



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad



e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N

ORDENANZA XI – N° 2

(Antes Ordenanza 52/19)

ARTÍCULO 1.- Se crea el Régimen Municipal de Regulación de la Publicidad Oficial que tiene por objeto ordenar y reglamentar el procedimiento de la asignación presupuestaria prevista para la publicidad oficial. El mismo depende de la Secretaría de Gobierno a través de la Dirección Municipal de Prensa y Difusión.

La Dirección Municipal de Prensa y Difusión tiene la función de confeccionar el Plan Anual de Publicidad Oficial, previsto en la presente, así como su presupuesto y efectuar las contrataciones conforme al mismo.

ARTÍCULO 2.- Se denomina publicidad oficial a todo anuncio, aviso o comunicación, efectuado a través de cualquier medio de comunicación y en cualquier soporte, originado, promovido o contratado bajo cualquier modalidad por el Departamento Ejecutivo Municipal, el Concejo Municipal, los entes descentralizados y los organismos autárquicos de la Municipalidad de 25 de Mayo. La publicidad oficial debe ser clara, objetiva, fácil de entender y relevante para la ciudadanía.

Su objeto es garantizar la vigencia del principio republicano de publicidad de los actos de gobierno y el derecho a la información pública. Su adjudicación se rige por los principios de transparencia, eficacia, pluralismo y austeridad. La presente Ordenanza establece pautas objetivas para asegurar la distribución equitativa y no discriminatoria de espacios en los medios de comunicación social que se inscriban en el Registro Municipal de Medios de Comunicación creado para tal fin.

La publicidad oficial no puede incluir mensajes discriminatorios ni contrarios a los principios constitucionales. La publicidad oficial de los entes autárquicos y servicios concesionados del Municipio debe tener relación directa con el objeto social de los mismos.

ARTÍCULO 3.- La publicidad de los actos, programas, obras, servicios y campañas de los órganos públicos, debe tener carácter educativo, informativo y de orientación social, no pudiendo constar en ella nombres, símbolos o imágenes que supongan promoción personal de las autoridades o funcionarios públicos.

ARTÍCULO 4.- Para efecto de esta Ordenanza se entiende por:

1) publicidad de actos de gobierno: es la publicación en medios de difusión radial, gráficos, televisivos y páginas web de las ordenanzas, 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. También los contratos, convenios o concesiones de explotación en los que sea parte el



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad



e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N

Estado Municipal, ya sea a través del Poder Ejecutivo o sus entes descentralizados u organismos autárquicos;

2) 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 Municipal 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 municipales 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.

ARTÍCULO 5.- Todo asunto vinculado con la publicidad oficial debe regirse por los siguientes principios generales:

- 1) interés general y utilidad pública. La publicidad oficial debe ofrecer información de interés general y utilidad pública para la ciudadanía y no debe perseguir fin distinto al de lograr el bienestar general de la comunidad;
- 2) 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 la utilización de los recursos públicos destinados a la publicidad oficial;
- 3) pluralidad de medios. La publicidad oficial debe distribuirse entre los medios de comunicación respetando su pluralidad. La asignación no debe afectar la independencia y el ejercicio de las libertades de información, pensamiento, expresión y prensa, evitando beneficios o marginaciones fundadas en razones ideológicas, políticas o partidarias;
- 4) razonabilidad de la inversión. Debe existir proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido;
- 5) eficacia y eficiencia. La publicidad oficial debe alcanzar los objetivos propuestos al menor costo posible;
- 6) igualdad y diversidad social y cultural. La publicidad oficial contribuye a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres, y respeta la diversidad social y cultural presente en la sociedad;
- 7) accesibilidad. Se procura el más completo acceso a la información a las personas con cualquier tipo de discapacidad para que puedan tomar adecuado conocimiento de la publicidad oficial. La misma contiene, a cargo del Municipio, una traducción paralela en lengua de señas o subtítulo electrónico;
- 8) fomento de soportes respetuosos con el medio ambiente. Se otorga preferencia a los soportes que, sin merma de la eficacia de la campaña, sean respetuosos con el medio ambiente.



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**

CAPITAL Provincial de la Amistad

e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar

TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N



ARTÍCULO 6.- El presente régimen abarca la publicidad oficial realizada en los siguientes medios:

- 1) televisivos;
- 2) radiofónicos;
- 3) internet y soportes informáticos;
- 4) gráficos;
- 5) vía pública;
- 6) espectáculos públicos y espacios en eventos de acceso público, conferencias, talleres, seminarios, congresos, ferias y exposiciones.

