



DCLE		<h1>PRIMERO RIO NEGRO</h1> <p>"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</p>
------	--	---

24 JUN 2024

PROYECTO DE ORDENANZA N° 118/24

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: PROTOCOLO PARA LA TRANSPARENCIA Y REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL.

ANTECEDENTES:

Constitución Nacional.

Ley Provincial Rio Negro n° 4391 - Reglamenta la planificación, coordinación y autorización de espacios informativos o publicitarios por parte del Poder Ejecutivo Provincial.

Ley Nacional 26522: Ley de servicio de comunicación audiovisual.

Decreto PEN 904/2010: Establece Registro Público de señales, reglamentario de la Ley 26522.

Resolución AFSCA 630/2010 y 1328/2012: Registro Público de Agencias de Publicidad.

Resoluciones AFSCA 01, 02 y 03/2009; Resolución AFSCA 0175/2010: Dispone el relevamiento obligatorio de las licencias, autorizaciones, permisos precarios y provisorios. Plazos a servicios de comunicación audiovisual. Ordenamiento de los servicios de televisión de baja potencia. Plazos y sus prórrogas.

Ordenanza 257-C-89: Régimen de Contrataciones y Servicios Públicos.

Ordenanza 4125/12: Crea el Régimen Municipal de Regulación de la Publicidad Oficial. Venado Tuerto.

Ordenanza Publicidad Oficial de la ciudad de Bahía Blanca.

Ordenanza 2636-CM-15 - Regulación pauta publicitaria oficial.



DCLE		<h1>PRIMERO RIO NEGRO</h1> <p>"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</p>
------	--	---

Resolución 1005-2009 de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche.

Proyecto de Ley - Regulación de la Publicidad y Comunicación Oficial de todo el Sector Público.

FUNDAMENTOS

La siguiente ordenanza viene a complementar el funcionamiento de la ordenanza vigente 2636-CM-15 y garantizar el buen uso de los fondos públicos en relación al cumplimiento del gobierno municipal, en alusión al control tripartito del estado el cual garantiza el control mutuo del ejercicio de los poderes del estado.

El gobierno municipal está obligado a difundir sus actos de gobierno mediante el presupuesto con ese fin asignado, que incluye eventos como por ejemplo: informar a los ciudadanos sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes para el funcionamiento de las instituciones públicas, de las condiciones de acceso y uso de los espacio y servicios públicos, programas, licitaciones públicas, campañas de vacunación, obligaciones impositivas, recomendaciones ante emergencias, prestaciones a grupos vulnerables como jubilados o personas con discapacidad, etc.

Que para garantizar la libertad de prensa de los medios las cuales deben ser contratadas en base a estándares objetivos, para que puedan ser contratada la pauta oficial de manera transparente, objetiva y auditable con recursos públicos como hace referencia la ordenanza vigente antes citada.

AUTOR: Facundo Villalba

COLABORADORA: Renata

Toledo INICIATIVA:



DCLE		<h1>PRIMERO RIO NEGRO</h1> <p>"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</p>
------	--	---

El proyecto original N.º / fue aprobado en la sesión del día de de 2024, según consta en el Acta N.º /. Por ello, en ejercicio de las atribuciones que le otorga el Art. 38 de la Carta Orgánica Municipal,

**EL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN CARLOS DE
BARILOCHE SANCIONA CON CARÁCTER DE**

ORDENANZA

Art. 1º) La presente ordenanza tiene por finalidad regular la producción, el contenido, el gasto, la contratación y la asignación de publicidad oficial del gobierno municipal. Así como establecer mecanismos de control con el fin de garantizar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a tales fines.

Art. 2º) Se deberá incluir una frase claramente perceptible que indique que ese espacio publicitario está siendo pagado con fondos del estado municipal.

Art. 3º) Se deberá presentar al menos semestralmente con antelación a su publicación al concejo deliberante la propuesta fundamentada de la grilla específica del gasto con desglose del medio de comunicación y publicaciones, para ser sometido a su aprobación. El cual deberá detallarse en:

- a) El objetivo, descripción y fundamento que justifique la campaña.
- b) Organismos, entidades solicitantes y afectadas.
- c) Destinatarios del mensaje.
- d) Temática y duración de cada campaña.
- e) Costo de diseño y producción.
- f) Presupuesto de difusión.
- g) Oportunidad y periodo en cada caso.
- h) En caso que la publicidad no se hubiera contratado en forma directa con el medio, deberá presentarse el nombre y domicilio de la agencia o agente de publicidad por cuyo intermedio se hayan



DCLE		<p style="text-align: center;">PRIMERO RIO NEGRO</p> <p style="text-align: center;"><small>"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</small></p>
------	--	--

cursado las respectivas órdenes de emisión, publicación o similares, medio en el que fue emitida y demás ítems mencionados en este artículo.

