

Dialogando BA

Ciudad Limpia



MESA DE DIÁLOGO

Dialogando BA: “Ciudad Limpia Campaña Electoral Responsable”

El 4 de julio se llevó adelante en el Centro Cultural San Martín la mesa de diálogo de Compromiso Ciudad Limpia, una iniciativa del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para asegurar el respeto por la higiene urbana durante la época de elecciones.

El evento reunió a más de 30 participantes, entre ellos representantes de organizaciones de la sociedad civil, de la academia, de la Defensoría del Pueblo de la Ciudad, de empresas de publicidad en vía pública, funcionarios del gobierno y apoderados de las agrupaciones políticas. El objetivo de estas mesas fue que todos los actores intervinientes en las elecciones propongan acciones y se comprometan a cuidar el espacio público en época electoral.

Hernán Charosky, Subsecretario de Reforma Política y Asuntos Legislativos del Ministerio de Gobierno, abrió la jornada realizando una breve presentación de las buenas prácticas abordadas en el “Seminario sobre experiencias nacionales e internacionales de campañas electorales responsables en vía pública” realizado el pasado 27 de Mayo donde se expusieron las experiencias de Australia y de la provincia de Neuquén; como también la iniciativa de los empresarios de los Centros Comerciales a Cielo Abierto de la ciudad de Rosario y las actividades del Observatorio de Campañas Electorales de la Facultad de

Ciencias Sociales, UBA. Posteriormente, explicó la metodología de la herramienta Dialogando BA, e impulsó a todos los sectores a hacer sus propuestas y compromisos para lograr un espacio público libre de vandalismo.

Luego Paula Scauzillo, Directora General de Fiscalización del Espacio Público del Ministerio de Ambiente y Espacio Público, y Guido Gabutti, Director General de Ordenamiento Espacio Público del Ministerio de Ambiente y Espacio Público, realizaron una breve descripción de los resultados de la aplicación de la iniciativa en 2017 así como del impacto económico que tiene para la Ciudad limpiar la publicidad ilegal en contenedores y espacio público en general.

Tras la introducción institucional se abrió el debate en las mesas de dialogo multisectorial, a tal efecto se conformaron tres grupos de trabajo en los cuales se distribuyeron representantes de los diferentes sectores participantes. Tras más de una hora de trabajo se realizó una puesta en común de las conclusiones, consensos y disensos a los que se arribó durante el intercambio de opiniones. Entre estos se destacan las siguientes propuestas:

- Realizar campañas de difusión desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires respecto de las prácticas correctas de propaganda en espacio público, así como de los resultados de la aplicación de infracciones;
- Difundir y desarrollar herramientas de control y denuncia, como aplicaciones móviles o correos electrónicos, a fin de promover una participación activa por parte de la ciudadanía;
- Ampliar los espacios cedidos gratuitamente por el Gobierno en vía pública como incentivo positivo para el cumplimiento de esta iniciativa y la equidad en las campañas electorales;
- Acompañar la vinculación entre los partidos políticos y las empresas de vía pública para la correcta utilización de los espacios cedidos;
- Convocar a los partidos y organizaciones a participar de los operativos de limpieza en vía pública tanto durante el desarrollo de la campaña como al finalizar la misma;

Todas estas propuestas serán insumos para una propuesta de compromiso que se invitará a firmar a los partidos políticos y alianzas, así como a representantes de la sociedad civil, de la Defensoría del Pueblo y las empresas de vía pública.

Consideraciones metodológicas

Con el objetivo de reflejar los diálogos mantenidos en los grupos de trabajo y lo expresado por el respectivo vocero en forma sustancial, esta síntesis presenta la información de acuerdo a los consensos y disensos a los que arribó cada grupo a partir de las preguntas disparadoras. En este sentido, se propusieron como disparadores del diálogo los siguientes interrogantes:

1. Si alguno de los presentes participó de la iniciativa Ciudad Limpia 2017, ¿cuáles acciones consideran deberían mantenerse y cuáles incorporarse?
2. ¿Qué medidas nuevas pueden implementar las alianzas y partidos políticos para el cuidado del espacio público y el ambiente durante la campaña electoral? ¿Cómo se puede fomentar esta iniciativa al interior de los partidos?
3. ¿De qué manera el Gobierno de la Ciudad, las alianzas y partidos políticos pueden colaborar con la limpieza de la “basura” electoral durante la campaña y después del proceso electoral?
4. ¿Qué acciones pueden llevar a cabo el Gobierno, las autoridades y la sociedad civil para promover el cuidado del medio ambiente y la preservación de la higiene urbana en períodos electorales?
5. ¿De qué forma se puede involucrar a la ciudadanía a participar de la campaña electoral respetando el espacio público?

1. Si alguno de los presentes participó de la iniciativa Ciudad Limpia 2017, ¿cuáles acciones consideran deberían mantenerse y cuáles incorporarse?

