



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



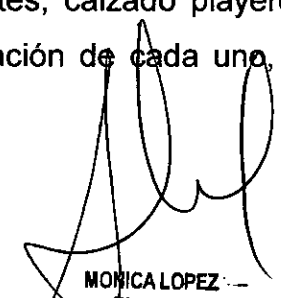
## PROYECTO DE SOLICITUD DE INFORMES

### LA HONORABLE CAMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

#### RESUELVE

Solicitar al Poder Ejecutivo se sirva informar respecto del marco ético que sostiene la intensa publicidad de los actos de gobierno relacionados íntimamente con su candidatura manifiesta a presidente de la Nación, al respecto interesa conocer:

1. Cantidad de cartelería impresa anunciando obras de gobierno aprobadas en el marco del presupuesto provincial en el cual se indique el nombre del Gobernador, y/o se identifique con el color naranja.
2. Respecto de la realización de los trabajos de propaganda mencionados en el punto 1) refiera la empresa o área de gobierno encargada de la confección y costo individual y total de la misma.
3. Detalle medios de comunicación en los cuales se publicitan los actos de gobierno y pagos efectuados por ese concepto. Adjunte el texto de cada uno de los anuncios.
4. Productos de merchandising presidencial (termos, mates, calzado playero, etc. ) existentes, empresas contratadas para la realización de cada uno, y constancia de pago de los mismos.
5. Toda información que se considere pertinente.

  
MONICA LOPEZ  
Diputada  
Vicepresidenta Bloque F. Renov.  
H.C. Diputados Pcia. Bs. As.



Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires



## FUNDAMENTOS

El presente proyecto de solicitud de informes tiene por objeto requerir al Poder Ejecutivo se sirva informar respecto del marco ético que sostiene la intensa publicidad de los actos de gobierno relacionados íntimamente con su candidatura manifiesta a Presidente de la Nación.

Sin bien la Provincia de Buenos Aires no cuenta con una ley de ética Pública, ello no implica que la ética en la gestión de gobierno deba estar ausente.

Son muchas las obras públicas promocionadas indicando el nombre del Gobernador y el color elegido para su identificación personal, el naranja.

En una Provincia que carece de infraestructura vial, plan de viviendas, recortes en los servicios alimentarios a comedores escolares, deficiencia en materia de seguridad, hospitales públicos sin insumos básicos, etc., la lista es larga y penosa; resulta incomprensible que se destine dinero público para promocionar una candidatura presidencial sin reparo moral alguno.

Debemos recordarle al Sr. Gobernador que las obras se realizan con un presupuesto público, no con su peculio personal. Su condición de titular del Poder Ejecutivo no lo habilita para personalizar las obras, que constituyen el esfuerzo de todos los bonaerenses, que con sus impuestos también le paga el sueldo y demás beneficios que tiene por su condición de Gobernador.

Al no existir ley que limite y recuerde a los gobernantes cómo deben ejercer la función pública, puntualmente en lo relacionado a la publicidad de actos de gobierno, la CIDH ( Corte Interamericana de Derechos Humanos, "Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de los Derechos Humanos (2011): "Principios sobre la regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión" ) estableció en el año 2011 algunos criterios que en general apuntan a:

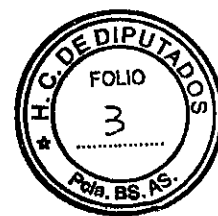
- Establecer definiciones claras de publicidad oficial y que apunten a garantizar el principio de utilidad pública, sin destacar los logros de la gestión ni ser de carácter político.

- Adjudicar las pautas sobre la base de criterios de asignación claros, públicos y que hayan sido establecidos con anterioridad a la decisión publicitaria

- Planificar de modo anual o semestral la asignación de pauta, de acuerdo a necesidades concretas y reales de comunicación pública



*Honorable Cámara de Diputados  
Provincia de Buenos Aires*



- Establecer procesos de contratación través de procedimientos abiertos, transparentes y no discriminatorios.

-Garantizar el acceso a la información pública en la materia mediante la publicación de informes de rendición de cuenta de forma periódica.

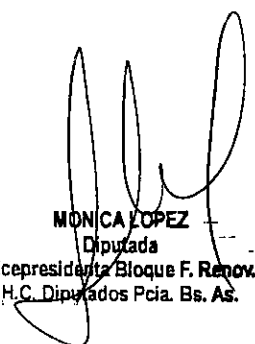
- Establecer mecanismos de control externo por un órgano autónomo que permitan un monitoreo exhaustivo de la asignación de publicidad oficial.

- Establecer políticas y destinar recursos para promover la diversidad y el pluralismo de medios a través de mecanismos de ayudas indirectas o subsidios explícitos y neutros, diferenciados de los gastos de publicidad oficial.

Deberíamos evitar caer en creer que "El Estado, soy yo", famosa frase de Luis XIV de Francia, para ello se debería evitar caer en la penosa autopromoción a costa de los impuesto y el dinero de los trabajadores.

Por último cabe recordar que la inclusión de los nombres, fotos e imágenes de los funcionarios, e inclusive la utilización de los colores o signos partidarios desvirtúan su objetivo y provocan un desbalance en la competencia electoral actual o en una futura.

Por todo lo expuesto solicito a los señores legisladores acompañen con su voto el presente pedido de informes.

  
MONICA LOPEZ  
Diputada  
Vicepresidenta Bloque F. Renov.  
H.C. Diputados Pcia. Bs. As.