

PODER LEGISLATIVO



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO
SUR

LEGISLADORES

Nº 137

PERÍODO LEGISLATIVO

2005

EXTRACTO BLOQUE A.R.I. PROY. DE LEY DE LA DISTRIBUCIÓN DE
LA PUBLICIDAD OFICIAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Entró en la Sesión 28/04/05

Girado a la Comisión 1, 3 y 2
Nº: _____

Orden del día Nº: _____



Poder Legislativo
Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur

BLOQUE A.R.L.

sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección."

Es decir, el contenido esencial de la libertad de expresión no se agota con la posibilidad de decir cada persona lo que considere y desee, sino que implica el derecho de buscar, recibir y difundir, tanto informaciones como ideas; desde esa perspectiva, se ha interpretado que el derecho a la libertad de expresión es de una dimensión dual, pues implica, por una parte, la consideración de un emisor que difunda opiniones e informaciones, pero también la consideración de un receptor que pueda buscar y recibir tales opiniones e informaciones.

Asimismo, el sistema interamericano ha considerado que la libertad de expresión no sólo es un derecho que permite la protección y el desenvolvimiento libre de la dignidad de las personas, sino que también es una piedra angular para la consolidación de la democracia, que es, en definitiva y considerada como sistema de gobierno, otra de las fuentes de los derechos humanos.

A su vez, la aprobación, por parte de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión (DPLE), da contenido específico al derecho a la libertad de expresión establecido por el artículo 13º de la CADH.

Con relación a la temática de la distribución de la publicidad oficial, la DPLE en su principio 13 dice: "... la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial ... con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión."

En nuestra provincia, históricamente desde el aparato estatal se ha interferido en la línea editorial e informativa de algunos medios de comunicación, por la vía de la distribución de la publicidad oficial, y en otros no pocos casos, lamentablemente, tal distribución ha sido empleada como un mecanismo de premio o castigo en función de esas mismas líneas.

Los criterios que, a partir de esta ley, permitan distribuir la publicidad oficial de una manera que no sea arbitraria ni discriminatoria, pasan necesariamente por el cumplimiento de los deberes del Estado en materia de libertad de expresión, específicamente, sus deberes genéricos de respeto y garantía.


Poder Legislativo
Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur

BLOQUE A.R.I.

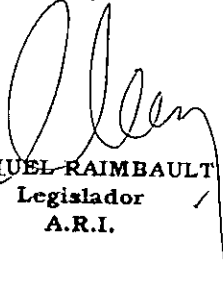


Sin duda alguna, la distribución arbitraria y discriminatoria de la publicidad oficial es una violación a los derechos humanos.

Por todo ello, y las razones que serán expuestas en el recinto, solicitamos a los Señores Legisladores, nos acompañen en el presente proyecto de ley.



JOSE CARLOS MARTINEZ
Legislador
A.R.I.



MANUEL RAIMBAULT
Legislador
A.R.I.



LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
SANCIONA CON FUERZA DE
LEY:

LEY de la DISTRIBUCION de la PUBLICIDAD OFICIAL
en MEDIOS de COMUNICACION SOCIAL

Capítulo I

Artículo 1°.- Por la presente Ley se reglamentan aspectos centrales de los art. 8, 27 y 46 de la C.P.. El gasto de la Provincia en concepto de publicidad se basa en los conceptos allí especificados.

La asignación de publicidad oficial está regida por los principios de libre acceso a la información, transparencia, criterios de razonabilidad, acceso equitativo y pluralista a las oportunidades de expresión, recepción de expresiones minoritarias, descentralización y participación, eficacia en la administración del gasto público y publicidad de los actos de gobierno. Se encuentra prohibida toda acción directa o indirecta que constituya un supuesto de censura previa

Artículo 2°.- Prohíbese al Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y organismos autárquicos a autorizar gastos en cualquier forma de publicidad para fines de propaganda política.

