



PROYECTO DE LEY

Artículo 1 ° .- *Objeto.* La presente ley tiene por objeto la regulación de la pauta publicitaria pública.

Artículo 2 ° .- *Definiciones.*

Pauta publicitaria pública. Se entiende como pauta publicitaria pública cualquier destino presupuestario a publicidad y/o propaganda que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en todos sus niveles y órganos, contrate independientemente del medio y/o plataforma empleada.

Artículo 3 ° .- *Limitación.* Limitase el gasto en pauta publicitaria pública en un 0,50% (CERO COMA CINCUENTA POR CIENTO) del presupuesto público total de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 4°.- *Distribución.* La distribución total del gasto será asignada conforme lo establezca el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 5°.- *Gastos mayores.* Cuando el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires considere ejecutar un gasto presupuestario superior al previsto por la presente ley, deberá contar con la aprobación de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 6°.- *Anuncio en la publicidad.* Cada publicidad y/o propaganda deberá incluir una inscripción visible y un mensaje audiovisual/ de audio claro y pausado, cuando el formato lo permita, detallando el costo de la misma a efectos de informar a la ciudadanía.

Artículo 7° .- *Comuníquese, etc.*



Legislatura
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

"2024 - Año del 30° Aniversario de la Autonomía de la Ciudad de Buenos Aires"



FUNDAMENTOS

Señor presidente,

El presente proyecto de ley tiene por objeto la reducción del gasto público destinado a la publicidad y propaganda del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. A tal efecto la misma contiene una serie de mecanismos que serán explicados a continuación.

El primero de ellos es el relativo a la limitación del gasto publicitario de la Ciudad de Buenos Aires por ley, estableciendo un tope del 0,50% del presupuesto total de la Ciudad. En la actualidad los gastos caratulados bajo publicidad y/o propaganda, en base a la información provista por la página oficial del presupuesto de la Ciudad de Buenos Aires la cual no comprende la ampliación presupuestaria otorgada el 16 de mayo de 2024 ni secretarías cuyo presupuesto, entre todas las reparticiones asciende a un 0,69% representando la suma de 34.174.443.753. Dicha suma en dólares representa 36.845.761,46 a dólar oficial, una suma excesiva tomando en cuenta el contexto económico. La reducción porcentual permitiría una baja del 27,73% del gasto total, llevándolo a 26.626.668 dólares o 24.696.234.570 pesos.

El segundo método consiste en el tratamiento legislativo, que posee mayor representatividad de la sociedad, de las ampliaciones que excedan el porcentaje determinado con la finalidad de autorizar gastos extraordinarios en publicidad. Esto concibe situaciones extraordinarias tales como la que se dió con la pandemia del COVID-19 en el 2020 la cual requirió de un gasto elevado en campañas de concientización para prevenir la propagación del virus y la vacunación. Este punto establece un límite para los habituales gastos sobredimensionados que se dan en las campañas electorales en las cuales los gobiernos usan de forma excesiva la pauta pública con fines electorales.



Tercero, se incorpora la obligatoriedad de la inclusión de una leyenda escrita y/o audiovisual/ de audio que incluya de forma clara el monto destinado a esa propaganda en específico, con el objetivo de que la ciudadanía pueda informarse. Esta medida permite concientizar respecto a los montos que el Gobierno destina a estas funciones independientemente de la gestión, las cuales han sido señaladas numerosas veces por medios de comunicación como elevadas. Por ejemplo en lo referido al gasto público en publicidad y/o propaganda del año 2023, el medio “El cohete a la luna” destacó que:

“En campaña electoral gastó 122 millones por día en propaganda oficial. Si bien el gasto en publicidad y propaganda del GCBA siempre fue gigantesco, en el trimestre abril-mayo-junio, pasó de 32,7 millones a 119,4 millones de pesos por día, casi cinco millones de pesos por hora, \$82.920 pesos por minuto. El monto para todo 2023 destinado a publicidad y propaganda, que ya de por sí era obsceno (\$25,8 millones de pesos por día), fue utilizado por completo en la primera mitad del año y, no satisfechos, destinaron \$4.500 millones más. En 92 días, gastaron \$10.985 millones de pesos para hacerse propaganda.

El número es tan exorbitante que supera en un 32 % al destinado al Instituto de Vivienda de la Ciudad (IVC), que tuvo un presupuesto de \$57,9 millones de pesos por día.”

A colación, como destacó Pagina 12, del 2022 al 2023 el incremento en gasto publicitario subió un 94% muy por debajo del incremento en áreas claves como salud y educación donde dichos recursos hubiesen cumplido objetivamente un función de impacto positivo para la sociedad. Cabe destacar que ante este último aumento nuestro bloque votó negativamente mostrando la firme convicción y constancia respecto al tema.

Por último, se prevé la inhabilitación a la función pública de aquellos que vulneren la presente ley. Si bien la Ciudad no legisla en materia penal, sólo procesal penal, si puede



Legislatura
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

"2024 - Año del 30° Aniversario de la Autonomía de la Ciudad de Buenos Aires"

establecerse como requisito para ocupar cargos públicos el no estar sancionados por la presente ley.

Por todo lo expuesto, solicito el acompañamiento del presente proyecto de ley.

Firmado digitalmente por Jorge Mario RETA
Fecha:12/07/2024 16:37:35
Jorge Mario Reta
Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires