"S U M A R I O"

DECRETO Nº 2495/2011: *Ordenanza Nº 13994/11, Regulación de la Publicidad Oficial del Municipio de Moron. El objeto de la presente Ordenanza es regular la producción, contenido, asignación, distribución, contratación y gastos, relativos a la publicidad oficial del Gobierno Municipal de Moron.*

*** * ***

El presente trabajo es elaborado por:

Jefatura de Gabinete

Subsecretaria de Asistencia Técnica

Departamento Boletín y Digesto Municipal

Dependiente del

Sr. Intendente Lic. Lucas Hernán Ghi

DECRETO Nº 2495/2011

Morón, 01 de Diciembre de 2011

VISTO:

La Ordenanza Nº 13994/11 sancionada por el Honorable Concejo Deliberante con fecha 24 de Noviembre del año 2011, el expediente Nº 4079-14384/11-0 D.E. – 70940/11 H.C.D. (III Cuerpos) y,

CONSIDERANDO:

Que el artículo 108º, inciso 2º de la Ley Orgánica de las Municipalidades, establece como atribución del Departamento Ejecutivo, el promulgar y publicar las disposiciones del Honorable Concejo Deliberante.

Que en virtud de lo expuesto corresponde dictar el pertinente acto administrativo.

Por ello:

EL INTENDENTE MUNICIPAL DEL PARTIDO DE MORÓN

DECRETA:

ARTICULO 1º: Promúlgase la Ordenanza Nº 13994/11, sancionada por el Honorable Concejo Deliberante en Sesión Ordinaria celebrada el día 24 de Noviembre del año 2011, cuyo Texto y Anexos en copia certificada se adjunta al presente Decreto:

…“Dada en la Sala de Sesiones del Honorable Concejo Deliberante a los veinticuatro días del mes de noviembre del año dos mil once.”

“FIRMADO: Lic. José María Ghi, Secretario del Honorable Concejo Deliberante – Don Juan Manuel Le Bas, Presidente del Honorable Concejo Deliberante.”

ARTICULO 2º: Refrendarán el presente Decreto los Secretarios de Economía y Finanzas y de Gobierno y Seguridad Ciudadana.

ARTICULO 3º: Regístrese. Comuníquese. Publíquese en el Boletín Municipal y archívese.

LIC. LUCAS HERNÁN GHI

C.P. Eduardo D. Aseff - Sr. Diego Spina

* * *

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE SANCIONA CON FUERZA DE

O R D E N A N Z A

REGULACION DE LA PUBLICIDAD OFICIAL DEL MUNICIPIO DE MORON

Disposiciones generales

Artículo 1º: Objeto. El objeto de la presente Ordenanza es regular la producción, contenido, asignación, distribución, contratación y gastos, relativos a la publicidad oficial del gobierno municipal de Morón.

Artículo 2º: Definición. A los fines de esta Ordenanza se entiende por Publicidad Oficial o publicidad gubernamental todo anuncio, aviso o comunicación, efectuado a través de cualquier medio de comunicación, contratado bajo cualquier modalidad por el gobierno municipal, con el objetivo de difundir e informar políticas públicas, programas, servicios, actos, normas, actividades, iniciativas gubernamentales, acciones de promoción de derechos y obligaciones y cualquier hecho que sea de relevancia pública, en cualquier formato y soporte. Se trata de comunicaciones contratadas con fondos públicos en medios de comunicación propiedad de terceros. Quedan exceptuadas del alcance de esta ordenanza la publicación de textos ordenados por disposiciones normativas, actos administrativos o judiciales, boletines municipales y demás información sobre actuaciones públicas que deban publicarse o difundirse por mandato legal tales como acuerdos, resoluciones, edictos, contratos, llamados a licitación o audiencia pública.

Artículo 3º: Finalidad. La presente ordenanza tiene como finalidad:

a) Transparentar y fiscalizar las relaciones entre el Departamento Ejecutivo y los medios de comunicación social en materia de publicidad oficial.
b) Garantizar la utilidad pública y la racionalidad en la distribución de la publicidad oficial.
c) Contribuir a la consolidación de un sistema de medios plural.

