

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



TÍTULO:

**PUBLICIDAD INVASIVA EN EL SALVADOR: EL IMPACTO DE LA
CONTAMINACIÓN VISUAL EN LA SEGURIDAD Y MOVILIDAD URBANA.**

PRESENTADO POR:

ARIEL ADONAI AGUILAR DE LEÓN

VERÓNICA ESMERALDA CARDOZA ALFARO

CARNÉ:

AD18002

CA18004

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “PERIODISMO
MULTIMEDIA” PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
PERIODISMO.

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:

DOCTOR JOSÉ ROBERTO PÉREZ

COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMERICA. JULIO 2025

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO ROGER ARIAS

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

DEFENSORA DE LOS DERECHOS HUMANOS UNIVERSITARIOS

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR VALLADARES

FISCAL GENERAL

LICENCIADO CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

VICE-DECANO:

MAESTRA MARÍA BLAS CRUZ JURADO

SECRETARIA:

MAESTRA NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

ADMINISTRADORA ACADÉMICA:

INGENIERA EVELYN CAROLINA MAGAÑA DE FUENTES

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DEL DEPARTAMENTO:

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE LUNA

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO:**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DEL CURSO:

DOCTOR ROBERTO PÉREZ

AGRADECIMIENTOS

Ariel Adonai Aguilar De León:

Agradezco primero a Dios por haberme dado los mejores padres que pude haber tenido, Verónica e Isaías, quienes incondicionalmente me brindaron su apoyo tanto emocional como económico para poder realizar y finalizar mis estudios universitarios.

A mi hermana Gabriela que me guio por el camino correcto en mis momentos más difíciles y que siempre cuidó de mí.

A mi núcleo familiar en general conformado por mis padres y mi hermana, que posteriormente se unió mi cuñado Marlon y actualmente mi pequeña sobrina Samantha, a quienes amo con toda mi alma y mi ser.

A mis amigos que el alma máter me dio, gracias por aguantar y tolerar mis momentos más frenéticos y a los amigos la vida me regaló.

A las personas que me han formado moral y profesionalmente y que han influido en mí.

A las experiencias de la vida en general que me han ayudado a ser el hombre y profesional que soy y que aspiro ser.

Gracias Dios, gracias Familia, los amo.

Verónica Esmeralda Cardoza Alfaro:

Primero quiero darle gracias a Dios por permitirme llegar a esta meta cumplida. A mi hijo Josué que fue una de mis inspiraciones para poder llegar hasta aquí, agradezco a mis padres por siempre estar para mí y poder brindarme mis estudios, a mis hermanas porque siempre han estado a mi lado ayudándome y apoyándome. A mis maestros por ser pieza clave y fundamental en todo este proceso, nuevamente gracias por todo.

INDICE

| | |
|-------------------------------|----|
| AGRADECIMIENTOS..... | 5 |
| RESUMEN | 8 |
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| DESARROLLO DE CONTENIDO | 10 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 23 |

RESUMEN

La saturación de anuncios publicitarios en el espacio público salvadoreño ha transformado radicalmente el paisaje urbano, especialmente en ciudades como San Salvador, Santa Tecla, Sonsonate, Santa Ana y San Miguel. Este reportaje analiza cómo la contaminación visual no solo afecta la estética de las ciudades, sino que incide negativamente en la salud mental, la movilidad peatonal y la convivencia urbana. A través de testimonios ciudadanos, opiniones de expertos en psicología y derecho, y el análisis de normativas municipales, se expone la falta de una regulación nacional uniforme que controle el crecimiento desmedido de rótulos, vallas y pantallas LED. Asimismo, se evidencia la desigualdad en la aplicación de políticas públicas, siendo el Centro Histórico de San Salvador un caso aislado donde se han establecido controles más estrictos. El reportaje también ofrece una mirada comparativa con medidas adoptadas en otras ciudades del mundo que han priorizado el bienestar colectivo sobre los intereses comerciales. Con un enfoque narrativo y periodístico, se invita al debate ciudadano sobre el uso justo y funcional del espacio público como un derecho colectivo y no como una vitrina permanente para el consumo.

