

DECRETO N° XXXXXX
SAN LUIS, XXXX.

VISTO:

La Ordenanza N° II-0868-2018 (3563/2018), aprobada por Expte. N° 524-B-2018, Sesión Ordinaria N° 37/2018; y

CONSIDERANDO:

Que la Ordenanza N° II-0868-2018 (3563/2018) tiene por objeto regular la publicidad oficial dentro del Estado Municipal de la Ciudad de San Luis, así como establecer mecanismos de control y sanciones, con el fin de garantizar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a tales fines.

Que la Ordenanza N° II-0868-2018 (3563/2018) se fundamenta en la necesidad de generar una mayor transparencia y calidad en las instituciones municipales; teniendo en cuenta que la publicidad oficial es un mecanismo muy valioso de comunicación entre los gobiernos y la ciudadanía.

Que se estima necesario reglamentar la normativa referida a la publicidad oficial dentro del Estado Municipal de la Ciudad de San Luis, toda vez que una adecuada regulación hace a la transparencia, la rendición de cuentas y una mejor calidad en la gestión de los recursos públicos del Estado Municipal.

Que, por lo expuesto, se procede en esta instancia al dictado de la normativa reglamentaria necesaria que permite la puesta en funcionamiento de las previsiones contenidas en la Ordenanza N° II-0868-2018 (3563/2018).

Que la presente medida se dicta en uso de las facultades conferidas por el artículo 261 Constitución de la Provincia de San Luis.

Por ello,

**EL INTENDENTE DE LA CIUDAD DE SAN LUIS, EN USO DE SUS
FACULTADES, DECRETA:**

Art. 1°: Sin reglamentar.

Art. 2°: A los fines de brindar parámetros prácticos para distinguir claramente el tipo de publicidad que está habilitada a contratar el municipio, se entenderá como Publicidad Oficial a toda comunicación oficial del Municipio que tenga como

destinatario al/la ciudadano/a de la Ciudad de San Luis, en términos de información pública necesaria para el ejercicio de sus derechos y deberes como tal.

Se definirá como medio de comunicación a cada canal de TV; emisora radial; publicación impresa o digital; empresa de Vía Pública y/o red social.

Se definirá como vehículo a cada programa de TV o radio, programa on line y a cada espacio de publicación impresa o de vía pública. La enumeración no es de orden taxativo, por lo que la Autoridad de Aplicación podrá incorporar nuevos formatos, de modo que permita la inclusión de nuevas formas de comunicación.

Art. 3º: Sin reglamentar.

Art. 4º: Sin reglamentar.

Art. 5º:

a. Sin reglamentar.

b. En la contratación de Publicidad Oficial se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

b.1) Creación del Registro Único de Proveedores de Publicidad Oficial del Municipio de San Luis (RUPPOMSL).

b.2) Serán públicos y accesibles a la ciudadanía los datos sobre: medios y agencias que forman parte del Registro, requisitos para acceder al Registro, espacios asignados en los medios para Publicidad Oficial y recursos económicos destinados a tal fin.

b.3) Los medios deberán informar a la sociedad de manera clara y comprobable los parámetros por los cuales son vehículos adecuados para la comunicación de gobierno. Asimismo, deberán colaborar con la transparencia del proceso, haciendo públicos los datos involucrados en la contratación de publicidad y su proceso.

c. En la contratación de Publicidad Oficial se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

c.1) Identificar el medio/espacio más idóneo para ser soporte de cada mensaje/campaña emitido por el Municipio en función de la llegada a los destinatarios de los mismos.

c.2) Optimizar el presupuesto público destinado a la Publicidad Oficial, en función de la cobertura del medio, el perfil temático del medio/vehículo y la cantidad de espectadores/lectores/oyentes del medio/vehículo.

d. Sin reglamentar.

e. Sin reglamentar.

f. Sin reglamentar

g. Sin reglamentar

h. Sin reglamentar.

i. Sin reglamentar.

j. Sin reglamentar.

Art. 6º: Sin reglamentar.

Art. 7º: Sin reglamentar.

Art. 8º: La prohibición a la que hace alusión el artículo 8 se extiende a slogans, color, tipografías del partido o cualquier otro medio que permita la individualización o confusión con el funcionario y/o su pertenencia partidaria.

Art. 9º: Sin reglamentar.