Artículo 4º: Principios generales. Toda publicidad oficial deberá regirse por los siguientes criterios generales:

a) Interés general y utilidad pública. La Publicidad Oficial debe ofrecer información de interés general y utilidad pública para los ciudadanos y las ciudadanas y no debe perseguir fin distinto al de lograr el bienestar general de la comunidad. Tendrá por finalidad difundir y promover el ejercicio de derechos y obligaciones por parte del Estado y la ciudadanía, difundir y comunicar acto de gobierno, programas, iniciativas, servicios, y en general, comunicar actuaciones públicas o informaciones de genuina relevancia e interés social.
b) Transparencia. A fin de evitar la discrecionalidad y facilitar el control debe garantizarse la transparencia y el fácil acceso a toda la información relacionada con el uso de los recursos públicos destinados a la publicidad oficial así como a todos los actos de gobierno.
c) Libre acceso a la información pública. Garantizar el derecho a la información de la población.
d) Razonabilidad en el gasto público. Debe existir proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido.
e) Eficacia en la comunicación. La publicidad oficial debe alcanzar los objetivos propuestos y su máxima efectividad.

f) Equidad y diversidad sociocultural. La publicidad oficial respetará la diversidad cultural y contribuirá a fomentar la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, promoviendo un tratamiento plural y equitativo, a través de la utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista. A la vez deberá incorporar la perspectiva de género, con el objetivo de generar campañas de sensibilización y contribuir a erradicar cualquier tipo de violencia que pueda ser ejercida sobre las mujeres.
g) Veracidad.
h) Igualdad de oportunidades en el acceso a la distribución.

Artículo 5º: Características. La publicidad oficial debe:

a) Ser clara y de fácil y ágil comprensión.
b) Incluir información completa, adecuada, oportuna y veraz.
c) Responder siempre a una necesidad genuina de comunicación.
d) Ser reconocible como publicidad oficial del Municipio de Morón.

Artículo 6º: Restricciones. No se podrá promover o contratar publicidad oficial que:

a) Por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, promueva, difunda o favorezca la discriminación o exclusión de personas, atente contra el respeto y la dignidad humana o sea contraria a los principios, valores, declaraciones, derechos y garantías consagrados en la Constitución Provincial, en la Constitución Nacional y en los Pactos internacionales.
b) Incite, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.
c) Por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, promueva, difunda o favorezca la discriminación, exclusión o diferencia por motivos de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política, filosófica o gremial, sexo, género, orientación sexual, posición económica, condición social, grado de instrucción o caracteres físicos.
d) Genere confusión con los símbolos o imágenes empleadas por cualquier partido político u organización social.
e) Contenga orientación partidaria a través de contenido proselitista.
f) Exhiba imágenes, voces, firmas, nombres o cualquier mensaje publicitario en el que aparezcan, sean nombrados o referidos, directa o indirectamente, funcionarios del gobierno o candidatos (o precandidatos) electorales. Utilice tipografía, símbolos, logos o estilo que induzcan a confusión con partidos políticos o agrupaciones políticas o permitan la identificación con la imagen comunicacional de los mismos.
g) Provoque el descrédito, denigración o menosprecio, directo o indirecto, de una persona física o jurídica, privada o pública.
h) Contenga información que sea falsa, engañosa, subliminal y/o encubierta.

Artículo 7º: Objetivos de la publicidad oficial. En el marco de lo establecido en la presente ordenanza, la publicidad oficial debe promover los siguientes objetivos:

a) Afianzar las instituciones democráticas y los valores, principios, derechos y garantías establecidos en la Constitución Nacional.
b) Garantizar el derecho al acceso a la información pública como pilar fundamental del estado democrático, asegurar la transparencia de los actos de gobierno e incentivar el control ciudadano de los asuntos públicos.
c) Promover el ejercicio y la defensa de los derechos humanos y de la diversidad cultural.

d) Promover el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes de los habitantes, haciendo especial hincapié en los grupos sociales vulnerables.
e) Difundir el contenido de aquellas disposiciones que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
f) Difundir políticas, programas y servicios públicos, sus condiciones de acceso y goce.
g) Informar sobre cualquier hecho o cuestión que sea necesaria, útil y de relevancia pública.
h) Promover la participación de la sociedad civil en la esfera pública.
i) Publicitar bienes y servicios prestados o producidos por el Estado.
j) Divulgar el patrimonio natural, histórico y cultural del Municipio de Morón, en pos de su defensa y conservación.
k) Preservar el medio ambiente y los derechos de usuarios y consumidores.
l) Procurar el más completo acceso a la información a las personas con cualquier tipo de discapacidad.
m) Procurar el más completo acceso a la información a las personas sordas y no videntes.