Palabras clave: contaminación visual, publicidad exterior, espacio público, salud mental, urbanismo, ordenanzas municipales, Centro Histórico de San Salvador, movilidad peatonal, normativas legales, El Salvador.

INTRODUCCIÓN

La publicidad exterior forma parte del paisaje urbano salvadoreño desde hace décadas, pero su crecimiento descontrolado ha transformado las ciudades en escaparates constantes de consumo.

Vallas, mupis, rótulos luminosos y carteles políticos saturan calles, pasarelas y aceras, generando una sobreestimulación visual que afecta no solo la estética de los espacios públicos, sino también la salud mental, la movilidad y la convivencia ciudadana.

En un país donde la regulación depende de cada alcaldía, la falta de una política nacional uniforme ha dado paso a un modelo de urbanismo desigual, donde algunas zonas —como el Centro Histórico de San Salvador— aplican controles estrictos, mientras otras permanecen completamente desbordadas por la contaminación visual.

En las ciudades más pobladas de El Salvador, los anuncios comerciales han ocupado espacios pensados para el tránsito peatonal, interrumpen la visibilidad vial y alteran el entorno urbano con mensajes invasivos y constantes.

En un contexto donde los intereses económicos suelen estar por encima del derecho a un entorno saludable y accesible, este reportaje examina las causas, consecuencias y vacíos legales que permiten la proliferación de la contaminación visual.

DESARROLLO DE CONTENIDO

Publicidad invasiva en El Salvador: El impacto de la contaminación visual en la seguridad y movilidad urbana.

Por: Ariel De León y Verónica Cardoza



Pasarela convertida en valla publicitaria en el Bulevar de Los Próceres, San Salvador.
FOTO: Ariel De León.

“A veces solo quiero cerrar los ojos”

Abigail cierra los ojos durante el trayecto en el bus. No para dormir, sino para escapar. *Cada esquina, cada pared y cada poste parecen tener algo que decirle:* compra, vota, ve, hazlo. La ciudad no le da respiro. Y cuando lleva a su sobrina de cinco años a caminar, se da cuenta de que no es la única afectada. «¿*Cuándo voy a poder votar?*», le preguntó un día la pequeña, confundida por una propaganda política que dominaba una cuadra entera. No sabe leer, pero ya recibe mensajes que no entiende.

Abigail tiene 24 años y viaja todos los días desde el distrito de Olocuilta, en el municipio de La Paz Oeste, hasta San Salvador Centro. Aunque trabaja en la ciudad, siente que no pertenece del todo a ella. “Durante los traslados en *coaster*, no logro descansar. ***Estoy en un constante estado de alerta.*** A veces cierro los ojos, pero no para dormir, sino ***para evitar el bombardeo visual.***”

Esta situación, aparentemente cotidiana, esconde una problemática profunda que afecta la manera en que los ciudadanos se relacionan con su entorno. **La sobreexposición a publicidad en espacios públicos ha modificado la forma en que se perciben las calles, los parques y hasta las pasarelas.** Lugares que antes podían verse como espacios de tránsito o descanso, hoy están **saturados de mensajes visuales** que compiten por la atención y alteran la experiencia urbana.



Publicidad móvil en autobuses. FOTO: Ariel De León.

Un país sin pausa: la calle como catálogo comercial

Desde hace décadas, las principales ciudades de El Salvador han sido cubiertas por vallas, rótulos, mupis, pancartas y letreros luminosos. Lo que inició como un medio para anunciar productos o campañas, hoy parece no tener límite. Aunque existen normas que prohíben obstruir señales de tránsito, **la falta de fiscalización ha convertido muchas aceras y espacios públicos en pasillos de propaganda.**

Gran parte de la publicidad exterior carece de regulación efectiva y, en muchos casos, los gobiernos locales priorizan los ingresos que estas instalaciones generan sobre el ordenamiento visual del territorio. **Esto refleja una desconexión entre las ordenanzas municipales y una política nacional coordinada que garantice el derecho a un espacio público armónico y funcional.**



Entrada a Santa Ana con excesiva contaminación visual de hasta tres pantallas LED. VÍDEO: Verónica Cardoza. (Captura de pantalla del vídeo).