Art. 10º: Cada uno de los organismos obligados elaborará anualmente un Plan de Publicidad Oficial, denominado “Plan Anual de Publicidad Oficial”, que tendrá como objetivo comunicar a la ciudadanía las campañas oficiales de comunicación.

a) En el mismo deberán especificarse los requerimientos presupuestarios para el diseño, producción y/o difusión de la publicidad oficial que se prevea, a partir de las propuestas recibidas de todas las partes involucradas de la presente norma, detallándose:

a.1) Justificación, objetivo y descripción de la publicidad oficial que se pretende llevar a cabo y sus destinatarios, organismos y entidades solicitantes y afectadas;

a.2) Costo estimado en función de las tarifas informadas fehacientemente por los soportes que pueden ser potenciales vehículos;

a.3) Período de ejecución;

a.4) Herramientas de comunicación utilizadas;

a.5) Características que deben reunir los medios de comunicación para que la publicidad oficial alcance los objetivos propuestos.

b) La planificación de medios y vehículos de comunicación en los que se pautará cada campaña dependerá de los objetivos del Plan Anual de Publicidad Oficial y de cada campaña de comunicación específica, siguiendo los criterios de transparencia, eficiencia y eficacia, mencionados en el Artículo 5º de la Ordenanza.

c) Situaciones excepcionales: en caso de imprevistos o de situaciones de emergencia el Municipio podrá, por acto administrativo fundado, autorizar la realización de campañas de comunicación, suprimir o modificar las ya previstas en el Plan Anual de Publicidad Oficial, con la consecuente asignación o reasignación de presupuesto. En ese caso, la contratación tendrá como parámetro las tarifas regulares concertadas en el plan anual.

d) El plazo para elaborar y publicar el plan anual será antes del 30 de abril de cada año, o día hábil posterior, en caso de que la fecha recayera en día inhábil.

e) Anualmente, se elaborará un informe con la certificación de cobertura de cada medio/agencia en que se hayan difundido campañas de publicidad oficial. Cada medio/agencia deberá proveer dichos datos de certificación, que serán compilados y cotejados por la Municipalidad de San Luis. Dicho informe será de libre acceso para la ciudadanía.

f) Organismo de control. El Honorable Tribunal de Cuentas deberá auditar y

presentar informes sobre la ejecución del Plan Anual y todo lo establecido en la presente ley.

Art. 11º: Sin reglamentar.

Art. 12º: En el Registro Único de Proveedores de Publicidad Oficial del Municipio de San Luis (RUPPOMSL), deben encontrarse inscriptos los medios de comunicación y agencias interesados en recibir Publicidad Oficial, teniendo en cuenta las siguientes condiciones de contratación:

a. En dicho Registro deberán consignarse los siguientes datos adicionales:

* Identidad del interesado o datos del/de los/as propietarios/as, responsables legales, administradores o apoderados del medio de comunicación.

* Fecha de inicio de la actividad.

* Especificación del servicio.

* Zona de influencia.

* En los casos que corresponda, distribución, alcance, circulación, tirada, audiencia o visitas (web).

* Tarifas.

* Cantidad de personas que se desempeñan en el medio.

b. 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.

c. Prohibición de contratación por intermedio de terceros. El Municipio de San Luis sólo contratará a medios y/o agencias que formen parte del RUPPOMSL y que cumplan con los requisitos para formar parte del mismo. Queda expresamente prohibido que la contratación de publicidad oficial se realice por intermedio de terceros no incluídos en el citado Registro.

d. 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:

d.1) Cuando el medio o programa deje de emitirse al aire o publicarse con la periodicidad pactada en el momento de la contratación.

d.2) Cuando sea comprobado el incumplimiento de alguno de los requisitos fijados por la presente ordenanza.

d.3) Cuando sea comprobado el incumplimiento de la contratación comprometidas por el medio.

e. Obligación de los medios de suministrar información. Los medios de comunicación que reciban Publicidad Oficial tienen la obligación de suministrar información relativa a los precios u otras condiciones de los contratos de publicidad oficial celebrados con el Municipio de San Luis, siendo inoponible todo tipo de estipulación contractual que limite la presente obligación.

Art. 13º: Sin reglamentar.

Art. 14º: Los sujetos mencionados en el Artículo 3º deberán publicar en sus respectivos sitios web oficiales los contratos de publicidad celebrados con el fin de dar a conocer Actos de Gobierno y también aquellos relativos la Publicidad Institucional legalmente autorizados.

Art. 15º: Sin reglamentar.

Art. 16º: Clausula Transitoria: El Plan Anual de Publicidad Oficial para el 2020 deberá elaborarse y publicarse antes del 30 de abril de 2020. Los medios de comunicación tendrán hasta el 30 de marzo de 2020 para su inscripción en el Registro Único de Proveedores de Publicidad Oficial del Municipio de San Luis (RUPPOMSL).

Art. 17º: Comuníquese, publíquese, archívese, etc.-