

**GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES****DECRETO N° 122/GCABA/10**

SE VETA PARCIALMENTE EL PROYECTO DE LEY N° 3.391 - REGULACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, EL CONTENIDO, EL GASTO, LA CONTRATACIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN DE LA PUBLICIDAD OFICIAL DE TODA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - PUBLICACIONES OFICIALES - PRESUPUESTO - RECURSOS - DIFUSIÓN - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - INFORMACIÓN - ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - PAUTAS - PROHIBICIONES - FUNCIONARIOS - SANCIONES

Buenos Aires, 25 de enero de 2010

**VISTO:** El Proyecto de Ley N° 3.391, las Leyes N° 70 y 268, y el Expediente N° 26.500/10, y

**CONSIDERANDO:**

Que la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en su sesión de fecha 3 de diciembre de 2009, sancionó el Proyecto de Ley citado en el Visto, por el que se regula la producción, el contenido, el gasto, la contratación y la distribución de la publicidad oficial de toda la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

Que el Poder Ejecutivo comparte la finalidad de garantizar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a la publicidad oficial, elemento fundamental en la difusión de los actos de gobierno a los fines de su debido control republicano;

Que del examen del referido proyecto de Ley surge que su artículo 3° excluye de sus alcances la publicación de textos ordenados, actos administrativos o judiciales;

Que el artículo 5° dispone que la Publicidad Oficial debe servir a uno o más de los siguientes propósitos, consignándose en el inciso a): Informar al público sobre políticas, programas y servicios del Gobierno de la Ciudad en estado de ejecución y que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes;

Que el artículo 6° establece que los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial deben enviar a la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en forma anual, un plan estratégico de comunicación para el ejercicio presupuestario entrante, en cual debe detallarse (sic) la información que allí se consigna;

Que mediante el artículo 8° del proyecto de Ley bajo análisis se prohíbe incluir el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con funcionarios del sector público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; incluir frases, símbolos, logos, color y cualquier otro elemento identificable o que induzca a confusión con partidos o agrupaciones políticas; tener como finalidad principal influir en la decisión electoral de la población, ni fomentar la imagen positiva de cualquier funcionario público o del partido o sector gobernante, o la impresión negativa de una persona, sector, organización, agrupación o partido político; y realizarse en eventos, publicaciones o actividades cuyo objetivo sea la promoción de sustancias psicoactivas, tales como el alcohol, los psicofármacos, las bebidas energizantes y el tabaco.

Que el artículo 9° establece limitaciones a la publicidad durante los procesos electorales, disponiendo que el Gobierno y las restantes dependencias y organismos de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no deben emitir publicidad en ningún medio de comunicación durante los treinta (30) días inmediatamente anteriores a la fecha fijada para elecciones de autoridades locales;

Que el artículo 16 dispone que el Gobierno y las restantes dependencias y organismos de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires deberán publicar en sus respectivos sitios web el Plan Anual de Publicidad contemplado en el artículo 6°, el Informe Anual de Ejecución a que se refiere el artículo 7° y los registros de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad, contemplados en los artículos 10° y 11°;

Que el artículo 17, bajo el epígrafe de Sanciones, dispone: El incumplimiento de las disposiciones de la presente ley será 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 podrá solicitar ante los tribunales competentes de la Ciudad el cese de dichos incumplimientos;

Que el artículo 18 del proyecto de Ley en estudio prevé que en el caso de autorizarse una readecuación de partidas presupuestarias, la misma no podrá asignarse a publicidad oficial salvo expresa autorización legislativa.

Que la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires faculta al Poder Ejecutivo a vetar total o parcialmente un Proyecto de Ley sancionado por la Legislatura, expresando sus fundamentos;

Que dicha atribución examinadora del Poder Ejecutivo comprende la evaluación de los aspectos formales y materiales de la Ley, así como la oportunidad, mérito y conveniencia de las políticas proyectadas en la norma en análisis, siendo éste un verdadero control de legalidad y razonabilidad;

Que la previsión contenida en el artículo 3° del proyecto de Ley en examen carece de la claridad y precisión necesarias, ya que su redacción daría lugar a dudas respecto del régimen jurídico aplicable a las publicaciones oficiales incluidas en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires;

Que la referencia en el citado precepto a textos ordenados podría interpretarse en el sentido de que el legislador ha pretendido incluir en el régimen del proyecto de Ley en revisión otro tipo de textos normativos, por ejemplo, la publicación de leyes, situación por demás anómala ya que la misma es un requisito constitucional que hace a su vigencia;

