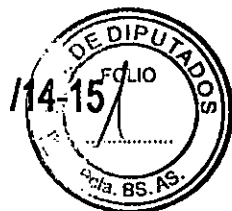




Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires

EXPTE. D-1053



## PROYECTO DE LEY

EL SENADO Y CAMARA DE DIPUTADOS DE LA  
PROVINCIA DE BUENOS SANCIONAN CON  
FUERZA DE

### LEY

**Artículo 1:** Modifíquese el Artículo 34 del DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

*“Artículo 34: Todos los años, para el subsiguiente, el Concejo sancionará el Presupuesto de Gastos y Cálculo de Recursos de la Municipalidad como así el Plan Anual de Publicidad Oficial confeccionados oportunamente.*

*Estas Ordenanzas para su aprobación necesitarán simple mayoría de votos de los Concejales presentes. Promulgado que sea el presupuesto y el Plan Anual de Publicidad Oficial, no podrán ser modificados sino por iniciativa del Departamento Ejecutivo.”*

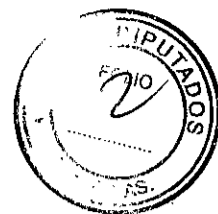
**Artículo 2:** Modifíquese el Artículo 109 del DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

*“ARTICULO 109: Corresponde al Departamento Ejecutivo proyectar las ordenanzas impositivas, el presupuesto de gastos y recursos y el Plan Anual de Publicidad Oficial debiendo remitirlos al Concejo con anterioridad al 31 de octubre de cada año.”*

**Artículo 3:** Agregase el Artículo 109 Bis al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



**“Artículo 109 Bis:** *En el Plan Anual de Publicidad Oficial deberán especificarse los requerimientos presupuestarios para el diseño, producción y/o difusión de la Publicidad Oficial que se prevea desarrollar, a partir de las propuestas recibidas de todos los organismos comprendidos y debe detallarse:*

- a) *Justificación, objetivo y descripción de la Publicidad Oficial que se pretende llevar a cabo, especificando costo previsible, período de ejecución, herramientas de comunicación utilizadas, sentido de los mensajes, destinatarios, organismos y entidades solicitantes y afectadas.*
- b) *Características que deben reunir los medios de comunicación para que la Publicidad Oficial alcance a los destinatarios y se logren los objetivos propuestos.*

**Artículo 4:** *Agregase el Artículo 109 Ter al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:*

**“Artículo 109 ter:** *Publicidad no prevista en el Plan Anual de Publicidad Oficial. Se destinará el 4 % del monto total que la Ordenanza de Presupuesto le asigna a la Publicidad Oficial para llevar a cabo la Publicidad Oficial no prevista en el Plan Anual de Publicidad Oficial.*

*Esta publicidad, difundida de manera emergente e inmediata ante una coyuntura determinada, deberá ajustarse en todos los casos a lo dispuesto en la presente ley y sólo podrá ser motivada por la presencia de una catástrofe natural, peligros a la salud pública, seguridad o medio ambiente y alteraciones al orden social o al normal funcionamiento de los servicios públicos.*

**Artículo 5:** *Agregase el Artículo 109 Quater al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:*

**“Artículo 109 Quater:** *Se deberán presentar dos Informes Semestrales de Ejecución, en los cuales se deberán detallar los fondos utilizados en materia de Publicidad Oficial, como también los fondos destinados a la Publicidad Oficial no prevista en el Plan Anual de Publicidad Oficial. El plazo para presentar el correspondiente al primer semestre vence el día 30 de septiembre de cada año, el del segundo semestre deberá presentarse como fecha límite al 31 de marzo del año siguiente.*

*Los informes Semestrales de Ejecución deberán especificar las siguientes características:*



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



- a) Costo de las campañas, se encuentren o no finalizadas, y de cada espacio publicitario adquirido, indicando su precio y forma de pago.
- b) Tema central del mensaje publicitario difundido y muestras del mismo.
- c) Identificación de los medios con los que la Autoridad de Aplicación contrató publicidad.
- d) Área de cobertura, audiencia o tiraje, según corresponda, de los medios seleccionados.
- e) Razones que hayan justificado la selección del medio utilizado. Los motivos por los cuales se eligió a determinado/s medio/s deben sustentarse técnica, teórica y políticamente, demostrando que no se privilegió a ninguna clase de empresa periodística o publicitaria.
- f) Identificación del acto administrativo por el cual se adjudicó cada contratación.

