



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

**Expediente 799-D-2018
Limitaciones al uso de web oficial y redes**

PROYECTO DE LEY

LA LEGISLATURA DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES SANCIONA CON FUERZA DE LEY

Artículo 1°.- La presente ley tiene por objeto preservar el carácter institucional de los medios y plataformas digitales de uso público del Estado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Quedan comprendidas en sus disposiciones los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, las Comunas, organismos descentralizados, entidades autárquicas, organismos de la seguridad social, empresas y sociedades del Estado, sociedades de economía mixta y toda otra organización empresarial con participación estatal mayoritaria en el capital o en la formación de las decisiones.

Artículo 2°.- Los sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles oficiales son herramientas de interés público destinadas a garantizar el acceso a la información, difundir programas, servicios y actividades institucionales, promover la participación y facilitar la realización de trámites y reclamos por parte de la ciudadanía.

El Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología adopta las medidas necesarias para asegurar el acceso a los mismos por parte de personas con discapacidad.

Artículo 3°.- La aparición del nombre, la voz y la imagen de autoridades o funcionarios públicos en los medios y plataformas digitales alcanzadas por esta ley debe responder a criterios de necesidad institucional, publicidad de los actos de gobierno, objetividad, veracidad, transparencia y relevancia social.

Artículo 4 °.- En ningún caso, tales medios y plataformas digitales pueden utilizarse para:

- a) difundir información superflua o engañosa;
- b) intentar influir en la decisión electoral de la ciudadanía;
- c) remitir a sitios web o redes sociales personales de autoridades o funcionarios públicos;
- d) promover implícita o explícitamente los intereses o imagen positiva del gobierno, a través de frases, símbolos, logos, colores o la presentación de logros de gestión;
- e) generar una impresión negativa de personas, instituciones u organizaciones sociales por su pensamiento político, religioso o cultural;
- f) menoscabar cualquier política o actuación desarrollada por otro poder público en ejercicio de sus competencias;
- g) responder a criterios comerciales y/o favorecer empresas, marcas o productos;
- h) inducir a situaciones de violencia social y violencia de género;
- i) transmitir mensajes discriminatorios y/o que reproduzcan patrones de desigualdad.



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

Artículo 5°.- Créase una comisión de seguimiento de la comunicación digital del Estado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el ámbito del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología.

Está integrada por representantes de organizaciones sociales abocadas a temas de transparencia institucional, la Defensoría del Pueblo y la Auditoría General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 6°.- Dicha comisión tiene como función realizar una evaluación permanente del cumplimiento de esta ley y formular recomendaciones tendientes a la consecución de su objeto.

En ese marco, elabora un informe semestral que remite a la Comisión de Comunicación Social de la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Artículo 7°.- El incumplimiento de las disposiciones de esta ley por parte de las autoridades y funcionarios públicos es considerado una falta grave, sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales que pudieran corresponderles.

Cualquier persona puede solicitar ante los tribunales competentes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el cese de dicho incumplimiento y la reparación de los daños que el mismo ocasione.

Artículo 8°.- La presente ley entra en vigencia dentro de los sesenta (60) días contados a partir de su publicación en el Boletín Oficial.

Artículo 9°.- Comuníquese, etc.

Roy Cortina
Diputado de la Ciudad de Buenos Aires



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

FUNDAMENTOS

Señor Presidente:

En pleno Siglo XXI, los avances alcanzados por el desarrollo de las nuevas tecnologías, atraviesan transversalmente a los distintos aspectos de nuestra vida social, incluido el funcionamiento de las instituciones de gobierno y el sistema político.

En ese contexto, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ha dado un salto significativo que se expresa en la implementación de herramientas y procedimientos para informar e interactuar con la ciudadanía, especialmente impulsados por las autoridades porteñas durante la última década.

Con la sanción de la Ley 3.304 como marco normativo general de modernización de la Administración Pública, desde su asunción a fines de 2007, esta gestión ha actualizado las plataformas digitales existentes y logró consolidar otras nuevas como son las aplicaciones para dispositivos de telefonía móvil.

Se trata de una política pública importante que está directamente vinculada a las posibilidades de ver realizado en la práctica el principio de transparencia de la cosa pública y efectivamente garantizado el derecho de acceso a la información.