El oasis selectivo del Centro Histórico

Curiosamente, el Centro Histórico de San Salvador ha sido una excepción en esta tendencia. Desde el lanzamiento de su plan de revitalización en 2022, los anuncios publicitarios fueron retirados como parte de una apuesta estética que prioriza la limpieza visual y la conservación del entorno patrimonial.

Según la [Ordenanza Municipal para la Conservación del Centro Histórico](#), gestionada por la Autoridad de Planificación del Centro Histórico (APLAN), este tipo de medidas busca *“preservar la armonía visual del espacio público”*.

Esta política no se replica en el resto de la ciudad ni en otros municipios del país, generando un modelo de urbanismo desigual. De hecho, en ciudades como San Miguel, Santa Ana, Sonsonate y Santa Tecla no tienen fiscalización activa del uso publicitario del espacio público. En estos municipios, aunque existen ordenanzas, **no se aplican sanciones sistemáticas ni existe una autoridad autónoma como APLAN.**



Centro Histórico de San Salvador sin contaminación visual de vallas publicitarias. FOTO: CAMARO27 / Flickr.

Una ciudad que desgasta

La psicóloga Silvia Hernández advierte que el exceso de estímulos visuales puede tener consecuencias psicológicas:

“Hay un punto en el que el ser humano deja de captar o enfocar porque es excesivo. No ves los anuncios, te molestan. Si estás estresado, te generan rechazo.”

Hernández señala que incluso si los mensajes dejan de percibirse conscientemente, el cerebro continúa procesándolos. Esta saturación afecta especialmente a quienes, como Abigail, dependen del transporte público o caminan largas distancias. *“El espacio público ya no se siente como un lugar de descanso. Está lleno de carteles, de mensajes. Pierde su función social y emocional”*, explica la especialista.

Respecto al impacto en los más jóvenes, Hernández es clara: *“Los niños y adolescentes están en una etapa de construcción de identidad. Absorben los mensajes como patrones a seguir. Y aunque no entiendan todo, sí se ven influenciados por lo que ven y escuchan”*.

A la carga psicológica se suma una afectación física: **la obstrucción de espacios peatonales por publicidad.** Ya sea en forma de vallas que sobresalen de las veredas, mupis mal colocados o pancartas que cuelgan sobre pasos peatonales, estas estructuras limitan el tránsito seguro, especialmente para personas mayores o con discapacidad.



Entrada a San Salvador saturada de vallas publicitarias. FOTO: Ariel De León.

La normativa que no alcanza

Actualmente, la regulación de la publicidad exterior en El Salvador recae principalmente en las alcaldías municipales. Según el abogado Hugo García Pashaca, *“dicha regulación consiste en establecer normas sobre la ubicación, instalación y características de rótulos, vallas o cualquier otro elemento de carácter publicitario, a través de ordenanzas municipales avaladas por el Consejo Municipal”*.

Estas ordenanzas determinan aspectos técnicos como la altura, dimensiones y materiales permitidos, así como zonas donde se prohíbe la instalación de anuncios. Además, regulan los permisos y licencias requeridos para colocar publicidad, y establecen sanciones como multas, retiro de rótulos o incluso la revocación de permisos en casos de reincidencia.

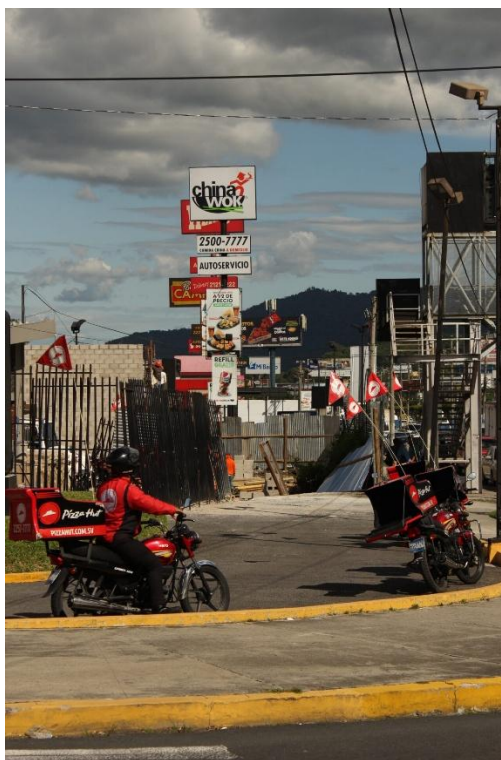
Sin embargo, Pashaca advierte que el principal vacío legal es la **falta de uniformidad** entre los municipios:

“No existe una regulación pareja para todo el territorio de El Salvador, sino que depende de los ánimos de los Consejos Municipales”.

En el caso de San Salvador, la alcaldía ha mostrado mayor iniciativa. “*Sí aplican sanciones por publicidad sin permisos, e incluso se ha visto un retiro masivo de anuncios que no cumplieran con la ordenanza*”, explica el abogado. Pero fuera de la capital, la aplicación de sanciones es mucho más limitada o incluso inexistente.

Por su parte, la [Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial](#) prohíbe la instalación de anuncios que interfieran con señales de tránsito o representen un peligro para conductores y peatones. Y la Ordenanza del Centro Histórico, gestionada por APLAN, establece restricciones específicas para proteger el entorno patrimonial.

Aun así, fuera de ese oasis urbano, **no existe una legislación nacional especializada** que regule la publicidad exterior de manera integrada, con enfoque urbano y perspectiva ciudadana. La mayoría de alcaldías continúan viendo los espacios públicos más como oportunidades de ingreso económico que como entornos comunitarios para el bienestar colectivo.



Paisaje urbano contaminado por rótulos comerciales. FOTO: Ariel De León.