Autoridad de Aplicación

Artículo 8º: Autoridad de Aplicación. La autoridad de aplicación de la presente Ordenanza será la Secretaría de Gobierno y Seguridad Ciudadana, o el organismo que en el futuro la reemplace.

Artículo 9º: Responsabilidades. La autoridad de aplicación cuenta con las siguientes funciones y responsabilidades:

a) Centralizar y requerir la contratación de publicidad oficial por parte del Departamento Ejecutivo.
b) Coordinar la publicidad oficial de las secretarías y áreas que integran el Departamento Ejecutivo.
c) Brindar la información necesaria para el Registro de Publicidad Oficial, de acuerdo a lo establecido en la presente ordenanza.
d) Dar total cumplimiento a lo normado en la presente ordenanza.
e) Elaborar un informe de ejecución anual y elevar al Concejo Deliberante, a la Secretaría de Transparencia Institucional y Control de Gestión y a la Defensoría del Pueblo de Morón.
f) Elaborar el plan anual de publicidad oficial.
g) Gestionar, sin perjuicio de los mecanismos de asignación establecidos, ofertas, descuentos por volumen u otras herramientas de negociación, a fin de que los precios pagados por el Estado no superen los valores promedio del mercado.

Registro de Publicidad Oficial

Artículo 10º: Registro de publicidad oficial. Créase el Registro de Publicidad Oficial que estará a cargo de la Autoridad de Aplicación. El mismo contará con los siguientes datos:

a) Todas las campañas o publicidades específicas que se llevaron a cabo, sus objetivos, y descripción de las mismas.
b) Formatos utilizados.
c) Muestras de las campañas.
La Identificación de el/los Expediente/s u ordenes de compra por los que se tramitaron las contrataciones correspondientes, estarán disponibles en la Web oficial.

Artículo 11º: La Autoridad de Aplicación deberá remitir los datos especificados en el artículo precedente en forma anual al Concejo Deliberante y a la Secretaría de Transparencia Institucional y Control de Gestión y a la Defensoría del Pueblo. El plazo para presentar el informe deberá coincidir con los plazos establecidos para la presentación anual de la Rendición de Cuentas.

Carácter Público de la Información

Artículo 12º: Acceso a la Información. Toda persona podrá acceder a tal información en forma gratuita, mediante el procedimiento correspondiente para el libre acceso a la totalidad de la información pública del Municipio.

Artículo 13º: El Departamento Ejecutivo publicará y mantendrá actualizado en su sitio de Internet el Registro de Publicidad Oficial establecido en el artículo 10º de la presente ordenanza. Asimismo, se publicarán las contrataciones de publicidad oficial en el portal Morón Compra.

Planificación

Artículo 14º: Planificación. La Autoridad de Aplicación elaborará anualmente un Plan Anual de Publicidad Oficial, que será presentado a la Secretaría de Transparencia Institucional y Control de Gestión o al organismo que en el futuro la reemplace, al Concejo Deliberante de Morón y a la Defensoría del Pueblo de Morón. Para la elaboración del plan, tendrá en cuenta todas las propuestas y necesidades de todas las secretarías y áreas del Departamento Ejecutivo para integrarlos en una propuesta comunicacional única. En sus aspectos generales el plan anual deberá contener una descripción de los principales ejes, estrategias y objetivos planteados por el conjunto de la propuesta comunicacional. Podrá también implementarse a través de planificaciones periódicas (trimestrales o semestrales).

En sus aspectos específicos, el Plan de Publicidad Oficial deberá contener una descripción desagregada de las campañas publicitarias planificadas, especificando para cada una de ellas los objetivos comunicacionales planteados y su justificación y la propuesta y justificación de los potenciales medios, soportes y formatos que mejor garanticen el acceso y la difusión de la información, de acuerdo a los objetivos planteados y al público destinatario. El plazo para presentar el plan anual vence el 30 de abril de cada año.

Artículo 15º: Publicidad no prevista en el Plan Anual de Publicidad Oficial. La Autoridad de Aplicación reservará el quince por ciento (15%) del monto total que la ordenanza de Presupuesto le asigna a la publicidad oficial para llevar a cabo campañas no previstas en el Plan Anual de Publicidad Oficial. La utilización de dichos fondos deberá rendirse al presentarse el informe anual. Estas campañas de publicidad oficial, difundidas de manera emergente o inmediata ante una coyuntura determinada, deberán ajustarse en todos los casos a lo dispuesto en la presente ordenanza. Si no se utilizan estos fondos serán reasignados a las campañas ya existentes.

