



Concejo Municipal De Rosario

EXPTE N: 253841-P-2019

CAUSANTE: CARDOZO C

TIPO DE PROYECTO: DECRETO

**CARATULA: SOLICITA AL D.E. INFORME SOBRE
CONTRATACION DE AGENCIAS DE
PUBLICIDAD, SEGUN DETALLE**

COMISION DESTINO: GOBIERNO

OTRAS COMISIONES:

EXPEDIENTES AGREGADOS:

FECHA DE INGRESO A SESION: Feb. 27, 2020



Concejo Municipal
de Rosario



Palacio Vasallo
PUERTA EN VALOR 2016

Visto

El cambio de logotipos e imagen visual por parte de la gestión municipal recién asumida y

Considerando

Que si bien es reconocida globalmente la aptitud de Ronald Shakespeare en el diseño gráfico, con numerosos premios ganados y galardones obtenidos, como así también la trayectoria de Lorenzo Shakespeare, hijo de Ronald, es llamativo que en 2013 se haya encarado la formulación de un “Plan Visual Rosario” a cargo de Diseño Shakespeare (la agencia de Ronald y Juan), sin cambiar el histórico logo naranja de la Municipalidad (el reconocido MR) y unos años después, y a cargo de la agencia Lorenzo Shakespeare Diseño, se encargó la reformulación total de la imagen visual municipal, habiendo transcurrido ya seis años de los ocho de gestión de Fein.

Que de toda esta serie de contrataciones surgen diversas preguntas:

- Por que se decidió contratar un Plan Visual sin modificar los logos y unos años después se contrata a una agencia del mismo grupo familiar para reformular de manera absoluta la imagen del municipio?
- Cuales fueron los mecanismos de selección, concursos, licitaciones, llamados públicos o privados para la adjudicación a Diseño Shakespeare del Plan Visual Rosario y a Lorenzo Shakespeare Diseño para la campaña Rosario=?
- Cual fue el gasto que insumió este triple cambio de imagen visual de la Municipalidad de Rosario durante la gestión de Mónica Fein: de 2011 a 2013 mantuvo la estética de la gestión de Miguel Lifschitz, de 2013 a 2016 se implementó el “Plan Visual” cambiando partes de la imagen pero manteniendo el logo naranja y de 2016 a 2019 con la contratación e implementación de la imagen “Rosario=”, esta última que solo cubrió el tramo final de su gobierno y hoy (aparente y justificadamente, ya que resulta casi lógico que el nuevo intendente desee dar nueva personalidad a su gestión tras 30 años de un mismo signo político a través de una nueva imagen visual)?

Que en la página del estudio Lorenzo Shakespeare Diseño se esbozan los fundamentos de la campaña “Rosario=”, con fundamentos de épica cuasi fundacional, cuando estaba modificando los logos de un proceso político que estaba en el final de su mandato: “la Municipalidad de Rosario necesitaba (sic) concebir a su ciudad como una marca: como una abstracción que evocara valores, promesas, aspiraciones y significados. Sintetizar las representaciones que la sociedad ha construido histórica e inconscientemente en torno a ella en una identidad clara, ordenada, potente y flexible”.

Por todo lo expuesto, el concejal abajo firmante solicita a sus pares la aprobación del presente proyecto de

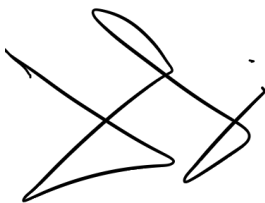
DECRETO

Art. 1- El Concejo Municipal vería consagrado que el DEM informe los métodos contratación, la selección de los estudios de diseño y/o agencias de publicidad de la que resultó el cambio total de la imagen visual de la Municipalidad de Rosario, como se determinó al adjudicatario de ese trabajo (el estudio Lorenzo Shakespear Diseño de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), cual fue el monto del contrato con dicho estudio, cual fue el gasto que insumió la rotulación de todos los edificios públicos, todos los vehículos de la flota municipal, la folletería y papelería del municipio.

Art. 2- Del mismo modo preguntar al DEM cual fue el gasto que insumió el “Plan Visual Rosario”, oportunamente presentado en el año 2013 (también durante la gestión de Mónica Fein), cuales fueron los criterios de selección del estudio de diseño que llevó adelante dicho trabajo (Ronald y Juan Shakespear, del estudio Diseño Shakespear, de la localidad de Martínez, en la provincia de Buenos Aires), si se realizó una pre selección entre agencias de publicidad y/o estudios de diseño para arribar a la adjudicataria, cual fue el costo del contrato con la agencia Diseño Shakespear de Ronald y Juan Shakespear para la realización del denominado “Plan Visual Rosario”, si hubo algún estudio que aconsejó mantener el antiguo logo de la Municipalidad de Rosario y adaptarlo a las normativas gráficas de este “Plan” y cual fue el monto que insumió el cambio de la cartelería de vía pública, señalización horizontal y vertical, folletería y papelería y demás acciones en donde se implementó este programa.