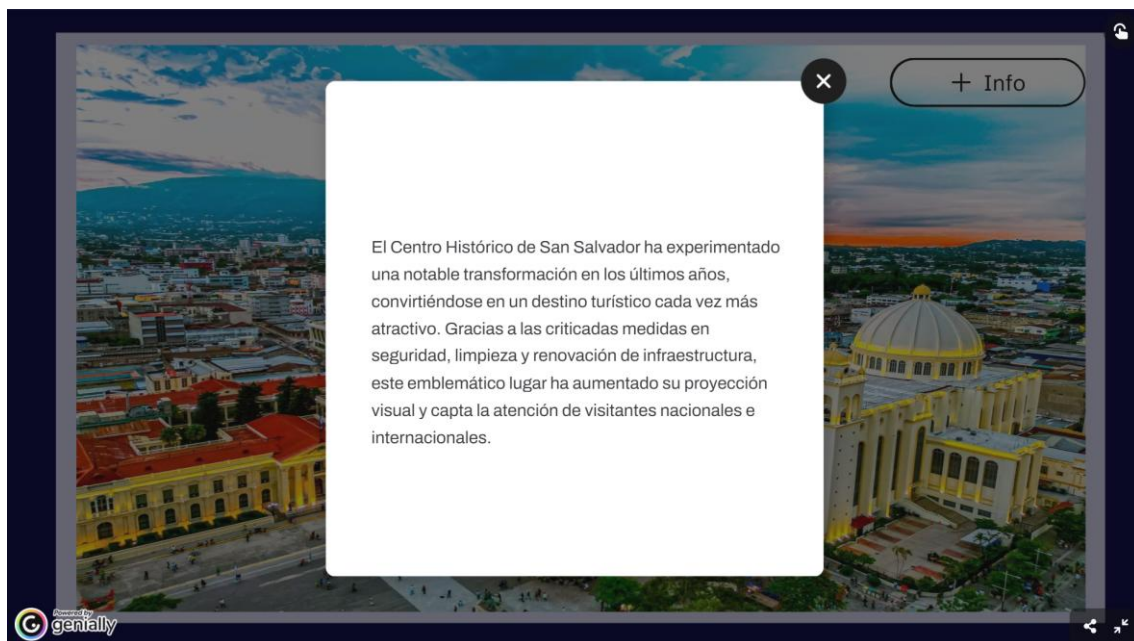
Contaminación Lumínica

Actualmente, las ordenanzas municipales de las principales ciudades de El Salvador, como San Salvador, San Miguel, Santa Ana, Santa Tecla y Sonsonate, no especifican límites de luminosidad en lúmenes para las pantallas LED publicitarias. Estas regulaciones se centran principalmente en aspectos como ubicación, dimensiones, materiales y permisos de instalación de los anuncios.

Sin embargo, en otras ciudades de América Latina y Europa, se han implementado normativas específicas para controlar la luminosidad de las pantallas LED, con el objetivo de reducir la contaminación lumínica y sus efectos en la salud pública. Por ejemplo:

- **Asunción, Paraguay:** La Ordenanza N.º 121/17 establece límites de emisión de flujo radiante para prevenir la polución lumínica en la vía pública.
- **Chile:** Una nueva norma lumínica obliga a apagar las pantallas publicitarias desde la medianoche hasta las 7:00 a.m., para disminuir impactos negativos en la salud, como la afectación del sueño.

Estas medidas podrían servir como referencia para que las municipalidades salvadoreñas consideren la inclusión de regulaciones sobre la luminosidad de las pantallas LED en sus ordenanzas, con el fin de mitigar la contaminación visual y lumínica en las ciudades.



Captura de pantalla recurso multimedia interactivo. Realizado por: Verónica Cardoza.

¿Por qué en el Centro Histórico sí funciona y en el resto del país no?

El éxito del Centro Histórico de San Salvador en la regulación de la publicidad exterior se debe a una combinación de factores:

- **Voluntad política:** La administración municipal ha priorizado la revitalización del centro como un proyecto emblemático.
- **Marco legal específico:** La existencia de una ordenanza clara y específica para el Centro Histórico ha facilitado la implementación de medidas.
- **Supervisión y fiscalización:** La creación de la Autoridad de Planificación del Centro Histórico (APLAN) ha permitido una supervisión constante y especializada.

En contraste, otras zonas del país carecen de estos elementos, lo que dificulta la aplicación efectiva de regulaciones y permite la proliferación descontrolada de anuncios publicitarios.



Captura de pantalla recurso multimedia interactivo. Realizado por: Verónica Cardoza.

¿Qué hacen otros países?

Varios países han adoptado medidas para controlar la saturación de publicidad en espacios públicos:

- **Países Bajos:** La ciudad de La Haya prohibió en 2025 la publicidad de productos derivados de combustibles fósiles en espacios públicos, buscando reducir la huella ecológica y promover un entorno urbano más limpio.
- **Reino Unido:** La publicidad está regulada por la Ley de Ordenación del Territorio (1990) y el Reglamento de Control de la Publicidad (2007). Las autoridades locales son responsables de controlar la publicidad exterior.

Ciudades sin Contaminación Visual.



*Faro,
Portugal.*

*Estocolmo,
Suecia.*



*Madrid,
España.*

*Lisboa,
Portugal.*



...



*Reykjavik,
Islandia*



...

*Puebla,
México.*



...



*Santiago,
Chile.*



Presentación fotográfica de ciudades en el mundo sin contaminación visual, realizada por: Verónica Cardoza.

Una ciudad para mirar o para cerrar los ojos

Lo que Abigail experimenta cada día no es una casualidad. Es el resultado de decisiones –o la ausencia de ellas– sobre cómo se habita el espacio público. La contaminación visual ha dejado de ser un tema estético para convertirse en un asunto de salud, seguridad y convivencia.