Sin embargo, vemos como muchas veces esa finalidad institucional que debieran perseguir los medios digitales de carácter oficial se desvirtúa y - replicando el mismo esquema de la publicidad oficial - también devienen en instrumentos de propaganda oficialista.

La mixtura intencional entre la imagen institucional del Estado y los colores y símbolos que identifican al partido de gobierno, se vuelve una estrategia perniciosa a la sana competencia electoral e importa el desvío de recursos públicos para favorecer a los candidatos y dirigentes propios.

Por ejemplo, la Expo Empleo Joven del 2017 que se llevó a cabo en la sede de la Rural de Palermo, se difundió en la página de gobierno con una foto en la que el Presidente de la Nación aparecía con el Jefe y Vicejefe de Gobierno tomándose una "selfie".

De la misma manera, vemos cotidianamente como la estética primero del PRO y ahora de Cambiemos, se ha replicado en los carteles de las obras en marcha, los edificios públicos y la infraestructura de transporte, igual que los sitios web, las redes sociales y las aplicaciones móviles desarrolladas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Incluso, se ha llegado al extremo que al ingresar a ciertas secciones de www.buenosaires.gob.ar, el navegador desvía a las redes sociales de ciertas autoridades y funcionarios; una práctica que en su momento motivó la presentación de distintos pedidos de informes.

Con una lógica similar, en esta última etapa ha comenzado a impulsarse la realización de encuestas que, además de no ser necesariamente representativas del pueblo porteño, se presentan de tal manera que inducen a un determinado resultado, con miras a legitimar y publicitar decisiones de gobierno.



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*

En el año 2009, se sancionó por unanimidad la Ley 3.391 que tenía por objeto regular la producción, contenido, gasto, contratación y distribución de la publicidad oficial en el ámbito de la Administración Pública. Sin embargo, nunca entró en vigencia porque a pesar del alto nivel de debate y el consenso alcanzado para su aprobación, el entonces Jefe de Gobierno, Mauricio Macri la vetó parcialmente.

Para salvar esa carencia, hemos presentado el Expediente 1801-D-2016 que insiste en dar a nuestro distrito un marco regulatorio limitante del uso de la pauta por parte de los Poderes del Estado y el proyecto que ahora estamos planteando viene, en cierto modo, a complementarlo a través de la incorporación de restricciones capaces de asegurar el uso neutral y la transparencia de los medios y las plataformas digitales del Sector Público.

En ese sentido, la iniciativa considera a los sitios web, las redes sociales y las aplicaciones móviles oficiales como herramientas de interés público y, además de asegurar el acceso a los mismos por parte de las personas con discapacidad, los somete a una serie de reglas claras que toman como antecedentes a las implementadas por otras grandes metrópolis del mundo como Berlín, París, Madrid y otros ayuntamientos españoles.

En particular, sujeta la aparición del nombre, la voz y la imagen de autoridades y funcionarios públicos a criterios de necesidad institucional, publicidad de los actos de gobierno, objetividad, veracidad, transparencia y relevancia social.

Lo anterior se ve reforzado por la imposibilidad de utilizar dichos medios a fines de difundir información superflua y engañosa, promover explícita o implícitamente los intereses del partido de gobierno, menoscabar las políticas desarrolladas por otros poderes públicos, inducir situaciones de violencia social y de género, transmitir mensajes discriminatorios o patrones que reproduzcan la desigualdad y favorecer a empresas, marcas o productos.

A los efectos de evaluar su implementación, nuestra propuesta diseña una comisión de seguimiento en el ámbito del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología, integrada por representantes de organizaciones sociales especialistas en transparencia institucional, la Defensoría del Pueblo y la Auditoría General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por último, cierra ese círculo considerando el incumplimiento de sus disposiciones como falta grave y habilitando la posibilidad de exigir su cese, así como la reparación del daño ocasionado en sede judicial.

Convencidos que la regulación de la comunicación digital oficial en estos términos, constituye un aporte a mejorar la calidad institucional, la transparencia y el uso eficiente de los recursos públicos, es que solicitamos el pronto tratamiento y la aprobación de este proyecto.

Roy Cortina
Diputado de la Ciudad de Buenos Aires



*Legislatura de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires*