



**Concejo Deliberante  
de la Ciudad de Ushuaia**

NOTA N°: 68  
LETRA: P.S.P

Ushuaia, 14 de mayo de 2012

Señor  
Presidente  
Concejo Deliberante de Ushuaia  
Dn. Damián DE MARCO  
S \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ D

CONCEJO DELIBERANTE USHUAIA MESA DE ENTRADA LEGISLATIVA ASUNTOS INGRESADOS	
Fecha:	07/06/12 Hs. 10:00
Numero:	572 Fojas: 5
Expte. N°	
Girado:	128/11
Recibido:	[Firma]

Por medio de la presente me dirijo a Ud. a los efectos de solicitarle incorporar en el Boletín de Asuntos Entrados correspondiente a la próxima Sesión Ordinaria el siguiente proyecto de Resolución referente a un pedido de informes al Departamento Ejecutivo Municipal, relacionado con la inversión de fondos públicos en materia de publicidad institucional.

El mismo se acompaña de sus correspondientes fundamentos, de acuerdo al artículo 94° del Decreto C.D. 09/2009.

Sin otro particular, saludo atentamente.

Silvio BOCCHICCHIO  
Concejal P.S.P  
Concejo Deliberante Ushuaia



**Concejo Deliberante  
de la Ciudad de Ushuaia**

## FUNDAMENTOS

La publicidad de los actos de gobierno es un principio fundamental del sistema republicano, por el cual quienes gobiernan deben dar cuenta a sus mandantes respecto de la gestión de los intereses comunes que les fue encomendada. Así lo establecen tanto la Constitución Provincial como la Carta Orgánica Municipal en sendos artículos 8°, haciendo hincapié en la necesidad de dar publicidad de las acciones gubernamentales que comprometen fondos públicos.

En Ushuaia, el acceso a la información pública está garantizado tanto por la publicación del Boletín Oficial (artículo 8° COM), tanto por el derecho de todo ciudadano de solicitar y recibir de manera gratuita y detallada toda la información que requiera (Art. 16 Carta Orgánica, OM 2474) y en general, el derecho "a informarse y ser informado" (Art. 27 inc. 4 Carta Orgánica).

Pero, además de dichos dispositivos, en la actual Sociedad de la Información son los medios masivos de comunicación los que constituyen la vía que garantiza el acceso más eficaz a la mayor parte de la población de toda la información necesaria sobre los asuntos públicos. Los ciudadanos dependen en gran medida de ellos para enterarse sobre los asuntos del Estado.

En este sentido, la publicidad de gobierno no debe entenderse sólo en sentido restringido, sino en sentido amplio y proactivo, puesto que además de los fondos públicos y actos oficiales, debe difundir derechos, concientizar sobre problemáticas, y promover participación ciudadana en materia de salud, convivencia, tránsito, cultura, consumo, entre muchos otros tópicos que hacen a la vida en común de la sociedad y al desarrollo individual de los ciudadanos.

La contratación de espacios publicitarios en medios de comunicación por parte del Municipio, tiene su objeto en el vínculo entre el Estado y la ciudadanía. Los medios son los servicios idóneos para este fin, proveedores de los espacios necesarios para alcanzar con mayor eficiencia a un mayor número de ciudadanos.

En la vinculación entre Estado y Proveedor, se comprometen fondos públicos, con lo cual su administración debe garantizar el requisito de transparencia, plasmado taxativamente en nuestra Carta Orgánica: "Artículo 178°: *PUBLICIDAD.- El gasto del Municipio en publicidad, por todo concepto, debe fundarse en los principios de acceso a la información, transparencia en la gestión pública, publicidad de los actos de gobierno, y campañas de educación, concientización y/o promoción, de acuerdo a las disposiciones de esta Carta Orgánica y de las normas que en su consecuencia se dicten. A los fines de su control, el presupuesto anual establecerá en forma desagregada una partida específica en concepto de publicidad.-*"

Por su parte, el artículo 177° establece el carácter general de las contrataciones para el Estado Municipal: "CONTRATACIONES.- Toda enajenación, adquisición, otorgamiento de concesiones y demás contratos, se hacen mediante un procedimiento público de selección que garantice la imparcialidad de la administración y la igualdad de oportunidades para los interesados. (...)".



