender a que todos los habitantes de la ciudad tengan acceso a disponer de aire, agua y alimentos, química y bacteriológicamente seguros, a circular y habitar en áreas libres de residuos, de contaminación visual y sonora y ambientalmente sanas, al uso y goce de espacios verdes y abiertos” y el art. 14 inc. d) punto 7 agrega que, entre los criterios orientadores del mismo, se contemplará la “Incorporación del concepto de paisaje urbano como criterio rector para el mejoramiento de la calidad ambiental y consolidación del espacio urbano. Controlar la contaminación visual con el objetivo de componer una política de recuperación y conservación del patrimonio urbano”.

Asimismo, desde el año 2006 la Ley N° 1877/06 regula la instalación de redes de televisión por cable, habiendo sido reglamentada recientemente a través del Decreto N° 208/07, el cual establece las condiciones en las cuales se podrá proceder a realizar el tendido de estas redes, como así también en que plazos deberán efectuarse la remoción del cableado aéreo existente en el microcentro de la ciudad y en su casco histórico. Se trata de una norma de carácter eminentemente técnico, que requiere de manera expresa que las instalaciones a efectuarse cuenten con autorización, que no se afecten valores urbanísticos, ambientales, edilicios, estéticos y de higiene y seguridad. Prevé asimismo la no afectación del arbolado público (el que no podrá utilizarse como soporte de cableado ni ser perjudicado de otro modo), estableciendo a su vez disposiciones para los tendidos por pulmón de manzana en aras de la protección de valores urbanísticos, estéticos, paisajísticos y forestales.

Contrariamente, no se ha identificado legislación que reglamente de modo específico el tema de la contaminación lumínica.

¹ El Código prevé –a valores del año 2006- que será sancionada con una multa de 3.750 euros el que colocare, hiciere colocar o mantuviere, tras requerimiento previo, un anuncio publicitario, un rótulo o un cartel de preseñalización en zonas no permitidas o más allá del plazo autorizado.

En relación a la instalación de cartelería, el Código de Planeamiento Urbano regula la publicidad en las “zonas de renovación urbana linderas a autopistas” (RUA) estableciendo las alturas hasta las cuales se admiten letreros y anuncios, y las características de los mismos (pueden ser iluminados y luminosos pero no animados ni móviles, debiendo ser eliminados de inmediato cuando por cualquier motivo afecten la visibilidad de los conductores de vehículos), como así también como deben ser fuera de dicha zona y hasta una distancia de cien metros de la Línea de Afectación Vial.

Por último, el Código Contravencional de la Ciudad de Buenos Aires, prevé que todo aquel que instale o haga instalar carteles ó haga fijar afiches o coloque o haga colocar pasacalles en la vía pública en lugares no habilitados, o sin el permiso correspondiente, será sancionado con multas y/o decomiso de los carteles, afiches y pasacalles.

Conflictos

La problemática de la contaminación visual en la ciudad representa un problema que afecta, por un lado al patrimonio cultural y natural, y por el otro, a la ciudad toda y a la sociedad en su conjunto. Es innegable que los carteles publicitarios proliferan en la ciudad, y no resulta aventurado afirmar que probablemente un gran porcentaje de los mismos hayan sido instalados sin cumplir la totalidad de los requisitos previstos.

Afectan el paisaje urbano, y en muchos casos, además, al cubrir aberturas de edificios implican un serio riesgo para la vida humana frente a posibles emergencias, como puede ser un incendio, explosión, derrumbe u otro tipo de siniestros. Esta instalación sobre puertas y ventanas, se encuentra prohibida en el marco normativo francés, el cual no las admite ni parcialmente, con excepción de los edificios que se encuentren cerrados o clausurados por restauraciones u otros motivos.

Entre los principales exponentes de contaminación visual urbana se observan tanto la proliferación de publicidad antes mencionada (agravada en los períodos de campañas electorales) como el cableado aéreo, los cuales afectan el paisaje, la calidad de vida de la población y asimismo el patrimonio cultural de la ciudad (en particular edificios y monumentos históricos), como así también la actividad turística.

Así es que deberán incorporarse criterios de calidad visual, tendiendo a la preservación y el mejoramiento del paisaje urbano, de manera transversal a cualquier tipo de intervención en el territorio. También deberá incorporarse el análisis del impacto visual de actividades o emprendimientos en el marco de un ordenamiento del territorio con un debate participativo de los distintos actores y sectores involucrados