

HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE**14-12-10**

-En la ciudad de Mar del Plata, Partido de General Pueyrredon, a los catorce días del mes de diciembre de dos mil diez, reunidos en el recinto de sesiones del Honorable Concejo Deliberante, y siendo las 11:00, dice el

Sr. Presidente: A continuación, hará uso de la palabra -en el mismo marco de excepcionalidad que hemos dado para que se utilice la Banca Abierta- la señora Viviana Jalil, en representación de la Cámara Argentina de Publicidad. Bienvenida, Viviana Jalil, la escuchamos atentamente.

Sra. Jalil: Buen día y gracias por habernos dado la Banca Abierta. Para mí es muy incómodo, como ciudadana marplatense, nativa de Mar del Plata, en estos momentos estoy representando a la Cámara Argentina de Publicidad en Vía Pública y a todas las empresas marplatenses que trabajamos en esta ciudad en una actividad lícita hasta ahora desde hace muchos años, desde que Mar del Plata empezó con esas postales, con esa rambla de madera; ya en ese momento había publicidad en Mar del Plata. Esto es muy difícil porque siempre estuvimos de acuerdo en consensuar todas las empresas un código de publicidad, pero evidentemente nos encontramos con que esto es producto, de un trabajo de algún funcionario sin haber armado previamente una comisión mixta que pudieran evaluar los intereses de los administrados, que en última instancia somos todos los ciudadanos de Mar del Plata. Acá hay cuestiones de las que se habla, que las vengo hablando desde hace mucho tiempo. No funciona respondiendo a un plan estratégico, no lo remite a un plan estratégico, es muy caprichoso; es mucho más profundo discutir un plan estratégico de Mar del Plata porque se debería discutir también cuál es el alcance de la publicidad porque es muy importante para una ciudad a temporal. La publicidad en una ciudad turística es muy importante porque todos los locales comerciales se ven beneficiados en su rentabilidad, ayudados además de que crean muchísima innovación tecnológica con el tiempo. Armar una ciudad que esté ausente de publicidad es aplanarla, es hacerla residencial absolutamente, cuando esta es una ciudad turística y festiva. Esto lo vengo hablando hace muchísimo tiempo en reiteradas reuniones que tuvimos con distintos concejales, cuando vinimos a buscar el proyecto para saber en qué términos estaba porque estamos con una incertidumbre y una angustia hace dos años, en los cuales no podemos trabajar. Los puestos de trabajo que van a quedar vacantes van a crear muchísima judicialización y recursos de amparo, que lamentablemente también vamos a tener que pagar todos los ciudadanos de Mar del Plata, en pos de una cuestión estética, que también es absolutamente discutible. Al no crearse una comisión mixta de elaboración, podemos decir que este código tiene el mismo autoritarismo que el código que se pretende desechar, que es el código de los militares. De alguna manera, no estuvimos todos trabajando conjuntamente en el alcance de un ordenamiento. Es una prohibición total de empresas lícitas que vienen trabajando en Mar del Plata desde hace muchísimo tiempo. Son muchas más las empresas que van a dar quedar afectadas; son muchos más los locales comerciales que van a lograr recursos de amparo y judicialización que realmente va a ser perjudicial para Mar del Plata. En este momento que pensamos que no existe presupuesto, que estamos sin dinero, que tenemos que pedir a la Provincia que nos mande dinero, dejar sin trabajo a familias que no van a poder pagar sus impuestos, a empresas que no van a poder continuar su actividad de tanto tiempo, creo que es absolutamente arbitrario y autoritario. Me queda decir que también atenta contra la libertad de expresión, que es uno de los temas más importantes porque entendemos que al no poder publicitar ni siquiera las campañas políticas, que son parte de nuestra cultura ... A ver, el anuncio publicitario tiene que ver con una cultura. Yo no puedo armar un código pensando en ciudades que no tienen nada que ver con Mar del Plata. No puedo extraer el código de Rosario, no puede tomar el código de La Plata, no puedo hablar del de San Pablo, que tuvo muchísimas cuestiones que no funcionaron y donde los locales comerciales vieron disminuida su rentabilidad y tuvieron que disfrazar a personas en la calle para hacer que la gente entrara a los locales comerciales. Se necesita un tratamiento consensuado y el espíritu de este código no lo tiene. Creo que es caprichoso, autoritario, va a generar muchos problemas para los usuarios y locales de Mar del Plata y básicamente lo que va a generar es una cantidad de judicialización e impugnaciones que va a perjudicar a todo el sector. Nos va a perjudicar a nosotros

como empresas, va a perjudicar al Municipio, etc. Yo analicé 25 códigos, en realidad ninguno es criterioso y básicamente lo que va a generar es mayor desempleo. Desde ya les digo a los concejales que lo van a votar que no estamos de acuerdo, que lo vamos a impugnar desde el punto de vista legal, que todos los concejales que lo voten son responsables de las acciones legales que después van a acontecer. Los ciudadanos de Mar del Plata vamos a tener que abordar una situación muy difícil. Lo que nosotros pedimos es: una comisión mixta en la que realmente haya consenso y podamos trabajar todos juntos, que es algo que venimos pidiendo hace mucho tiempo. No vamos a hablar punto por punto, de la cantidad de cosas que son también muy importantes y que son para hablar en las diferentes comisiones de trabajo. Les pido a los gobernantes que piensen en la gente, no estoy abonando ninguna teoría conspirativa, no me interesa, pero como ciudadana que está fuera de la política y del discurso político, les pido por favor que piensen en la gente. Nada más.

-Aplausos.

Sr. Presidente: Gracias, señora Jalil.

-Es la hora 11:07