Esta lista es meramente enunciativa, debiendo incorporarse toda nueva técnica de difusión conforme los avances en la materia.

ARTÍCULO 7.- Se dispone que queden excluidas del presente régimen las publicaciones que deban difundirse por mandato legal.

ARTÍCULO 8.- Sólo se puede promover o contratar publicidad oficial cuando tenga alguno de los siguientes objetivos:

- 1) difundir las políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes y sean de relevancia e interés social;
- 2) estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública;
- 3) promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales;
- 4) informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;
- 5) informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares;
- 6) difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general;
- 7) difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen;
- 8) advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios;
- 9) anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural;
- 10) preservar el medio ambiente, difundir y promocionar la cultura y el patrimonio histórico y natural de la ciudad;
- 11) promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos que competen a la salubridad, seguridad pública o recursos naturales.



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad

e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N



12) informar al respecto de conductas a adoptar por los habitantes ante situaciones de emergencia.

ARTÍCULO 9.- La publicidad oficial debe:

- 1) ser de estricto contenido fáctico, expresado de forma objetiva y sencilla, utilizando un lenguaje de fácil comprensión;
- 2) identificar claramente e incluir la mención de la dependencia promotora;
- 3) responder siempre a una necesidad genuina de comunicación, no admitiéndose publicidad superflua.

ARTÍCULO 10.- No se puede promover o contratar publicidad oficial:

- 1) que tenga como finalidad promover directa o indirectamente los logros de gestión o los intereses del propio gobierno;
- 2) que, por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, promueva, difunda o favorezca la discriminación, exclusión o diferencia por motivos de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política, filosófica o gremial, sexo, género, orientación sexual, posición económica, condición social, grado de instrucción o caracteres físicos;
- 3) que incite, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico;
- 4) que manifestamente menoscabe, obstaculice o perturbe las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias;
- 5) que induzca a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier agrupación política u organización social;
- 6) que contenga orientación partidaria. El manejo de los medios e instrumentos publicitarios de los que haga uso el sector público estatal, no deberá tener puntos de similitud conceptual, gráfica o visual con ningún partido político;
- 7) en la que aparezca la imagen o la voz de un funcionario o de algún candidato a cualquier cargo electivo;
- 8) que provoque el descrédito, denigración o menosprecio, directo o indirecto, de una persona física o jurídica, privada o pública;
- 9) que contenga información que sea engañosa, subliminal o encubierta.

ARTÍCULO 11.- La publicidad oficial se suspende con 30 días de anticipación a la realización de los comicios para la elección de Intendente y Concejales. Lo dispuesto en el presente Artículo no es aplicable en los siguientes casos:

- 1) actividad relacionada con la organización y desarrollo de los procesos electorales;
- 2) actividad publicitaria estrictamente necesaria para el correcto funcionamiento de los servicios públicos;



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad



e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N

- 3) emergencias que pongan en riesgo la salud o la seguridad de la población;
- 4) actividad publicitaria que esté exigida por ley específica;
- 5) eventos culturales, eventos deportivos y promoción de jornadas y congresos de interés público.

ARTÍCULO 12.- El Departamento Ejecutivo Municipal desarrolla un Plan Anual de Publicidad Oficial que contiene la estrategia de comunicación para el ejercicio presupuestario entrante. Dicho Plan es elevado al Concejo Municipal con el Proyecto de Presupuesto para su correspondiente aprobación. En el Plan Anual deben especificarse los requerimientos presupuestarios para el diseño, producción o difusión de la publicidad oficial que se prevea desarrollar, y debe detallarse:

- 1) 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 y dependencias solicitantes;
- 2) características que deben reunir los medios de comunicación para que la publicidad oficial alcance a los destinatarios y se logren los objetivos propuestos.

ARTÍCULO 13.- En el Plan Anual se propondrá la distribución efectiva de la publicidad oficial en porcentajes proporcionales a la cantidad de medios:

- 1) de los medios:
 - a) medios y programas radiales;
 - b) medios gráficos;
 - c) medios y programas televisivos;
 - d) portales electrónicos;
 - e) vía pública y espectáculos;
- 2) se debe distribuir el mismo espacio a todos los medios que se encuentren dentro de la misma categoría, para lo cual dichos medios deben inscribirse en el Registro Municipal de Medios de Comunicación de 25 de Mayo.