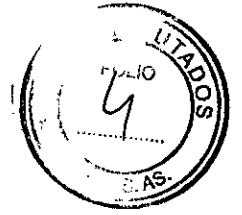
**Artículo 6:** Deróguese el Inc. 4° del Artículo 156 del DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES.-

**Artículo 7:** Agregase el ARTÍCULO 156 Ter al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:

**“ARTÍCULO 156 Ter:** La asignación de la pauta publicitaria oficial a los Medios Vecinales, Periodísticos y Productoras de Comunicación Social se asignará de acuerdo a lo establecido en el artículo 151 de la presente ley, y se deberán distribuir equitativamente entre los distintos medios de comunicación respetando la pluralidad de medios y evitando marginaciones o prejuicios fundados en razones ideológicas, políticas y/o partidarias. Con el objetivo de garantizar y promocionar la diversidad social y cultural, se deberá destinar el 33% del monto total que la Ley de Presupuesto le asigne a la Publicidad Oficial, a medios de comunicación universitarios, comunitarios, o aquellos creados por organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro, especialmente a los que se encuentran en áreas rurales y zonas urbanas marginales. Queda expresamente prohibido que la contratación de Publicidad Oficial se realice por intermedio de terceros”.



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



**Artículo 8:** Agregase el ARTÍCULO 156 Quater al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:

*“ARTÍCULO 156 Quater: 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 actos 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) *Eficacia en la comunicación: La publicidad oficial debe alcanzar los objetivos propuestos y su máxima efectividad.*

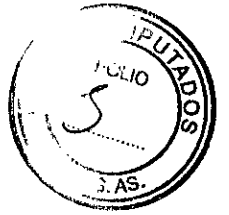
e) *Equidad y diversidad socio-cultural: La publicidad oficial respetará la diversidad cultural y contribuirá a fomentar la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres, promoviendo un tratamiento plural y equitativo a través de la utilización de un lenguaje inclusivo y no sexista. A la vez deberá 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.*

f) *Quedando expresamente prohibido que la Publicidad Oficial contenga orientación partidaria y/o puntos de similitud conceptual, gráfica y/o visual con ningún partido político y/o en la que aparezca la imagen de un funcionario de alguno de los organismos del Estado y/o de algún candidato a cualquier cargo electivo”.*

**Artículo 9:** Agregase el ARTÍCULO 157 al DECRETO-LEY 6769/58 - -LEY ORGANICA DE LAS MUNICIPALIDADES, y a sus modificatorias el cual quedara redactado de la siguiente manera:



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



*“ARTÍCULO 157: El Departamento Ejecutivo deberá crear un Registro de Medios Vecinales de Comunicación Municipal. A los efectos de esta ley se consideran Medios Vecinales de Comunicación a aquellos ya sean de distribución o difusión gratuita o arancelada, en soporte de papel, digital o virtual, radios y/o TV, con domicilio legal y actividad comprobables en el municipio, que tengan por objeto la difusión de información de interés público relacionada con la Municipalidad y/o sus habitantes: Los mismos deberán estar registrados para poder acceder a la pauta publicitaria oficial.”*

**Artículo 10:** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

RITA LIEMPE  
Diputada  
Bloque Unidad Popular  
H.C. Diputados Prov. Bs. As.



*Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires*



## FUNDAMENTOS

Teniendo en consideración la ley 26.522, este proyecto busca hacer sinergia con la mencionada norma, en la medida en que la publicidad oficial es otra de las formas de interacción del Estado con el sistema de medios de comunicación. En ese sentido, y con el objetivo de evitar concentraciones de cualquier naturaleza, incluimos en este proyecto mecanismos para fortalecer las producciones tanto Locales como Regionales.