Principales consideraciones con respecto a la pregunta:

- Los grupos 2 y 3 destacaron las dificultades de la vinculación entre los partidos políticos y las empresas de publicidad en vía pública al momento de utilizar los espacios cedidos gratuitamente;
- Los grupos 1 y 2 consideraron la importancia de lidiar con la “pegatina libre”, capacitando sobre que deben contener los afiches y la posibilidad de generar un registro de las agencias habilitadas legalmente para que los partidos políticos no contraten agencias no habilitadas sin conocimiento.
- Finalmente el grupo 2 destacó la importancia de difundir cuánto gastan las empresas por limpiar los carteles o por ser perjudicadas, así como el resultado de las infracciones labradas.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática

Mejorar la vinculación entre empresas y partidos políticos	Capacitación sobre contenido en afiches y agencias de publicidad habilitadas	Difusión de gastos y resultados de infracciones labradas
● ●	● ●	●

Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 ●	El grupo 1 destacó la importancia capacitar respecto de la legalidad e ilegalidad en la pegatina y la importancia de cumplir con la normativa respecto de pie de imprenta. Una representante de empresa en vía pública señaló un conflicto con un partido político al momento de retirar pegatina ilegal.
GT 2 ●	Las empresas de vía pública destacaron la importancia de incorporar a la información que se publica desde la Ciudad, cuánto gastan las empresas por limpiar los carteles o por ser perjudicadas; los resultados de las infracciones labradas. Así como la posibilidad de generar un registro de las agencias que están habilitadas legalmente para que no contraten con agencias no habilitadas sin conocimiento. Así como que habría que generar un método para lidiar con la "pegatina libre" ya que genera un perjuicio para los anunciantes y las empresas. Por otro lado, señalaron la importancia de vincular partidos políticos con empresas de vía pública, para garantizar que el material suministrado se adapte al espacio cedido.
GT 3 ●	Los representantes de los partidos políticos sugirieron centralizar en un mismo lugar, como una plataforma a cargo del Gobierno, la totalidad del material publicitario donde los partidos solo carguen el material y el Gobierno sea responsable de vincular esto con las empresas de publicidad en vía pública.

2. ¿Qué medidas nuevas pueden implementar las alianzas y partidos políticos para el cuidado del espacio público y el ambiente durante la campaña electoral? ¿Cómo se puede fomentar esta iniciativa al interior de los partidos?

Principales consideraciones respecto a la temática:

- Los grupos coincidieron en la importancia de comprometer a las agrupaciones políticas y considerar las diferencias entre los mismos así como favorecer incentivos positivos;
- El grupo 1 destacó la necesidad de difundir y capacitar desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por su parte el Grupo 2 consideró la creación de una aplicación de denuncia.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática

Ampliar la información difundida y capacitar desde la Ciudad	Generar una Aplicación de denuncia	Comprometer en acciones a las agrupaciones políticas y favorecer incentivos positivos
●	●	● ● ●

Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 ●	<p>El grupo consideró la importancia de aprovechar el equipo de comunicación del gobierno de CABA para difundir mensaje hacia los partidos políticos y sus militantes sobre el respeto al espacio público, el impacto y el costo de la pegatina ilegal durante la campaña, así como implementar capacitaciones para los militantes que son los que están en la calle y se encargan del pegado del señaló la que no sólo hay que pensar en los partidos políticos y en el período de cómo clubes de fútbol, asociaciones gremiales, profesionales, etc.</p> <p>Se propuso desde allí a comprometer a los candidatos a que salgan a retirar la carcería de los lugares vandalizados, pautar días determinados para la limpieza e informar públicamente el compromiso de los candidatos, candidatas y agrupaciones políticas con una campaña limpia para que luego el votante pueda monitorear si cumplió con eso.</p> <p>Este grupo consideró que algunas de estas propuestas pueden contemplarse en la pregunta 3.</p>
GT 2 ●	<p>La sociedad civil debe ser incluida en estas discusiones. Se podría generar una aplicación para que los ciudadanos puedan auditar los espacios públicos y sacar fotos de aquellos carteles en infracción.</p> <p>Asimismo, desde los partidos políticos se destacó el hecho de que algunos partidos cuentan con pocos recursos por lo que no tienen tanto alcance y en algunas ocasiones recurren a la pegatina y la cartelera ilegal. En este sentido, también es difícil controlar la actividad del partido en todas las comunas.</p> <p>Por otro lado, en contraposición a las sanciones, debería haber incentivos por parte del Estado para aquellos partidos que respetan el espacio público y aumentar los recursos otorgados por el Estado a las fuerzas políticas para igualar las condiciones de competencia.</p>
GT 3 ●	<p>El grupo consensuó que si bien la publicidad en vía pública ya no es tan rentable, de todas maneras sigue utilizándose para la difusión y en muchos casos de manera ilegal.</p> <p>Los partidos políticos señalaron la brecha entre partidos políticos más pequeños y los más grandes en lo que refiere a la disponibilidad de recursos, así como la disponibilidad de contratación de espacios de publicidad.</p> <p>Al mismo tiempo consideraron positivamente la posibilidad de realizar murales</p>