ARTÍCULO 14.- El Concejo Municipal debe elaborar, conforme lo establecido en los Artículos 12 y 13 de la presente, el Plan Anual de Publicidad Oficial cumplimentando con todas las exigencias previstas para el Poder Ejecutivo Municipal contenidas en la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 15.- El Departamento Ejecutivo Municipal envía semestralmente al Concejo Municipal un informe detallado sobre el grado de cumplimiento del plan publicitario elaborado, los montos ejecutados y los medios de comunicación utilizados, a fin de poder evaluar si se ha logrado la efectividad de los mensajes publicitarios oficiales, racionalidad en el uso de los fondos públicos y pluralismo informativo. El mismo debe ser puesto de



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad



e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N

inmediato en conocimiento del público a través del sitio en internet de la Municipalidad de 25 de Mayo.

ARTÍCULO 16.- Se crea el Registro Municipal de Medios de Comunicación de 25 de Mayo con el objeto de inscribir, de manera gratuita, a todas las personas físicas o jurídicas tales como medios de comunicación, productoras independientes, agencias de publicidad y programas radiales o televisivos que deseen ser adjudicatarios de publicidad oficial.

El mismo está a disposición de la ciudadanía en el sitio web de la Municipalidad y debe contener:

- 1) identidad del interesado o datos del/de los propietarios, responsables legales, administradores o apoderados del medio de comunicación, agencia de publicidad, productora independiente y programas radiales o televisivos;
- 2) fecha de inicio de la actividad;
- 3) especificación del servicio;
- 4) en los casos que corresponda, distribución, alcance, circulación, tirada, audiencia o visitas (web);
- 5) tarifas;
- 6) de corresponder, inscripción provisoria o definitiva ante el Servicios Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

ARTÍCULO 17.- Los interesados en ser adjudicatarios de publicidad oficial deben cumplir los siguientes requisitos:

- 1) acreditar el cumplimiento de las leyes vigentes para la actividad del medio;
- 2) acreditar no tener deudas impositivas con la municipalidad;
- 3) tener regularizados todos los tributos nacionales y provinciales;
- 4) disponer de un espacio gratuito en los casos de declaración de emergencia municipal, provincial o nacional, por el tiempo que dure la misma, a los efectos de contribuir con la debida información para la población.

ARTÍCULO 18.- La inscripción en el Registro de los medios de comunicación, productoras independientes, agencias de publicidad y programas radiales o televisivos, no implica proceso de legalización alguno ni tampoco supone el cumplimiento de otras leyes vigentes para la actividad. Además, reviste carácter de Declaración Jurada y el falseamiento de datos dará lugar a la exclusión del listado de distribución de pautas oficiales y las correspondientes acciones penales judiciales.

ARTÍCULO 19.- La Dirección Municipal de Prensa y Difusión no puede pautar por sí o por cuenta y cargo de otros organismos oficiales, la emisión de avisos publicitarios a través de



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad

e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N



medios, agencias, productoras y programas radiales o televisivos que no se encontraren inscriptas en el Registro cuya creación se dispone en la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 20.- Puede contratar pauta oficial con medios de comunicación, productoras independientes, agencias de publicidad y programas que no se hallen inscritos en el Registro Municipal de Medios de Comunicación cuando por las características de la publicidad a realizar sea menester efectuarla fuera de la ciudad, ad referendum del Concejo Municipal.

ARTÍCULO 21.- El Departamento Ejecutivo debe convocar de manera fehaciente a todos los medios de comunicación, productoras independientes, agencias de publicidad y programas radiales o televisivos a los efectos de la inscripción en el Registro Municipal de Medios de Comunicación.

ARTÍCULO 22.- El Municipio se reserva el derecho de rescindir en forma unilateral los contratos de publicidad oficial cuando deje de emitirse al aire o publicarse, según su formato, con la periodicidad pactada en el momento de la firma del contrato o cuando sea comprobado, el incumplimiento de alguno de los requisitos fijados por la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 23.- Sanciones. El incumplimiento de las disposiciones de la presente ley es considerado falta grave, sin perjuicio de las sanciones y responsabilidades administrativas, civiles y penales que pudieran corresponderle a las/os funcionarias/os que incurran en dicha conducta. Cualquier persona puede solicitar ante los tribunales competentes de la ciudad el cese de dichos incumplimientos.