Mientras en el Centro Histórico de San Salvador se han implementado esfuerzos visibles por ordenar y reducir la publicidad exterior, otras ciudades del país continúan acumulando anuncios sin mayor control. Esta disparidad ha generado cuestionamientos sobre la efectividad y alcance de las normativas municipales.

El crecimiento desmedido de rótulos, vallas y pantallas digitales no solo transforma el paisaje urbano, sino que también plantea interrogantes sobre su impacto en la salud visual, la seguridad vial y el derecho a una ciudad ordenada.

La ausencia de mecanismos de fiscalización efectivos, sumada al desconocimiento de la población sobre estas regulaciones, ha convertido la contaminación visual en un problema silencioso. La falta de denuncias y el limitado debate público al respecto podrían estar perpetuando una situación que afecta directamente la calidad de vida en los entornos urbanos más transitados del país.

“Yo solo quiero caminar tranquila... pero la ciudad no me deja. Es como si siempre estuviera tratando de venderme algo”, dice Abigail mientras observa un nuevo anuncio instalado en una pasarela, lleno de luces LED.

La historia de Abigail podría ser la de miles. Una generación que transita, vive y crece en medio de mensajes que no pidió y que, muchas veces, ni siquiera puede evitar.

PUBLICIDAD INVASIVA EN EL SALVADOR

EL IMPACTO DE LA CONTAMINACIÓN VISUAL EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS

LA PROLIFERACIÓN DE ANUNCIOS

Vallas, rótulos y pancartas cubren gran parte de espacios públicos urbanos, sin una regulación efectiva por parte de las alcaldías municipales.



CONSECUENCIAS

- Saturación visual que desgasta psicológicamente
- Obstáculos para peatones y personas con discapacidad



EL MARCO REGULATORIO

- Ordenanzas municipales dispersas sin aplicación uniforme en el país
- Países Bajos y Reino Unido han adoptado medidas para restringir estos anuncios



Infografía: Verónica Cardoza.

BIBLIOGRAFÍA

- Ordenanza Municipal para la Conservación del Centro Histórico. (1996)
<https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/2/1990-1999/1996/12/88E43.PDF>
- Ley de Transporte Terrestre y Seguridad Vial. (1995)
<https://observatoriovial.fonat.gob.sv/wp-content/uploads/2021/08/LEY-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TR%C3%81NSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>
- Código Municipal de El Salvador. (2002)
https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072904385_archivo_documento_legislativo.pdf
- Autoridad de Planificación del Centro Histórico de San Salvador. (2023)
<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/aplan>,
<https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/2/2020-2029/2023/09/FB6C9.PDF>
- El Diario de Hoy (2025). <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/alcaldia-define-tasas-de-licencias-funcionamiento/1194604/2025/>
- El Diario de Hoy (2023).
<https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/sonsonate-alcaldia-municipal-de-publicidad-contaminacion-/1038413/2023/>
- El Diario de Hoy (2022).
<https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/sonsonate-alcaldia/970286/2022/>
- Gobierno de Asunción, Paraguay (2017). <https://www.asuncion.gov.py/wp-content/uploads/2017/12/ORD-2017-121.pdf>
- Cooperativa, Chile (2023).
<https://cooperativa.cl/noticias/pais/medioambiente/contaminacion/nueva-norma-luminica-prohibe-pantallas-publicitarias-encendidas-en-las/2023-10-19/173445.html>
- Remedia.bio, México (2025). <https://remedia.bio/index.php/2025/01/02/la-haya-primer-ciudad-en-el-mundo-en-prohibir-anuncios-de-la-industria-fosil/#:~:text=A%20partir%20del%20inicio%20del%202025%2C%20en,verse%20en%20esta%20ciudad%2C%20con%20una%20poblaci%C3%B3n>

- CITEGO, Francia (2017). https://www.citego.org/bdf_fiche-document-2740_es.html#:~:text=Reino%20Unido:,protegidos%20en%20t%C3%A9rminos%20de%20publicidad.
- Silvia Hernández – Psicóloga.
- Hugo García Pashaca – Abogado.
- Abigail Villeda – Ciudadana afectada (personaje eje del reportaje).