Que la disposición del inciso a) del artículo 5° introduce una limitación de cuestionable razonabilidad, en tanto exige que la información se refiera a políticas, programas y servicios del Gobierno de la Ciudad en estado de ejecución y que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes, vedando sin mayor fundamento, entre otras, la información relativa a políticas, programas y servicios que se encuentren en etapas previas;

Que la prescripción del artículo 6° no indica a qué fines o con qué efectos jurídicos debe realizarse la presentación allí requerida, observándose que no surge del texto normativo proyectado si el órgano legislativo debe o puede aprobar o rechazar el plan estratégico;

Que dicha norma implica una indebida intromisión del Poder Legislativo en las incumbencias constitucionales de los restantes poderes, afectando el sistema republicano consagrado por el artículo 1° de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

Que en el caso del Poder Ejecutivo se restringen, sin sustento constitucional alguno, las atribuciones que le confieren los artículos 102 y 104 de la Ley Fundamental local, que ponen a su cargo la administración de la Ciudad, la planificación general de la gestión, la dirección general de la administración pública y la formulación y dirección de las políticas públicas;

Que las disposiciones constitucionales vigentes ya contemplan la intervención legislativa previa al inicio del correspondiente ejercicio presupuestario, en la oportunidad y a los fines establecidos por el artículo 80 inciso 12 de la Constitución local;

Que por las razones esgrimidas respecto del artículo 6° del proyecto de Ley en análisis, habrá de observarse consecuentemente el artículo 15, atento su directa vinculación;

Que respecto de esta última norma cabe señalar, además, que no se establecen los alcances y efectos de las observaciones que se prevé efectúe una Comisión de la Legislatura;

Que con respecto a las previsiones del artículo 8°, merece reproche la prohibición de incluir el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con funcionarios del sector público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (inciso a);

Que es frecuente que en diversas comunicaciones institucionales se muestren imágenes o voces de funcionarios, con la razonable finalidad de que aquellos que cumplen una función pública rindan cuentas de sus actos a la ciudadanía, y se den así a conocer;

Que es esa una forma de dar cumplimiento a uno de los principios básicos del sistema republicano, como lo es el control público de los actos de gobierno, desprovista de todo tipo de connotación partidaria;

Que ese principio comunicacional se verifica también en otras jurisdicciones de nuestro país, así como en otros países, donde los funcionarios públicos que llevan adelante una gestión pública comunican sus actos de gobierno;

Que desde el aspecto comunicacional, la aparición del funcionario público en especial el electo por la voluntad popular en los mensajes comunicacionales de gobierno, tiene como finalidad la rendición de cuentas permanente al votante acerca de las acciones que realiza en la gestión pública para la cual fue elegido, sobre el cumplimiento del programa de gobierno proyectado;

Que ese tipo de actos comunicacionales acerca la gestión pública a los vecinos y permite que los mismos conozcan el rostro de aquellos que tienen en sus manos la gestión de gobierno, e identifica su accionar público con su persona;

Que asimismo merece observación el inciso b) del artículo 8°, que establece la prohibición de incluir en la publicidad oficial frases, símbolos, colores o elementos que sean identificables o induzcan a confusión con partidos políticos;

Que dicha prescripción avanza sobre competencias originarias del Poder Ejecutivo, de conformidad con los artículos 102 y 104 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, ya citados;

Que corresponde al Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Comunicación Social, elaborar y ejecutar el programa de identidad e imagen global de la gestión de gobierno, de carácter hegemónico y transversal, con el propósito de garantizar una clara identificación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en sus comunicaciones públicas, determinando las pautas para la aplicación de los signos de identidad;

Que resulta improcedente que el Poder Legislativo determine qué elementos o símbolos o signos de comunicación deben prevalecer en los mensajes públicos del Poder Ejecutivo, si aquellos cumplen con la función principal de comunicar a los ciudadanos los mensajes de interés general o servicios a favor de la comunidad;

Que asimismo corresponde destacar que cada administración instituye una impronta de comunicación, y esa imagen, en términos comunicacionales, identifica las acciones de una gestión de gobierno en especial;

Que con respecto a las previsiones del artículo 9° del proyecto de Ley bajo análisis, el plazo allí establecido resulta ser excesivo y contrario al estipulado en similares términos por la Ley Nacional N° 26.571, que fija un plazo de quince (15) días de prohibición a la fecha prevista para la realización de las elecciones primarias y la elección general, plazo que aparece como más razonable en relación con la necesidad de comunicar las acciones de gobierno aún en épocas electorales;