Artículo 3°.- La Publicidad de Actos de Gobierno y la Publicidad Institucional generados por el Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y organismos autárquicos, a efectos de promoción de sus actos de gobierno que se manifiesten a través de cualquier medio publicitario, deben limitarse a lo estrictamente necesario para la finalidad señalada, sin contener juicio de valor alguno sobre la actividad del Gobierno, ni podrán directa o indirectamente por falta a la verdad, omisión, exageración o ambigüedad, inducir a los ciudadanos a error en cuanto al contenido de la medida anunciada. Garantizando los principios de licitud, identificabilidad, veracidad y respeto por la defensa de los ciudadanos.

En el proyecto de presupuesto anual, el Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y los organismos autárquicos deberán establecer el monto destinado a la publicidad de actos de gobierno y la publicidad institucional.

Artículo 4°.- La celebración de contratos de publicidad para los fines de la Publicidad de Actos de Gobierno y la Publicidad Institucional legalmente autorizados, será siempre precedida de concurso público de ofertas y publicadas en el Boletín oficial.



Capítulo II

Definiciones

Artículo 5°.- El contenido de los mensajes informativos a que se refiere el artículo anterior queda definido de la siguiente manera:

Para efecto de esta ley se entiende por:

a) **Publicidad de Actos de Gobierno:** Es la publicación en medios de difusión radial, gráficos, televisivos y páginas Web de las leyes, avisos de licitaciones públicas y privadas, avisos de interés para la población y todo otro acto emanado del Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y organismos autárquicos, destinados a producir efectos generales. Los fallos, dictámenes y resoluciones del Tribunal de Cuentas de la Provincia y de la Fiscalía de Estado. Las resoluciones generales de la Dirección General de Rentas. Los contratos, convenios o concesiones de explotación en los que sea parte el Estado Provincial, ya sea a través del Poder Ejecutivo o sus entes descentralizados u organismos autárquicos.

b) **Publicidad Institucional:** Es la publicación en medios de difusión radial, gráficos, televisivos y páginas Web de material comunicacional que promueva una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos que competen a la salubridad, seguridad pública, recursos naturales, que informe de las acciones adoptadas por el Estado en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de recursos naturales y seguridad de la población, sobre la ejecución de los planes y programas a cargo de las distintas dependencias estatales y oriente a los consumidores de los bienes o servicios en cuestión, así como para la promoción de la cultura en todas sus expresiones y de los valores cívicos, entre otros.

Capítulo III

Creación del Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad

Artículo 6°.- Créase el Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad, que dependerá de la Secretaría de Medios e Información Pública.

El Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad deberá inscribir a todas las personas físicas o jurídicas relacionadas a los medios de difusión (canales de televisión, portales electrónicos, medios gráficos, radios y radios comunitarias), productoras de programas de televisión, programas de radio y secciones independientes de medios gráficos y a las de agencias de publicidad; que cumplan estrictamente con los requisitos establecidos en la ley provincial N° 655, y que estén interesados en emitir publicidad oficial del órgano ejecutivo y entes autárquicos provinciales.



Capítulo IV

Contratación de la Publicidad Oficial

Artículo 7°.- Toda contratación de publicidad oficial se hará por concurso público de ofertas entre las personas físicas o jurídicas inscriptas en el Registro Provincial de Medios de Comunicación.

Procedimiento del Concurso Público de Ofertas.

Artículo 8°.- La elección del medio de comunicación o programa donde se emitirá publicidad de los organismos provinciales estará basado en un sistema de otorgamiento de puntaje a cada inscripto en el Registro Provincial de Medios de Comunicación. Se le asignará la publicidad oficial a aquel/llos programa/s y o medios que hubiere/n obtenido mayor cantidad de puntaje, de acuerdo a los porcentajes de asignación establecidos para la pauta concursada.

Asignación de puntaje y porcentajes.

Artículo 9°.- Se asignará puntaje, en forma debidamente fundada, tomando en consideración los criterios que a continuación se detallan:

- a) programas o medios de exclusiva realización y producción local, con programación extensiva.
- b) programas destinados a difundir principalmente información y noticias locales.
- c) programas o medios que en su mayoría sean realizados y producidos en la Provincia de Tierra del Fuego, destinando escaso tiempo a reproducir programas de otras localidades.
- d) programas y medios de mayor audiencia.
- e) porcentaje de producción local de publicidad, spots, cortos y diseños.
- f) programas o medios que hubieren realizado alianzas o consorcios con organizaciones no gubernamentales, instituciones locales, sectores de la producción y prestadores de servicios privados (cámaras de turismo, comercio, y afines), para la difusión de sus actividades.

