



Concejo Municipal
de Rosario



Palacio Vasallo
PUESTA EN VALOR 2016

DESPACHO BORRADOR-SIN APROBAR

Expediente N° 271811-P-2024. C.M.-

Concejo Municipal

La Comisión de Gobierno ha tomado en consideración el proyecto de Ordenanza del Concejal Agapito Blanco, mediante el cual el Concejo Municipal establece la prohibición de publicidad en la vía pública de productos y/o servicios prohibidos para menores.

Se fundamenta que: "Visto: Los anuncios publicitarios exhibidos en la vía pública que promocionan productos o servicios prohibidos para menores de dieciocho años.

Considerando: Que los receptores de la publicidad en la vía pública son todos aquellos que circulan por la misma, sin distinción de edades.

Que en este sentido, existe la responsabilidad de elaborar mensajes publicitarios, teniendo en cuenta la protección que los niños, niñas y adolescentes que lo requieren por su especial condición de vulnerabilidad.

Que los niños y adolescentes son un sector vulnerable de nuestra sociedad, por lo tanto, el desarrollo de la infancia interpela a la sociedad en su conjunto y compromete a cada uno de los actores sociales a intervenir en forma efectiva en la procura del respeto, la promoción, protección y defensa de sus derechos.

Que los niños y niñas son incapaces de comprender de manera crítica la publicidad, es decir, son propensos a aceptar los mensajes publicitarios como imparciales y a creer textualmente lo que dicen sin poner en duda la veracidad de los contenidos.

Que la Convención sobre los Derechos del Niño es el tratado internacional adoptado por la Asamblea General de Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1989, que reconoce a todas las personas menores de 18 años como sujetos de pleno derecho.

Que Argentina ratificó la Convención en 1990 y en 1994 le otorgó rango constitucional en el art. 75 inc. 22. Desde entonces el Estado argentino está obligado a garantizar todos los derechos establecidos en la Convención a todos los niños, niñas y adolescentes que viven en nuestro país.

Que el hecho de dirigir publicidades que afecten a niños es en sí mismo es una vulneración de sus derechos, dado que su influencia es mayor que en los

adultos, su libertad de elección puede verse afectada y en el caso de algunos productos específicos, también su derecho a la salud, independientemente de que se interparen o no a los niños como consumidores.

Que los peligros que pueden generar publicidades irresponsables son altos porque pueden poner en riesgo la integridad física y mental de los niños.

Que tal es así que en muchos países del mundo las empresas ya están llevando adelante políticas corporativas orientadas a proteger a los niños, niñas y adolescentes de las comunicaciones comerciales.

Que la Ley de Servicios Comunicación Audiovisual (Ley N° 26.522), en su artículo 81 en su inciso h, establece que “ La publicidad destinada a niñas y niños no debe incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia y credulidad.”

La Comisión ha creído conveniente producir despacho favorable y en consecuencia propone para su aprobación el siguiente proyecto de:

ORDENANZA

Artículo 1.- Prohíbese la publicidad y promoción en la vía pública ya sea estática, móvil, sonora o pantallas led, de productos o servicios prohibidos a menores de dieciocho años. Tal prohibición no incluye la publicidad de productos artísticos y culturales.

Art. 2.- Modifíquese el Artículo 246 del Código de Convivencia que quedará redactado de la siguiente manera:

“Art. 246°.- La propaganda o publicidad directa o indirecta, por cualquier medio que fuere, que tenga por fin la difusión, promoción, incitación a la venta y/o al consumo de cigarrillos, tabaco y otros productos hechos con tabaco, será sancionada con multa de 75 a 375 UF y/o clausura de diez (10) a treinta (30) días y/ o comiso de los elementos utilizados para la misma. Si la publicidad se hubiere realizado a través de empresa publicitaria, ésta será sancionada con multa de 150 a 1900 UF más suspensión para la tramitación de todo lo relacionado a permisos de publicidad de veinte (20) a ciento cincuenta (150) días. La tabacalera favorecida con la publicidad, será sancionada con multa de 2000 a 8000 UF y si tuviere establecimientos en la ciudad de Rosario, se podrá ordenar la caducidad de la/s habilitación/es otorgada/s. En caso de reincidencia se aplicará lo dispuesto en el artículo 52°. **La propaganda o publicidad directa o indirecta, por cualquier medio que fuere, que tenga por fin la difusión, promoción incitación a la venta y/o al consumo de productos o servicios prohibidos para menores de dieciocho años será sancionada con multa de 75 a 375 UF y/o clausura de diez (10) a treinta (30) días y/o comiso de elementos utilizados para la misma.**”

Art. 3.- Comuníquese con sus considerandos, etc.

Sala de Comisiones, de de 2024.-