



Concejo Municipal

Municipalidad de San Carlos de Bariloche

24 JUN 2014 PROYECTO DE ORDENANZA N° -14

6 0 4 - 1 4

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: REGULACIÓN PAUTA OFICIAL

ANTECEDENTES

Ordenanza N° 4125/12. Crea el Régimen Municipal de Regulación de la Publicidad Oficial. Venado Tuerto.
Ordenanza Publicidad Oficial de la Ciudad de Bahía Blanca.
Resolución N° 1005-2009 de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche.

FUNDAMENTACIÓN

La publicidad oficial debe ser sin duda un instrumento que brinde información acerca de la gestión y administración municipal dirigida a los ciudadanos. Por ello, es sustancial establecer mecanismos de asignación para los fondos correspondientes al gasto orientado a este tipo de recurso.

La presente iniciativa intenta poder transparentar los mecanismos asignados en la distribución de la pauta oficial.

Se entiende aquí a la publicidad oficial como la publicación en medios de difusión radial, gráficos, televisivos y de páginas webs de las propagandas correspondientes a la publicidad de actos de gobierno, de publicidad institucional, publicidad de bienes y servicios originados por el estado municipal y sus entes autárquicos. Corresponde este tipo de reglamentación la publicidad originada y producida por los tres Departamentos del Estado Municipal.

La difusión de la publicidad oficial deberá basarse en el respeto por la veracidad, la transparencia y el libre acceso a la información pública. A su vez, debe asegurar el acceso libre y equitativo de las oportunidades para resguardar la libertad de expresión.

La publicidad oficial deberá informar la gestión, producción y labor de las autoridades, funcionarios y administraciones.

Con el objeto de poder establecer un parámetro de igualdad se creará un Registro de Medios Locales, aquí deberán inscribirse todos los medios interesados en difundir la publicidad oficial.

Será esencial poder fomentar la austeridad en la administración del gasto público y publicidad de los actos de gobierno.

Por un parte, se conformara una comisión asesora permanente, la cual estará integrada por representantes de medios, asociaciones y gremios vinculados a la actividad que se reglamenta con el objeto de formular en forma permanente propuestas vinculadas a la presente ordenanza. Ello con el afán de generar alternativas que en forma sistemática colaboren con el objetivo principal cual es la transparencia y equidad en la distribución de la pauta pública.

De esta manera proponemos una metodología que regule de forma transparente y equitativa del principal canal de comunicación entre el vecino y las autoridades.

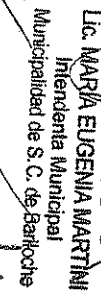


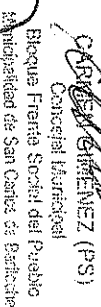
Concejo Municipal

Municipalidad de San Carlos de Bariloche

Autores: Intendente municipal MARIA EUGENIA MARTINI, CONCEJALES LEANDRO LESCANO, CARMEN GIMENEZ (AFSP) Y EDITH GARRO, ALEJANDRO RAMOS MEJIA Y RAMON CHIOCCONI (FPV-PJ)


Lic. MARIA EUGENIA MARTINI
Intendencia Municipal
Municipalidad de S.C. de Bariloche


CARMEN GIMENEZ (PS)
Consejal Municipal
Bloque Frente Social del Pueblo
Municipalidad de San Carlos de Bariloche


CARMEN GIMENEZ (PS)
Consejal Municipal
Bloque Frente Social del Pueblo
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

Colaboradores: JULIA FERNANDEZ, FRANCISCO POPPE Y JUAN CARLOS JAILL, AWALIA WOODS JOKIC.

El proyecto original N°..... -2014, con las modificaciones introducidas, fue aprobado en la sesión del día de ... de 2014, según consta en el Acta N° .../14. Por ello, en ejercicio de las atribuciones que le otorga el artículo 38 de la Carta Orgánica Municipal,

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

Artículo 1º: La publicidad oficial es un canal de comunicación entre el Estado Municipal y los vecinos, a través de la publicación en medios de difusión gráficos, televisivos, radiales y de páginas web, que contengan las siguientes características : de los actos de gobierno (de los tres Departamentos del Estado Municipal), de publicidad institucional, campañas de concientización, de la publicidad de bienes y servicios tanto del Estado Municipal como de sus entes autárquicos descentralizados.

Artículo 2º: La publicidad oficial tendrá la finalidad de: informar sobre la gestión del gobierno, la tarea y acciones del las autoridades y funcionarios públicos, comunicar fehacientemente las políticas públicas, programas o campañas de interés general y los bienes y servicios producidos por el Estado Municipal o sus Entes Autárquicos, o descentralizados.

Artículo 3º: La adjudicación de la publicidad oficial deberá basarse en el principio de difusión de información de carácter de interés general, de razonabilidad, transparencia, veracidad, accesibilidad, igualdad y diversidad social y cultural; asegurando el acceso plural a los diferentes medios de comunicación. Siempre en el marco del libre acceso a la información pública y la austeridad de la administración de la inversión pública y publicidad de los actos de gobierno.