ARTÍCULO 24.- La celebración de contratos de publicidad para los fines de la publicidad de actos de gobierno y la publicidad institucional legalmente autorizado, es siempre publicada en el Boletín Oficial.

ARTÍCULO 25.- Se comunica al Departamento Ejecutivo Municipal.



TABLA DE ANTECEDENTES

ORDENANZA XI – N° 2

(Antes Ordenanza 52/19)

Artículo del Texto Definitivo	Fuente
Art. 1/24	Texto original.
Art. 25	Anterior artículo 26. De forma.

Artículo suprimido:

Artículo 25: caducidad por plazo cumplido.

Observaciones:

- 1- Se aplicaron las reglas generales del lenguaje y de Técnica Legislativa actual.
- 2- En el Texto Definitivo se corrigen los verbos, modificando en tiempo presente modo indicativo, conforme la Técnica Legislativa actual.
- 3- En el Texto Definitivo se sustituyen los verbos “Créese”, “Denomínese”, “Dispóngase” y “Créase”, por “Se crea”, “Se denomina” y “Se dispone” a fin de guardar observancia con las disposiciones reglas generales del lenguaje y de técnica legislativa actual, en relación con la preferencia de la escritura de los verbos en tiempo presente modo indicativo.
- 4- En el Texto Definitivo se sustituye la fórmula “y/o” por la conjunción “o”, dado que el uso de la antedicha expresión es desaconsejable porque es una fórmula innecesaria, redundante y puede generar ambigüedad o confusión en algunos casos. La conjunción “o” expresa en español el valor de suma y el valor de alternativa conjuntamente.
- 5- En el Artículo 4 se readecua la enumeración de los incisos utilizando la numeración arábica, y al finalizar el párrafo del inciso 2 se suprime la expresión “entre otros”, todo conforme la Técnica Legislativa actual.
- 6- En el Artículo 5 se readecua la enumeración de los incisos utilizando la numeración arábica, y se sustituye el punto final (.) al finalizar cada inciso por punto y coma (;), conforme la Técnica Legislativa actual.
- 7- En el Artículo 6 se readecua la enumeración de los incisos utilizando la numeración arábica, y al finalizar el párrafo del inciso 6 se suprime la expresión “entre otros”, y se elimina los paréntesis de la frase “conferencias, talleres, seminarios, congresos, ferias y exposiciones” todo conforme la Técnica Legislativa actual y ara una mejor comprensión del texto definitivo.



**HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE
DEL MUNICIPIO DE 25 DE MAYO
PROVINCIA DE MISIONES**
CAPITAL Provincial de la Amistad
e-mail hcd@25demayomisiones.gob.ar
TE. 03755 493402 - 493199 CP AZA3379 – Manuel Belgrano S/N



- 8- En el Artículo 8 se readecua la enumeración de los incisos utilizando la numeración arábica, se sustituye el punto final (.) al finalizar cada inciso por punto y coma(;), y al finalizar el inciso 11 se suprime la expresión “entre otros”, conforme la Técnica Legislativa actual.
- 9- En el Artículo 9, 10, 12 y 13 se readecua la enumeración de los incisos utilizando la numeración arábica, conforme la Técnica Legislativa actual.
- 10-En el Artículo 11, 16 y 17 se agrega incisos a los fines de facilitar la comprensión del mismo, de organización y sistematización.
- 11-En el inciso 2 del Artículo 13 se suprime las comillas de la frase “*Registro Municipal de Medios de Comunicación de 25 de Mayo*”.
- 12-En el Artículo 16 se añade la denominación de las siglas ENACOM.
- 13-El Artículo 25 es Artículo de forma. Una disposición final que se incluye al final del texto legislativo y que tiene como propósito establecer las formalidades relacionadas con la promulgación, la publicación y la entrada en vigencia de la ley, es la parte final de la norma que regula los aspectos formales de su aplicación y difusión. Es una forma de dar cumplimiento al Artículo 80 de la Constitución Nacional, al Artículo 103 de la Constitución Provincial y el Artículo 123 inciso C de la Carta Orgánica de la Municipalidad de 25 de Mayo. Por consiguiente, se consignó con la siguiente frase “*Se comunica al Departamento Ejecutivo Municipal*”.