De la contratación, distribución y criterios de asignación

Artículo 16º: Asignación presupuestaria. El Departamento Ejecutivo podrá destinar anualmente en publicidad oficial como máximo el 2,5% de los recursos municipales de libre disponibilidad del Presupuesto del Municipio de Morón.

Artículo 17º: Situaciones de emergencia. En casos de situaciones de emergencia declaradas por el Departamento Ejecutivo, de catástrofes naturales,

de alteraciones al orden social, al normal funcionamiento de los servicios públicos, situaciones que afecten la salud pública, que requieran acciones urgentes por parte del Departamento Ejecutivo y que obliguen a su amplia e inmediata difusión, se autorizará el exceso del porcentaje dispuesto en el artículo precedente, sin perjuicio de la Ordenanza Presupuestaria y la normativa de aplicación. Una vez superada la situación de emergencia la autoridad de aplicación deberá detallar en el informe semestral las causas que justificaron tal decisión, los gastos y se deberá cumplir con todos los requisitos dispuestos en la presente ordenanza, incluyendo su inclusión en el Registro de Publicidad Oficial. En todo caso estas campañas deberán cumplir con los criterios establecidos en los artículos 4º, 5º, 6º, 7º y 8º de la presente ordenanza.

Artículo 18º: Distribución equitativa. El Municipio de Morón distribuirá equitativamente la contratación de avisos de Publicidad Oficial entre los distintos medios de comunicación respetando la pluralidad de medios y evitando marginaciones o prejuicios fundados en razones ideológicas, políticas y/o partidarias. La pauta oficial será asignada en forma equitativa entre los medios de comunicación que reúnan similares características en función de la campaña de la que se trate, conforme al artículo 24º, incisos a), b), c), d).

Artículo 19º: Definición de criterios claros, transparentes, objetivos y no discriminatorios. La asignación de publicidad oficial se basa en la definición previa y pública de criterios que, en su conjunto, optimicen la efectividad del mensaje, garanticen la equidad en las posibilidades de acceso de los medios de comunicación a la pauta oficial y fomenten la racionalidad en el uso de los fondos públicos de acuerdo a lo presupuestado.

Artículo 20º: Criterios de asignación. La Autoridad de Aplicación distribuirá la Publicidad Oficial teniendo en cuenta la pluralidad de medios, con criterios equitativos de selección y distribución.

Artículo 21º: Distribución en medios locales. Con el objeto de fomentar la presencia de la publicidad oficial en medios locales considerando a la publicidad oficial también como un aporte a la promoción de la comunicación social local y comunitaria, la distribución de la publicidad también deberá contemplar su aplicación en medios locales y vecinales y producciones locales independientes que respondan a necesidades de interés público y que generen información local con producción propia de contenidos. La Autoridad de Aplicación deberá prever que las campañas del Departamento Ejecutivo tengan siempre presencia relevante en medios de alcance local.

Se priorizarán los medios gráficos que garanticen 12 ediciones por año; las radios, 4 horas de producción propia de información diaria; los canales, 2 horas de información propia diaria, y los medios digitales renovar la información al menos una vez cada quince días. Quedan exceptuados de este criterio las publicaciones y producciones especiales y únicas de organizaciones sin fines de lucro.

Artículo 22º: Fomento de la diversidad. Con el objeto de fomentar el pluralismo informativo y la diversidad de voces, la Autoridad de Aplicación destinará anualmente un porcentaje del cuatro (4) por ciento como mínimo garantizado del presupuesto total previsto para publicidad oficial, para difundir las campañas publicitarias en los medios cuyos licenciatarios o editores sean organizaciones sociales sin fines de lucro.

Artículo 23º: Requisito mínimo de contratación. De modo de garantizar la independencia económica de los medios o producciones independientes, sólo se asignará publicidad oficial a aquellos que cuenten con un mínimo de un (1) año de actividad previa comprobable. Se exceptuarán de este plazo a aquellos medios únicos en su género y de interés social e innovadores en la temática.

Artículo 24º: Factores. A los fines de asignar publicidad oficial a los distintos medios, deberán contemplarse cada uno de los factores mencionados a continuación:

a) El perfil socioeconómico, cultural, etario y de género de los destinatarios del mensaje del espacio o la campaña publicitaria.
b) El perfil socioeconómico, temático, cultural, etario y de género de la audiencia, lectores y navegantes web, de los medios de comunicación.
c) La cobertura geográfica o zona de influencia de los medios de comunicación
d) Las tarifas.