Art. 4º) Los criterios que se deberán tener en cuenta al momento de ser evaluados por el concejo deliberante los informes emitidos para su aprobación:

- a) Derechos de los ciudadanos: se debe tener presente la finalidad de ser un medio de comunicación con los distintos sectores sociales de la población, a los efectos de informar sobre las políticas públicas y los servicios que se brindan. Para ello se debe respetar, proteger y garantizar el ejercicio de los derechos de los beneficiarios de los servicios, garantizando el acceso a la información a los ciudadanos.
- b) Transparencia: a fin de evitar la arbitrariedad y facilitar el control debe garantizarse la transparencia y el fácil acceso a toda la información relacionada con la utilización de los recursos públicos destinados a la publicidad oficial.
- c) Fomento de la pluralidad de voces: la publicidad oficial debe asignarse entre los medios de comunicación respetando su pluralidad mediante criterios equitativos. La asignación de la publicidad oficial no debe afectar la independencia de los medios de comunicación y el ejercicio de las libertades de información, opinión, expresión y difusión, evitando beneficios o marginaciones fundadas en razones ideológicas, políticas y/o partidarias. Se deberá atender al respeto y fomento de la pluralidad considerando las necesidades específicas de los distintos sectores sociales.
- d) Razonabilidad de la inversión: debe existir una proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido.
- e) Claridad del mensaje: la publicidad oficial debe ser realizada en un lenguaje accesible, de fácil comprensión para la población objetivo.
- f) Eficacia y eficiencia: la publicidad oficial debe alcanzar los objetivos propuestos al menor costo posible.

DCLE		<h1>PRIMERO RIO NEGRO</h1> <p>"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</p>
------	--	---

g) **Accesibilidad:** se procurará el más completo acceso de la información a las personas pertenecientes a las minorías en situación de vulnerabilidad, teniendo en cuenta sus necesidades específicas para cada una de ellas.

Art. 5º) La publicidad oficial cuenta con las siguientes limitaciones de contenido:

- a) Incluir imagen y/o cualquier elemento identificable de personas físicas en el sector público municipal.
- b) Incluir frases, ideas, símbolos, logos, imágenes y/o cualquier otro elemento identificable o que denote a confusión con partidos, agrupaciones políticas u organizaciones sociales.
- c) Tener como finalidad influir en la decisión electoral de la población, ni fomentar la imagen positiva de cualquier funcionario público o del partido o sector gobernante, o la impresión negativa de una persona, sector, organización, agrupación o partido político, ni destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los funcionarios actuantes.
- d) Realizarse en eventos, publicaciones o actividades cuyo objetivo sea la promoción de sustancias psicoactivas, tales como el alcohol, los psicofármacos, las bebidas energizantes y el tabaco.
- e) Incitar, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.
- f) Promover, difundir o favorecer, por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, a la discriminación, exclusión o diferencia por motivos de religión, etnia, nacionalidad, ideología, opinión política, filosófica o gremial, sexo, género, orientación sexual, posición económica, grado de instrucción, caracteres físicos o cualquier otra condición social.
- g) ~~Ser utilizada para desprestigiar a personas o instituciones.~~
- h) Contener manifestaciones que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder del Estado, Gobernación provincial o municipal.



DCLE		<h1 style="text-align: center;">PRIMERO RIO NEGRO</h1> <p style="text-align: center;">"Donar órganos, tejidos y sangre, es Donar Vida" (Ordenanza 1421-CM-04)</p>
------	--	---

- i) Contener información que sea engañosa, no pudiendo inducir a error a sus destinatarios; ni debe tener contenidos de carácter subliminal y/o encubiertos.
- j) Ser utilizada para fines distintos de la comunicación legítima, de estricto carácter fáctico.

Art. 6º) Se tendrá como finalidad además de los términos del artículo 2º de la ordenanza n° 2636-CM-15:

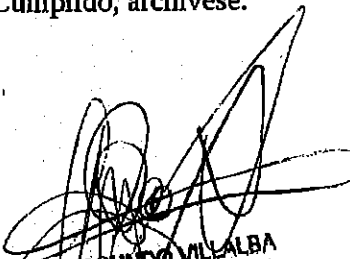
- a) Apoyar a sectores económicos locales en la promoción de la comercialización y atracción de inversiones.
- b) Difundir y promocionar el patrimonio histórico, cultural y natural del municipio de San Carlos de Bariloche.
- c) Otorgar transparencia y control a la asignación de fondos públicos.

Art. 7º) Se deberá publicar en el sitio web oficial del municipio:

- a) El informe anual de ejecución.
- b) Las contrataciones de publicidad de acuerdo a las ordenanzas vigentes.

Art. 8º) Quedan excluidas de la aplicación de la siguiente norma la publicación de textos ordenada por disposiciones normativas, actos administrativos o judiciales que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

Art. 9º) Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Cumplido, archívese.


LIC. FACUNDO VILLALBA
Concejo Municipal - Bloque Primero Río Negro
Municipalidad de San Carlos de Bariloche