**PROYECTO DE RESOLUCIÓN**

**Artículo 1º.-** El Poder Ejecutivo informará, a través de los organismos correspondientes y en un plazo máximo de 30 (treinta) días de recibida la presente, los siguientes puntos referidos a las publicidades sitas en Monumentos pertenecientes a la ciudad:

1- Informe cuál es el costo de la puesta en valor, por parte del Ministerio de Espacio Público e Higiene Urbana, de los monumentos nombrados. Desglose por monumento.

2- Informe el costo de las publicidades ubicadas en dichos monumentos y qué porcentaje de dicho costo será para sus puestas en valor. Desglose por cada monumento.

3- Indique qué empresas actualmente tienen convenio, en el marco del programa Patrocinio BA, en estos monumentos. Adjunte los convenios firmados y cualquier otra documentación respaldatoria.

4- Indique si se han realizado estudios de impacto visual de dichas publicidades. En caso afirmativo, adjunte documentación respaldatoria.

5- Informe qué empresas se encuentran registradas en el programa Patrocinio BA. Adjunte documentación respaldatoria.

**Artículo 2.-** Comuníquese, etc.

**FUNDAMENTOS**

Señor presidente:

Motiva la presente obtener información sobre las publicidades sitas en el Monumento a la Carta Magna y las Cuatro Regiones (de los Españoles); el Monumento a Giuseppe Garibaldi; El Arquero de san Sebastián; el Monumento de Residentes Sirios a la Nación Argentina; dos Fuentes emplazadas en la Avenida 9 de Julio; el Monumento a Nicolás Avellaneda, y el Monumento a Bernardo de Irigoyen.

Desde hace varias semanas, transitamos la ciudad y vemos emplazados en algunos monumentos publicidades gigantescas que tapan las obras para sus puestas en valor. En este sentido, entendemos que dichas publicidades vienen enmarcadas en el programa Patrocinio BA (Ley Nº 6.163) que fue aprobado por esta Casa en el año 2019.

Dicho programa nace con *“(...) el objeto de propiciar la participación de personas humanas o jurídicas de carácter privado en el Sector Público de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El presente régimen es una actividad publicitaria específicamente regulada conforme los términos del Artículo 1° de la Ley 2936*” segùn el artículo 1 de la ley antes mencionada. De esta forma, se rescatan varias formas de publicidad, entre ellas la presencia de nombre, denominación, marca, imagen, producto y/o servicios en el activo patrocinado; Presencia de nombre, denominación, marca y/o imagen del patrocinador en la comunicación del activo patrocinado; Comunicación de la acción de patrocinio en las campañas publicitarias de los patrocinadores. En los tres casos, es indispensable respetar las condiciones estéticas, artísticas, edilicias y decorativas.

Según una entrevista brindada por Juan Vacas, Subsecretario de Paisaje Urbano, “*A cambio de la publicidad, las empresas se hacen cargo de los costos de restauración -dice a LA NACION el subsecretario de Paisaje Urbano, el arquitecto Juan Vacas-. No se ven muchas personas trabajando en los monumentos todo el tiempo porque la restauración se hace en los talleres del gobierno porteño, que se encuentran en el Patio de Esculturas.”[[1]](#footnote-2).* Es por esto que también nos interesa saber qué porcentaje de lo recaudado por dichas publicidades serán para las restauraciones.

Es por todo lo expuesto que solicito la aprobación del presente proyecto de resolución.

1. https://www.lanacion.com.ar/cultura/vandalismo-andamios-y-publicidad-restauran-monumentos-portenos-por-30-millones-quien-paga-los-gastos-nid10082022/ [↑](#footnote-ref-2)