**Concejo Deliberante  
de la Ciudad de Ushuaia**

Este principio es aplicable para todos los contratos municipales, pero tratándose de medios de comunicación, adquiere especial relevancia, puesto que se superpone con el condicionante que la comúnmente denominada "Publicidad Oficial" representa para el sistema mediático local y para la libertad de prensa. Numerosos Pactos Internacionales de Derecho, con rango constitucional según el Artículo 75 inc. 22 de la Constitución Nacional, tal como el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y el artículo 13 Convención Americana de Derechos Humanos, asumen que la discrecionalidad en el otorgamiento de Publicidad por parte de los gobiernos, es un factor que atenta contra la libertad de prensa (cuyo sujeto son los medios y periodistas) y, por ende, contra el derecho a la información (cuyo sujeto son todos los ciudadanos).

Nuestra provincia cuenta con el honroso mérito de ser la única en el país que tiene regulación de este concepto, garantizando a través de una norma escrita, y no sujeta al arbitrio del funcionario, los criterios y mecanismos de distribución de la pauta (Decreto Provincial N° 183/2008 y modificatorias).

Tal situación ha sido recientemente destacada en la publicación "Quid Pro Quo" elaborada por el investigador y docente experto en medios de las Universidades de Buenos Aires y Quilmes, Martín Becerra, quien afirma: *"Si bien existe una excepción (la Provincia de Tierra del Fuego), ni en el orden nacional ni en el orden provincial se disponen de criterios claros, objetivos y públicos para establecer cuándo y cómo los gobiernos pueden utilizar los fondos públicos para realizar la publicidad de sus actos. (...) También, por el mismo motivo, la gobernadora de la Provincia de Tierra del Fuego, Fabiana Ríos, estableció criterios claros, objetivos y ecuanímenes para la distribución de publicidad oficial de su jurisdicción mediante el Decreto N° 183/2008, siendo así la provincia más austral del país la que posee una regulación más completa en la materia. La norma de Tierra del Fuego se diferencia de la adoptada también en 2008 por la Provincia de Río Negro (Ley 4391/2008), que otorga atribuciones a la Secretaría de Comunicación dependiente de la Gobernación para definir el destino de la publicidad oficial."*

Dado que el Municipio no cuenta con una normativa que emule la regulación provincial, este Concejo debe requerir información detallada sobre el cumplimiento de los principios Orgánicos Municipales antes mencionados, de transparencia, accesibilidad, publicidad de los actos de gobierno y condiciones equitativas de contratación.

Es por ello que solicito el acompañamiento de mis pares aprobando el presente proyecto de Resolución.

Silvio BOCCHICCHIO  
Concejal P S P  
Concejo Deliberante Ushuaia



*Concejo Deliberante  
de la Ciudad de Ushuaia*

## EL CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE USHUAIA

### RESUELVE:

**Artículo 1°.-** SOLICITAR al Departamento Ejecutivo Municipal brinde al Concejo Deliberante la siguiente información:

- a) Partida presupuestaria asignada a la Publicidad Institucional del Municipio en los ejercicios 2010, 2011 y 2012.
- b) Detalle de la ejecución presupuestaria por este concepto en los ejercicios financieros de 2010, 2011 y 2012.
- c) Planilla detallando la siguiente información respecto de la inversión en publicidad institucional para el ejercicio 2011 y lo que va de 2012, con las siguientes columnas:

- I. Medio de comunicación
- II. Titular o razón social del medio.
- III. Monto mensual asignado a cada uno.
- IV. Período de contratación de cada uno.

**Artículo 2°.-** Solicitar al DEM informe a este Concejo Deliberante el criterio general empleado por el Municipio de Ushuaia para la contratación de publicidad institucional en los diferentes medios de comunicación de la ciudad y la provincia, así como el criterio seguido para fijar los montos detallados en el inciso c) del artículo anterior.

**Artículo 3°.-** Requerir al DEM informe a este Concejo el mecanismo adoptado por el Municipio para corroborar el cumplimiento de la contrapartida asumida por cada medio

contratado, detallando dicho mecanismo para cada categoría:

- a) Emisoras de radio.
- b) Producciones radiales.
- c) Medios gráficos de tirada diaria.
- d) Revistas y periódicos.
- e) Medios audiovisuales.



**Concejo Deliberante  
de la Ciudad de Ushuaia**

- f) Producciones audiovisuales.
- g) Portales electrónicos.
- h) Otros formatos posibles

**Artículo 4°.- De forma.**

Una firma manuscrita en tinta negra que parece leer "Silvio Bocchicchio".

Silvio BOCCHICCHIO  
Concejal P S P  
Concejo Deliberante Ushuaia