Que en este sentido debe destacarse que en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires estas cuestiones se encuentran ya reguladas por la Ley N° 268, que prohíbe durante el plazo de duración de la campaña electoral la propaganda institucional que tienda a inducir el voto;

Que por los fundamentos expresados respecto del artículo 6° del proyecto de Ley sub examine, resulta observable la previsión del inciso a) del artículo 16, en tanto requiere la publicación del Plan Anual objetado;

Que en cuanto a la disposición del inciso c) del citado artículo 16, no se advierte la razonabilidad de que los registros de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad sean repetidamente publicados en los sitios web de todas y cada una de las dependencias y organismos de la administración pública del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires;

Que en lo que hace al artículo 17, se observa que en una norma relativa al régimen sancionatorio sobre el cual se hacen referencias de orden administrativo, civil y penal se introduce una cuestión de legitimación procesal, totalmente ajena a aquél, vinculada con el cese de los incumplimientos y no con las sanciones que por ellos correspondan;

Que merece reproche asimismo el artículo 18 del proyecto de Ley en estudio, que claramente afecta las competencias ya mencionadas, que al Jefe de Gobierno asigna la Constitución de la Ciudad (artículos 102 y 104);

Que, en este contexto, la Ley N° 70 de Sistema de Gestión, Administración Financiera y Control del Sector Público de la Ciudad, de raigambre constitucional, establece en su artículo 63 que la reglamentación establecerá los alcances y mecanismos para efectuar las modificaciones a la Ley de Presupuesto General que resulten necesarias durante su ejecución.

Que conforme el precepto legal citado corresponde a la Legislatura modificar la ley de Presupuesto General si resulta necesario durante su ejecución, cuando afecte al total del presupuesto, al monto del endeudamiento autorizado, así como incrementar los gastos corrientes en detrimento de los gastos de capital o de las aplicaciones financieras, cambiar la distribución de las funciones, y modificar el crédito total autorizado para las partidas de Transferencias y las de Personal con excepción de los refuerzos originados en el Crédito Adicional;

Que las demás modificaciones corresponden al Poder Ejecutivo, pudiendo delegar esta atribución en el órgano coordinador de la Administración Financiera y en el órgano rector del Sistema de Presupuesto, debiendo en todos los casos dichas modificaciones ser publicadas en forma íntegra en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires;

Que por ello, resultando la cuestión claramente de competencia del Poder Ejecutivo, el artículo 18 del proyecto de Ley en consideración debe ser observado;

Que por lo expuesto, corresponde ejercer el mecanismo excepcional del veto establecido por el artículo 88 de la

Que por lo expuesto, corresponde ejercer el mecanismo excepcional del veto establecido por el artículo 88 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por ello, y en uso de atribuciones constitucionales que le son propias,

**EL JEFE DE GOBIERNO  
DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES**

**DECRETA**

Artículo 1°.- Vétase parcialmente el Proyecto de Ley N° 3.391, sancionado por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en su sesión del día 3 de diciembre de 2009, en sus artículos 3°, 5° inciso a), 6°, 8° incisos a) y b), 9°, 15, 16 incisos a) y c), 17 y 18.

Artículo 2°.- El presente Decreto es refrendado por el señor Jefe de Gabinete de Ministros.

Artículo 3°.- Dése al Registro, publíquese en el Boletín Oficial de la Ciudad de Buenos Aires, remítase a la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por intermedio de la Dirección General de Asuntos Legislativos y Organismos de Control, y comuníquese a la Secretaría de Comunicación Social. Cumplido, archívese.

**ANEXOS**

**PROYECTO DE LEY N° 3.391**

Buenos Aires, 3 de diciembre de 2009.

**La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

**sanciona con fuerza de Ley**

Artículo 1°.- Objeto. El objeto de la presente ley es regular la producción, el contenido, el gasto, la contratación y la distribución de la Publicidad Oficial de toda la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como establecer mecanismos de control con el fin de garantizar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a tales fines.

Art. 2°.- Definición. A los fines de la presente Ley se entiende por Publicidad Oficial todo acto de comunicación efectuado por cualquier dependencia u organismo de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier soporte.

Art. 3°.- Exclusiones. Quedan excluidos de la presente Ley la publicación de textos ordenados, actos administrativos o judiciales.