En cuanto al orden de prioridades, el inciso d) tendrá un valor de siete (7) puntos; los incisos a), b), y e) tendrán un valor de cinco (5) puntos y los incisos c) y f) tendrán un valor de tres (3) puntos, debiendo computarse el total para cada postulante.

Artículo 10°.- Se asignarán los porcentajes del monto destinado a la publicidad tomando en consideración los criterios que a continuación se detallan:

1) Por localidades:

- a) 48% del monto total destinado a la publicidad de actos de gobierno y la publicidad institucional por el Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y los organismos autárquicos a los inscriptos en el Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad y radicados en la Ciudad de Ushuaia.

b) 48% del monto total destinado a la publicidad de actos de gobierno y la publicidad institucional por el Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y los organismos autárquicos a los inscriptos en el Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad y radicados en la Ciudad de Río Grande.

c) 4% del monto total destinado a la publicidad de actos de gobierno y la publicidad institucional por el Poder Ejecutivo, los entes descentralizados y los organismos autárquicos a los inscriptos en el Registro Provincial de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad y radicados en la Comuna de Tolhuin.

2) Por medios:

A la asignación de cada localidad se la distribuirá en consideración de los criterios que a continuación se detallan:

- a) 45% para los medios y programas radiales.
- b) 25% para los portales electrónicos.
- c) 20% para los medios gráficos.
- d) 10% para los medios televisivos.

Artículo 11°.- No obstante lo expresado en el artículo 7°, podrá contratarse a medios de comunicación que no estén registrados:

- a) cuando el concurso de ofertas resultare desierto.
- b) cuando la publicidad a concursar dada sus características, prevea llamados a licitación nacional, por publicidad relacionada al turismo, y sea menester efectuarla en medios de difusión nacionales.

Artículo 12°.- La Publicidad de los Actos de Gobierno será concursada semestralmente.

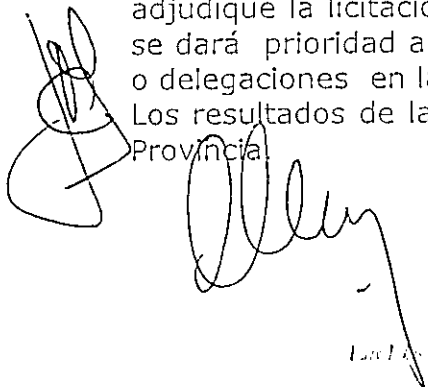
La duración de los contratos de la **Publicidad Institucional** será concursada en base a los informes técnicos, encuesta de opinión, grupo hacia donde estará dirigida, impacto de la campaña, elaborados por la autoridad competente en la materia.

Artículo 13°.- Los llamados a concurso público de ofertas de publicidad se publicarán durante cinco (5) días como mínimo en el Boletín Oficial, en los canales de televisión que dependen del Estado Provincial y en la página web oficial de la provincia, sin perjuicio de otros medios que se consideren convenientes para asegurar la publicidad del acto.

Medición Audiencia y Consumo.

Artículo 14°.- La medición del nivel de audiencia y consumo se realizará través de estudios realizados por una institución universitaria y una consultora que se adjudique la licitación pública correspondiente. En caso de igualdad de condiciones se dará prioridad a las universidades nacionales que tienen regionales, seccionales o delegaciones en la Provincia.

Los resultados de las mediciones deberán ser publicados en el Boletín Oficial de la Provincia.






*Poder Legislativo
Provincia de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur*


BLOQUE A.R.I.

Prevención contra la corrupción.

Artículo 15°.- Deberá ser inmediatamente puesto en conocimiento por ante la autoridad administrativa de contralor y/o por ante la autoridad judicial competente, la existencia de hechos, omisiones o actos que encuadren en los supuestos normados por la Convención Interamericana contra la Corrupción, cuyas medidas preventivas resultan absolutamente obligatorias en el accionar estatal.

Artículo 16°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo provincial.-


JOSE CARLOS MARTINEZ
Legislador
A.R.I.


MANUEL RAIMBAULT
Legislador
A.R.I.