Art. 3- Comuníquese con sus considerandos.

Antesala, 30 de Diciembre, 2019



Cardozo Carlos A.



Concejo Municipal
de Rosario



Palacio Vasallo
PUERTA EN VALOR 2016

Expediente Nro. 253.841-P-2019. C.M.-

Concejo Municipal

Vuestra Comisión de Gobierno ha tomado en consideración el proyecto de Decreto presentado por el Concejal Carlos Cardozo, mediante el cual solicita al Departamento Ejecutivo Municipal informe sobre contratación de agencias de publicidad, según detalle.

Se fundamenta que: “Visto: El cambio de logotipos e imagen visual por parte de la gestión municipal recién asumida, y;

Considerando: Que si bien es reconocida globalmente la aptitud de Ronald Shakespear en el diseño gráfico, con numerosos premios ganados y galardones obtenidos, como así también la trayectoria de Lorenzo Shakespear, hijo de Ronald, es llamativo que en 2013 se haya encarado la formulación de un “Plan Visual Rosario” a cargo de Diseño Shakespear (la agencia de Ronald y Juan), sin cambiar el histórico logo naranja de la Municipalidad (el reconocido MR) y unos años después, y a cargo de la agencia Lorenzo Shakespear Diseño, se encargó la reformulación total de la imagen visual municipal, habiendo transcurrido ya seis años de los ocho de gestión de Fein.

Que de toda esta serie de contrataciones surgen diversas preguntas:

- Porqué se decidió contratar un Plan Visual sin modificar los logos y unos años después se contrata a una agencia del mismo grupo familiar para reformular de manera absoluta la imagen del municipio?
- Cuáles fueron los mecanismos de selección, concursos, licitaciones, llamados públicos o privados para la adjudicación a Diseño Shakespear del Plan Visual Rosario y a Lorenzo Shakespear Diseño para la campaña Rosario=?
- Cuál fue el gasto que insumió este triple cambio de imagen visual de la Municipalidad de Rosario durante la gestión de Mónica Fein: de 2011 a 2013 mantuvo la estética de la gestión de Miguel Lifschitz, de 2013 a 2016 se implementó el “Plan Visual” cambiando partes de la imagen pero manteniendo el logo naranja y de 2016 a 2019 con la contratación e implementación de la imagen “Rosario=”, esta última que solo cubrió el tramo final de su gobierno y hoy (aparente y justificadamente, ya que resulta casi lógico que el nuevo intendente desee dar nueva personalidad a su gestión tras 30 años de un mismo signo político a través de una nueva imagen visual)?

Que en la página del estudio Lorenzo Shakespear Diseño se esbozan los fundamentos de la campaña “Rosario=”, con fundamentos de épica cuasi fundacional, cuando estaba modificando los logos de un proceso político que estaba en el final de su mandato: “la Municipalidad de Rosario necesitaba (sic) concebir a su ciudad como una marca: como una abstracción que evocara valores,

promesas, aspiraciones y significados. Sintetizar las representaciones que la sociedad ha construido histórica e inconscientemente en torno a ella en una identidad clara, ordenada, potente y flexible”.

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

D E C R E T O

(Nº

Artículo 1º.- El Concejo Municipal vería consagrado que el Departamento Ejecutivo Municipal informe los métodos contratación, la selección de los estudios de diseño y/o agencias de publicidad de la que resultó el cambio total de la imagen visual de la Municipalidad de Rosario, como se determinó al adjudicatario de ese trabajo (el estudio Lorenzo Shakespear Diseño de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), cual fue el monto del contrato con dicho estudio, cual fue el gasto que insumió la rotulación de todos los edificios públicos, todos los vehículos de la flota municipal, la folletería y papelería del municipio.

Art. 2º.- Del mismo modo preguntar al Departamento Ejecutivo Municipal cual fue el gasto que insumió el “Plan Visual Rosario”, oportunamente presentado en el año 2013 (también durante la gestión de Mónica Fein), cuales fueron los criterios de selección del estudio de diseño que llevó adelante dicho trabajo (Ronald y Juan Shakespear, del estudio Diseño Shakespear, de la localidad de Martínez, en la provincia de Buenos Aires), si se realizó una pre selección entre agencias de publicidad y/o estudios de diseño para arribar a la adjudicataria, cual fue el costo del contrato con la agencia Diseño Shakespear de Ronald y Juan Shakespear para la realización del denominado “Plan Visual Rosario”, si hubo algún estudio que aconsejó mantener el antiguo logo de la Municipalidad de Rosario y adaptarlo a las normativas gráficas de este “Plan” y cual fue el monto que insumió el cambio de la cartelería de vía pública, señalización horizontal y vertical, folletería y papelería y demás acciones en donde se implementó este programa.

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

Sala de Comisiones, de marzo de 2020.-

Magnani Marina

Fernanda Gigliani

Lopez Molina Rodrigo

Renata Ghilotti

Verónica Irizar

Fabrizio Fiatti

Tepp Caren