Artículo 25º: Rescisión de contrataciones**.** El Departamento Ejecutivo podrá rescindir en forma unilateral los contratos de publicidad oficial, siempre y cuando exista causa fundada, comprobable a través de un informe técnico. Las circunstancias que motivan la rescisión de contrato son las siguientes:

a) Cuando el medio o programa deje de emitirse al aire o publicarse con la periodicidad pactada en el momento de la contratación.
b) Cuando sea comprobado el incumplimiento de alguno de los requisitos fijados por la presente ordenanza.
c) Cuando sea comprobado el incumplimiento de la contratación comprometidas por el medio o producción independiente.

Registro de Medios de Comunicación - Proveedores y Licitadores del Municipio

Artículo 26º: Aquellos medios de comunicación, agencias de publicidad o producciones independientes interesados en recibir Publicidad Oficial por parte del Municipio deberán inscribirse en el Registro de Proveedores, Consultores Expertos en Evaluación y Dirección de Proyectos de Inversión y Licitadores de Obras Públicas del Municipio en la Dirección de Compras y Contrataciones en el marco de un “Registro de Medios de Comunicación” que incluya a los medios interesados en recibir publicidad oficial. La información actualizada deberá ser remitida a la autoridad de aplicación por la Dirección de Compras y Contrataciones en forma semestral. La inscripción en el registro no implica ni obliga al otorgamiento de Publicidad oficial por parte del Municipio. La información deberá estar disponible para la consulta de la ciudadanía en dicha Dirección.

Artículo 27º: Sin perjuicio de la documentación requerida para la inscripción de cualquier proveedor en el Registro de Proveedores, Consultores Expertos en Evaluación y Dirección de Proyectos de Inversión y Licitadores de Obras Públicas del Municipio de Morón, deberá adjuntarse al legajo correspondiente la siguiente información en carácter de Declaración Jurada, la que deberá ser actualizada anualmente:

a) Identificación del medio y/o producción independiente y de sus propietarios.

b) Ámbito geográfico de cobertura, c) caracterización del medio, d) especificación del perfil, e) ubicación del medio, f) antigüedad del medio.

Transparencia

Artículo 28º: Publicación de Información. La Autoridad de Aplicación deberá mantener actualizado, en el sitio web oficial, el cumplimiento y los avances de campañas y anuncios del Plan Anual de Publicidad Oficial.

Artículo 29º: Transparencia de la publicidad oficial. Toda la publicidad oficial incluida en la presente ordenanza deberá estar identificada claramente como tal.

Períodos electorales

Artículo 30º: Limitaciones y restricciones durante procesos electorales en los contenidos de la publicidad oficial. Se prohíbe la ejecución, publicación y/o emisión de publicidad oficial durante los treinta días previos a la realización de las elecciones generales y se prohíbe la ejecución, publicación y/o emisión de publicidad oficial durante los quince días previos a la celebración de las primarias abiertas.
Lo dispuesto en el presente artículo no es aplicable en los siguientes casos:

a) Actividad relacionada con la organización y desarrollo de los procesos electorales.
b) Actividad publicitaria estrictamente necesaria para el correcto funcionamiento de los servicios públicos y la adecuada atención al vecino.
c) Situaciones que pongan en riesgo la salud o la seguridad de la población.
d) Actividades culturales y deportivas de interés público en el marco del aniversario de la Ciudad de Morón.

Vigencia

Artículo 31º: La presente Ordenanza entrará en vigencia a los 120 días contados a partir de su promulgación.

Artículo 32º: A tal efecto contará con el asesoramiento de un órgano consultivo integrado por representantes de la subsecretaría de Comunicación institucional y representantes de los medios de comunicación local. El Departamento Ejecutivo podrá incorporar a representantes de diversas organizaciones sociales involucradas en la temática que considere pertinentes.

Artículo 33º: Los representantes de los medios surgirán del consenso de los colegas siendo su responsabilidad la elección de los mismos.

Artículo 34º: Comuníquese al Departamento Ejecutivo.

Dada en la Sala de Sesiones del Honorable Concejo Deliberante a los veinticuatro días del mes de noviembre del año dos mil once.

REGISTRADA BAJO EL Nº 13994/2011.