Artículo 4º: Se crea el Registro Municipal de Medios de Comunicación (RMMC), en el ámbito de la Dirección de Comunicación Institucional, en el cual deberán inscribirse todos los medios de difusión que estén interesados en emitir publicidad oficial. El plazo de inscripción será del 1



Concejo Municipal

Municipalidad de San Carlos de Bariloche

al 15 de Diciembre y del 1 al 15 de Junio de cada año. El llamado y la posterior inscripción serán reglamentadas asegurando la accesibilidad.

Artículo 5º: Los medios de comunicación interesados en contratar con el Estado Municipal deberán encontrarse habilitados para sus funciones por las normativas específicas que las regulen, y cumplir con las siguientes disposiciones:

- Presentación de inscripción en Administración Federal de Ingresos Públicos y regularidad fiscal;
 - Presentación de inscripción en Agencia de Recaudación Tributaria y regularidad fiscal,
 - Libre deuda del medio/producción y titular con el municipio,
 - cantidad y datos de sus empleados.
 - Dirección donde efectuar las comunicaciones entre las partes.
- Además deberán presentar una grilla de programación, y cuadro tarifario actualizado. Las producciones independientes deberán presentar idéntica documentación a los medios donde salgan al aire sus programas o publiquen sus suplementos.

Artículo 6º: Una vez finalizada la inscripción en el Registro Municipal de Medios de Comunicación y posteriormente a la evaluación en forma debidamente fundada se asignará la pauta.

Artículo 7º: La asignación de la pauta oficial se fundará en los siguientes criterios, los cuales se enuncian sin tener un orden de prevalencia, a saber:

- a) Medios o programas de exclusiva realización y producción local.
- b) Programas con un proyecto cultural, social y turístico, vinculados con la ciudad.
- c) Programas y medios de mayor audiencia o tiraje.
- d) Medios, programas o producciones independientes que posean un mínimo de un (1) año de publicación o salida al aire ininterrumpida del producto que postula.
- e) Vinculación de la temática a comunicar con destinatarios específicos.

Artículo 8º: Los organismos y dependencias municipales podrán licitar publicidad en medios provinciales y nacionales cuando excepcionalmente las circunstancias lo exijan. Quedan exceptuados de la presente las publicaciones que conforme normativa vigente resulte imperioso publicar en estos medios.

Artículo 9º: La equitativa distribución de la pauta oficial del municipio deberá basarse en una metodología de sondeos de opinión pública y de técnicas cualitativas y cuantitativas anuales para determinar los niveles de audiencia de los medios y su composición.

Artículo 10º: Los Departamentos del estado municipal se encuentran impedidos de contratar pauta oficial en aquellos medios/programas que atenten contra los valores de la democracia, el buen nombre y honor de las personas; o contengan mensajes discriminatorios y racistas o, cuando el medio de comunicación incurra en un acto discriminatorio por motivos tales como raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, género, orientación sexual, posición económica, condición social o caracteres físicos, circunstancias que deben ser comprobadas por la justicia u organismo competente.



Concejo Municipal

Municipalidad de San Carlos de Bariloche

El Estado podrá frente a un acto discriminatorio, aislado y no doloso, no encuadrado claramente en la ley nacional n° 23.592 (Ley Nacional de Actos Discriminatorios), disponer el no levantamiento de la pauta si frente a la solicitud estamental el medio de comunicación se retractara públicamente del acto eventualmente discriminatorio mediando la disculpa por un medio fehaciente de la persona o colectivo afectado.

Artículo 11°: A los fines de evitar su indebida utilización en épocas electorales, no se podrá emitir publicidad oficial que informe los actos de gobierno quince días antes del sufragio. En éste periodo sólo se podrá publicar mensajes vinculados a campañas de prevención, concientización o aquellos impuestos por obligación legal de informar.

Artículo 12°: El Departamento Ejecutivo deberá convocar a representantes de todos los medios, asociaciones y gremios vinculados a la actividad que se reglamenta por esta ordenanza con el fin de constituir una Comisión Asesora Permanente que dictará su propio reglamento y tendrá por objeto realizar propuestas vinculadas a la presente ordenanza.

Artículo 13°: Los contratos deberán prever las causas de rescisión por incumplimiento y/o por modificación de las circunstancias en la que los medios contratados desarrollen su gestión.

Artículo 14°: Cada uno de los Departamentos del Estado deberá elaborar en forma anual un informe que contenga:

- a) Importe utilizado en pauta oficial.
- b) Finalidad de cada una de las acciones realizadas.
- c) Medios de comunicación utilizados en la distribución de la pauta oficial.

Este informe debe ser remitido antes del 31 de diciembre al resto de los poderes y difundido públicamente.

Artículo 15°: Comuníquese. Dése a publicidad. Tómese razón. Cumplido, archívese.