

VISTO:

Artículo 54 y 55 de la Carta Orgánica;

CONSIDERANDOS:

Que entendemos a la comunicación como un derecho humano y que la libertad de expresión debe ser garantizada con recursos públicos, generando diversidad de discursos y posibilidad de elección por parte de las audiencias;

Que es necesario regular la distribución de la pauta publicitaria oficial a fin de evitar el alto nivel de discrecionalidad que posee actualmente el Departamento Ejecutivo, transparentar la distribución y el uso de la misma que no funcione como un elemento de propaganda política ni de presión para los medios de prensa;

Que la pauta estatal es la forma de sostenimiento de muchos medios locales y que funciona como un verdadero financiamiento de la pluralidad de voces, que no debe verse afectada por la contratación del espacio publicitario;

Que muchas veces se manipula la formación de la opinión pública generando un discurso único oficial que silencia otras gestiones u opiniones contrarias a la gestión gubernamental;

Que para construir una democracia real también se necesita garantizar la difusión de todos los discursos e ideas, contribuyendo desde el uso de los recursos públicos a garantizar información objetiva;

Que se confunde muchas veces en la gestión gubernamental la difusión de la información pública y los actos de gobierno con la propaganda política obligando a los dueños de medios a publicar contenidos o quitarlos de acuerdo al criterio de quien otorga el contrato de pauta publicitaria;

Que para intentar mejorar las condiciones en las que actualmente se distribuyen estos recursos públicos es que presentamos este articulado que no sólo establece límites en materia de gasto presupuestario sino también criterios sociales y con perspectiva en derechos humanos, abandonando la lógica comercial, que termina favoreciendo a la empresa mediática que mejor posicionada está en el mercado;

Que la Carta Orgánica del Municipio de Resistencia, en su artículo 136 otorga la facultad al Concejo Municipal para el dictado de la presente;

QUE POR TODO ELLO:

EL CONCEJO MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE RESISTENCIA

SANCIONA CON FUERZA DE ORDENANZA:

Artículo 1: Regúlese por la presente la producción, contenido, asignación, distribución, contratación, autorización de espacios, y toda erogación relativas a espacios informativos o publicitarios, en el marco y con las limitaciones establecidas por la presente. El alcance de lo establecido alcanza de los Departamentos Ejecutivo, Legislativo y Judicial del Municipio de Resistencia.

Artículo 2: Tiene como finalidad:

a) Transparentar y fiscalizar las relaciones entre el estado y los medios de comunicación social en materia de publicidad oficial.

- b) Garantizar la difusión de la información de la gestión y la de su interés, siempre que tenga que ver con acciones, opiniones y decisiones de la función pública. Lo determinado recae para los distintos Departamentos, teniendo un alcance general, institucional y haciendo parte a todos los Concejales y Concejales, sean o no parte del oficialismo, como a los sectores de la comunidad que participen e interactúen con autoridades electas municipales, y para el Ejecutivo, incluye además el cargo de Secretarios.
- c) Garantizar la utilidad pública y la racionalidad en la distribución de la publicidad oficial.
- d) Contribuir a la consolidación de un sistema de medios plural.
- e) Promover y facilitar el control ciudadano sobre las políticas de difusión de las acciones de gobierno, institucionales y de participación ciudadana en la incumbencia municipal.
- f) Impedir la discriminación política a la hora de comunicar, garantizando la difusión de los actos de todas y todos los sectores que conforman el estado municipal de la ciudad de Resistencia.

Artículo 3: Créase el Fondo Específico de Asignación y Distribución de Pauta Publicitaria Municipal, que será constituido por los recursos que sean afectados en el Presupuesto General, y los específicos que por cualquier motivo y procedencia, tengan como destino financiar difusión de acciones o políticas municipales.

El setenta por ciento (70%) de los recursos del Fondo deberán ser asignados de la forma que se determina en la presente norma, un 30% podrá ser asignado para el pago de períodos más breves, para promover o informar acciones o políticas puntuales y de interés de la gestión. Dichos porcentajes se calcularán sobre el neto de lo dispuesto en el artículo 5°.

El Departamento Legislativo podrá ejecutar de ese Fondo hasta un 10 por ciento de acuerdo a la distribución establecida en el párrafo y con los límites de la presente distribuyendo a a cada bloque del cuerpo legislativo de acuerdo a su representación parlamentaria.

No podrá asignarse monto alguno a entidades que no posean al menos seis meses de antigüedad, y que pueda demostrar la capacidad y antecedentes de prestaciones similares, o elementos que permitan determinar la posibilidad de prestación del servicio contratado, o elaboración del bien adquirido.

La modalidad de contratación deberá ser anual y sólo será interrumpida por incumplimiento de las condiciones de contratación o por las causales enumeradas en el artículo 7. Para la primera contratación se puede reducir a seis meses el período de contrato, de manera de poder evaluar en ese plazo, el servicio prestado.

Tendrá como límite el monto establecido en cada Presupuesto, pudiendo pedir ampliación al Concejo.

Artículo 4: Criterios de asignación de la pauta publicitaria. El monto asignado a cada medio de comunicación se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

- a) El alcance geográfico o cobertura, dentro de la ciudad, teniendo especial preferencia quienes realicen comunicación comunitaria.
- b) Si posee personal en relación de dependencia.
- c) Si es un medio cooperativo.
- d) La producción de contenido local.
- e) La difusión de contenidos con enfoques de derechos.

Artículo 5: 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 Fondo no menor al 5%, para asignar a la difusión de las campañas publicitarias en los medios cuyos licenciatarios o editores sean organizaciones sociales sin fines de lucro y de pueblos originarios.

También se debe asignar un porcentaje igual a quienes produzcan contenidos específicos que difundan los valores democráticos, de derechos humanos, protección del ambiente, la prevención de siniestros, prevención y erradicación de enfermedades o de temas que preocupan a la ciudadanía.

Artículo 6: Control parlamentario. La autoridad de aplicación deberá enviar un informe bimestral al Concejo Municipal de Resistencia del movimiento del Fondo y de los criterios utilizados para asignar la pauta publicitaria con detalle de los medios beneficiados quienes deberán publicar dicho informe.

Artículo 7: Serán excluidos de la asignación de pauta publicitaria los medios de comunicación que sean denunciados por la ciudadanía que difunda mensajes de odio, sean contrarios a los principios democráticos establecidos en la Carta Orgánica, violen los tratados de Derechos Humanos con rango constitucional.

Artículo 8 : Será autoridad de aplicación la Secretaría que determine el Ejecutivo.

Artículo 9 : El gasto que demande la aplicación de la presente se imputará a la partida presupuestaria correspondiente.

Artículo 10: De forma.