Art. 4°.- Principios. Toda cuestión vinculada con la Publicidad Oficial debe observar los siguientes principios rectores.

a) Interés general y utilidad pública: la Publicidad Oficial debe ofrecer información de interés general y utilidad pública para los habitantes de la Ciudad y no debe perseguir fin distinto al de lograr el bienestar general de la comunidad.

b) Transparencia en el proceso de contratación: la asignación de Publicidad Oficial no debe afectar la independencia de los medios de comunicación y el ejercicio de las libertades de información, opinión, expresión y difusión, evitando beneficios o marginaciones fundadas en razones ideológicas, políticas y/o partidarias.

c) Equidad en la distribución y pluralidad de medios: la Publicidad Oficial debe distribuirse entre los medios de comunicación respetando su pluralidad a través de criterios equitativos.

d) Razonabilidad de la inversión: debe existir una proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido.

e) Claridad del mensaje: la Publicidad Oficial debe utilizar un lenguaje de fácil comprensión para la población objetivo.

f) Eficacia y eficiencia: la Publicidad Oficial debe alcanzar los objetivos propuestos al menor costo posible.

Art. 5°.- Propósitos. La Publicidad Oficial debe servir a uno o más de los siguientes propósitos:

a) Informar al público sobre políticas, programas y servicios del Gobierno de la Ciudad en estado de ejecución y que se encuentren efectivamente disponibles para los habitantes.

b) Informar al público sobre sus derechos y obligaciones.

c) Fomentar o desalentar un comportamiento social específico en interés de la comunidad.

d) Promover en el país y en el exterior, la inversión de capitales en la actividad económica y turística de la Ciudad de Buenos Aires.

e) Informar respecto de conductas a adoptar por los habitantes ante situaciones de emergencia.

Art. 6°.- Plan Anual de Publicidad Oficial. Los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial deben enviar a la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en forma anual, un plan estratégico de comunicación para el ejercicio presupuestario entrante, en cual debe detallarse:

a) Objetivos de las principales campañas.

b) Costos estimativos de esas principales campañas y

c) Unidad ejecutora solicitante de la campaña.

Art. 7°.- Informe Anual de Ejecución. El poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial deben presentar ante la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, antes del 30 de junio de cada año, un informe de gestión en materia de comunicación referido al período próximo pasado, en el cual debe detallarse:

a) Medios con los que se contrató Publicidad Oficial especificando el monto, los descuentos obtenidos, espacios y unidades de medida contratados y a qué campaña corresponden.

b) En caso que la publicidad no se hubiera contratado en forma directa con el medio, nombre y domicilio de la agencia o agente de publicidad por cuyo intermedio se hayan cursado las respectivas órdenes de emisión, publicación o similares, medio en el que fue emitida y demás ítems mencionados en el inciso a).

c) Razones que hubieran motivado el apartamiento del Plan Anual de Publicidad Oficial.

c) Razones que hubiesen motivado el apartamiento del Plan Anual de Publicidad Oficial.

Art. 8°.- Prohibiciones. La Publicidad Oficial no puede:

- a) Incluir el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con funcionarios del sector público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- b) Incluir frases, símbolos, logos, color y cualquier otro elemento identificable o que induzca a confusión con partidos o agrupaciones políticas.
- c) Tener como finalidad principal influir en la decisión electoral de la población, ni fomentar la imagen positiva de cualquier funcionario público o del partido o sector gobernante, o la impresión negativa de una persona, sector, organización, agrupación o partido político.
- d) Realizarse en eventos, publicaciones o actividades cuyo objetivo sea la promoción de sustancias psicoactivas, tales como el alcohol, los psicofármacos, las bebidas energizantes y el tabaco.

Art. 9°.- Limitaciones durante procesos electorales. El Gobierno y las restantes dependencias y organismos de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires no deben emitir publicidad en ningún medio de comunicación durante los treinta (30) días inmediatamente anteriores a la fecha fijada para elecciones de autoridades locales. Lo dispuesto en el presente artículo no es aplicable en los siguientes casos:

- a) Actividad relacionada con la organización y desarrollo de los procesos electorales.
- b) Actividad publicitaria estrictamente necesaria para el correcto funcionamiento de los servicios públicos.
- c) Emergencias que pongan en riesgo la salud o la seguridad de la población;
- d) Actividad publicitaria que esté exigida por ley específica.
- e) Eventos culturales, eventos deportivos y promoción de jornadas y congresos de interés público.