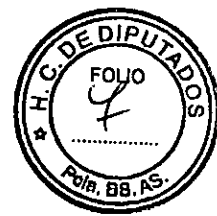
Consideramos que el Estado Municipal, desde la publicidad oficial, también debe ejercer un rol activo para incluir a la mayor cantidad de medios, productoras y periodistas locales. Este debe velar por la diversidad de medios existentes, y además estimular la creación de nuevos medios locales, reconocer especialmente los medios de organizaciones sin fines de lucro, y no sólo terminar en unos pocos medios, sin reducir por ello la eficiencia y los objetivos de la campaña y de la comunicación.

En el presente proyecto, la Publicidad Oficial es definida como “todo anuncio, aviso o comunicación, efectuado a través de cualquier medio de comunicación y en cualquier soporte, contratado bajo cualquier modalidad por el poder ejecutivo municipal”, el cual comprende la Administración Central, el Poder Deliberante, los organismos descentralizados, entidades autárquicas y cualquier otra entidad que dependa o se encuentre bajo control administrativo del Poder Ejecutivo, las empresas y sociedades del Estado, organismos de las seguridad social, sociedades anónimas con participación estatal mayoritaria, sociedades de economía mixta y todas aquellas otras organizaciones empresariales donde la Municipalidad tenga participación mayoritaria en el capital o en la formación de las decisiones societarias.

También consideramos a la publicidad oficial como un incentivo para el desarrollo y el sustento de la comunicación y un aporte a la promoción de la comunicación social local y comunitaria. Y en ese sentido, la distribución de la publicidad también debería contemplar con claridad su aplicación en medios locales y vecinales que respondan a necesidades de interés público, que generen información local y promuevan los intereses socioculturales de cada municipio.



*Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires*



La publicidad debe cumplir con su objetivo comunicacional y su finalidad de informar y se debe aplicar con criterios de transparencia y eficiencia que aseguren un buen uso de los recursos públicos destinados al área.

Es importante señalar que a nivel provincial no hay normativa. La única referencia que hace la ley orgánica de las municipalidades en relación a la publicidad oficial, es al momento de hacer referencia a la posibilidad de contratación. El artículo 156 habla de la posibilidad de contratación, pero no hay ningún marco normativo a nivel provincial o de la ley orgánica de las municipalidades que tenga en cuenta esta norma en toda la provincia.

Con relación al contenido de la Publicidad Oficial, el régimen legal establece una serie de prescripciones que tienen por objeto evitar que sea utilizada con un fin distinto del bienestar general de la comunidad. Se establecen criterios que orientan el contenido de la Publicidad Oficial impidiendo que, por ejemplo, tengan por única finalidad hacer propaganda del Gobierno.

La obligación de indicar que los espacios publicitarios son pagados con fondos del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires tiene por objetivo generar conciencia en la población y en los funcionarios sobre la utilización de los recursos públicos para la Publicidad Oficial. Esto es independiente de que la publicidad implique una erogación o no, pues si algún espacio publicitario se obtiene sin costo (mediante lo que en el argot publicitario se conoce como "canje") igualmente es susceptible de apreciación pecuniaria que implica afectación de recursos.

A los fines de que se respete la pluralidad de medios y se eviten marginaciones o prejuicios fundados en razones ideológicas, políticas y/o partidarias, se impone que la contratación y distribución de Publicidad oficial se realice sobre la base de criterios precisos y cuantificables.

En lo atinente a la limitación temporal de la Publicidad Oficial durante procesos electorarios, se busca impedir que el sector público aumente desmesuradamente los niveles de ejecución presupuestaria en la materia, a los fines de congraciarse con los medios de comunicación, y lograr su apoyo.




*Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires*



Con este proyecto de ley se pretende remediar la ausencia de un marco normativo que regule las cuestiones relacionadas con la Publicidad Oficial. Estamos convencidos que la falta de reglas, o la insuficiencia de las mismas, promueve la discrecionalidad, atenta contra la transparencia y facilita posibles actos de corrupción, así como la utilización de la Publicidad Oficial como instrumento de presión o promoción política. Esta Legislatura no puede seguir guardando silencio al respecto.

Por todo lo expuesto, y destacando la importancia de una política comunicacional que fortalezca la forma republicana de gobierno, es que solicitamos a los Sres. Diputados nos acompañen en la sanción del presente proyecto de ley.

  
RITA LIEMPE  
Diputada  
Bloque Unidad Popular  
H.C. Diputados Prov. Bs. As.