Art. 10.- Registro de Medios de Comunicación. Créase el Registro de Medios de Comunicación en el que deben encontrarse inscriptos los medios de comunicación interesados en recibir Publicidad Oficial. Sin perjuicio de la información que la autoridad competente considere necesario solicitar, en dicho Registro deberán consignarse los siguientes datos:

- a) Ambito geográfico de cobertura de los medios gráficos y, en el caso de medio televisivo o radial, definir el alcance de la señal.
- b) Perfil temático del medio.
- c) Cantidad de usuarios reales y potenciales.

Art. 11.- Registro de Agencias de Publicidad. Las agencias de publicidad, diseño, mercadotecnia y comunicación que deseen proveer servicios de diseño y producción de publicidad oficial deben inscribirse en el Registro Informatizado Único y Permanente de Proveedores regulado en el artículo 22 de la Ley 2095.

Art. 12.- Contratación y Procedimiento de Convocatoria. Los procedimientos para la contratación de Publicidad Oficial se rigen por la Ley de Compras y Contrataciones de la Ciudad, N° 2095.

Art. 13.- Sector Público. Los organismos del sector público, entre los que se encuentran la administración central, entes descentralizados, entidades autárquicas y cualquier otra entidad que pudiera depender del Poder Ejecutivo de la Ciudad, las Comunas, el Poder Legislativo, el Poder Judicial y los órganos creados por la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires y las empresas y sociedades del Estado y otras en las cuales el Estado de la Ciudad tenga participación mayoritaria en el capital o en la formación de las decisiones societarias, se encuentran alcanzados por los principios, propósitos y prohibiciones establecidas en los Arts. 4°, 5°, 8° y 9°.

Art. 14.- Autoridad de Aplicación. La Autoridad de Aplicación del Poder Ejecutivo para la aplicación de la presente ley será la Secretaría de Comunicación Social o aquella que en el futuro la reemplace. Los poderes Legislativo y Judicial designaran los funcionarios responsables de la aplicación de la norma.

Art. 15.- Seguimiento y Fiscalización de la Publicidad Oficial. La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tiene a su cargo la recepción del Plan Anual de Publicidad Oficial y del Informe Anual de Ejecución, previstos en los artículos 6° y 7°, remitiéndolo a la Comisión de Comunicación Social, que deberá realizar el análisis y las observaciones que correspondan.

Art. 16.- Acceso a la información. El Gobierno y las restantes dependencias y organismos de la administración pública de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires deberán publicar en sus respectivos sitios web lo siguiente:

- a) El Plan Anual de Publicidad contemplado en el artículo 6°.
- b) El Informe Anual de Ejecución contemplado en el artículo 7°.
- c) Los registros de Medios de Comunicación y de Agencias de Publicidad, contemplados en los artículos 10° y 11°.

Art. 17.- Sanciones. El incumplimiento de las disposiciones de la presente ley será 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 podrá solicitar ante los tribunales competentes de la Ciudad el cese de dichos incumplimientos.

Art. 18.- Asignación Presupuestaria. En el caso de autorizarse una readecuación de partidas presupuestarias, la misma no podrá asignarse a publicidad oficial salvo expresa autorización legislativa.

Art. 19.- Comuníquese, etc.

#### Una relación definida:

VETA	LEY N° 3391/09	Art 1 del Dto 122-10 Veta parcialmente el Proyecto de Ley N° 3.391, en sus artículos 3°, 5° inciso a), 6°, 8° incisos a) y b), 9°, 15, 16 incisos a) y c), 17 y 18
------	----------------	--

#### 4 referencias definidas:

REFERENCIA	LEY NACIONAL N° 26571/PEN/?/09	Considerandos del Dto 122-10 referencia Ley 26571
	CONSTITUCIÓN DE LA CIUDAD DE	Considerandos del Dto 122-10 referencia arts

REFERENCIA	LEY NACIONAL N° 26571/PEN/?/09	Considerandos del Dto 122-10 referencia Ley 26571
	<b>CONSTITUCIÓN DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES</b>	Considerandos del Dto 122-10 referencia arts 102 y 104 de la Constitución de la Ciudad
	<b>LEY N° 268/99</b>	Considerandos del Dto 122-10 referencia Ley 268
	<b>LEY N° 70/98</b>	Considerandos del Dto 122-10 referencia Ley 70