	<p>como expresiones artísticas con impronta feminista para evitar que algunos espacios sean vandalizados. En la mesa se coincidió en que las expresiones artísticas se respetan.</p> <p>Por su parte, representantes de agrupaciones señalaron que en 2017 no votaron el compromiso por una posición ideológica, por lo que propone que haya otro tipo de adhesión unilateral al compromiso firmado.</p>
--	--

3. ¿De qué manera el Gobierno de la Ciudad, las alianzas y partidos políticos pueden colaborar con la limpieza de la “basura” electoral durante la campaña y después del proceso electoral?

Principales consideraciones con respecto a la temática:

- Los tres grupos consideraron fundamental generar equipos de limpieza conjuntos que incluyan al Estado y a los candidatos y candidatas a fin de aumentar el compromiso.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática



Tabla 2: Síntesis de los diálogos mantenidos en cada grupo de trabajo

GT 1 ●	Tanto las empresas de vía pública como los partidos políticos consideraron importante que todas las partes asuman un compromiso concreto para que colaboren con la limpieza de la basura electoral así como incluir candidatos y candidatas para visibilizar el compromiso previamente asumido.
GT 2 ●	<p>El grupo abordó que los partidos políticos deberían limpiar los residuos y carteles que puedan ser identificados. En el caso de que haya cartelería o residuos que no puedan identificarse con ningún partido, el Estado debería encargarse de la limpieza. De igual forma debería ser un trabajo en equipo entre los partidos y el Estado.</p> <p>También se conversó sobre la necesidad de migrar hacia lo digital en las campañas electorales. De esta manera, no se genera basura y no se daña el espacio público.</p>
GT 3 ●	Se charló respecto de que los candidatos salgan a limpiar, en tanto política pública. Se señaló que la imagen de los candidatos y candidatas limpiando conjuntamente es más fuerte que la firma de un compromiso.

4. ¿Qué acciones pueden llevar a cabo el Gobierno, las autoridades y la sociedad civil para promover el cuidado del medio ambiente y la preservación de la higiene urbana en períodos electorales?

Principales consideraciones con respecto a la temática:

- En general todos los grupos consideraron la importancia de comunicar a la ciudadanía en general la normativa sobre propaganda ilegal y promover una aplicación que permita la denuncia por parte de la población.
- Asimismo, dos grupos consideraron importante difundir las consecuencias de las multas y su aplicación al tiempo que el otro grupo señaló la importancia de introducir incentivos positivos a las agrupaciones que cumplan con el compromiso.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática

Generar una Aplicación de denuncia ciudadana	Mecanismo de difusión y concientización	Introducir incentivos positivos a agrupaciones que cumplan
● ● ●	● ● ●	●

Tabla 2: Síntesis de los diálogos de los grupos de trabajo

GT 1 ●	<p>Se consideraron como mecanismos informar sobre el uso del #147 para denunciar pegatina ilegal y exigir que los afiches cuenten con una leyenda visible para que los vecinos tengan un lugar a donde denunciar en caso de que detecten un afiche en infracción.</p> <p>Desarrollar campañas de difusión y concientización previa a las elecciones respecto de dónde denunciar. Al respecto, se propuso crear una APP para que se puedan hacer denuncias y monitoreos (similar a las aplicación de control vial) y que le difusión se realice a través de los canales del gobierno de CABA para mayor visibilidad.</p>
GT 2 ●	<p>Consideraron oportuno realizar campañas de concientización para difundir la información sobre propaganda ilegal a toda la ciudadanía y no únicamente a los partidos políticos.</p> <p>Asimismo, se estimó importante conocer la información de las multas: quienes fueron multados, si las multas fueron cobradas efectivamente o no, etc. y favorecer incentivos positivos otorgando mayor espacio a las agrupaciones que cumplan, por ejemplo.</p>
GT 3 ●	<p>Propone que el Gobierno publique los montos de las multas, para que las agrupaciones políticas estén "advertidas" del costo que implica la publicidad</p>

	<p>ilegal. Al tiempo que, una representante de empresas de publicidad en vía pública sugirió se capacite en nuevas tecnologías, periodos no electorales, para fomentar el uso de publicidad digital.</p> <p>A su vez todos los integrantes coincidieron en generar una aplicación del Gobierno en donde los vecinos puedan denunciar la publicidad ilegal.</p>
--	--

5. ¿De qué forma se puede involucrar a la ciudadanía a participar de la campaña electoral respetando el espacio público?

Principales consideraciones con respecto a la temática:

- El grupo 1 consideró que la respuesta estuvo contemplada en las respuestas anteriores.
- El grupo 2 y 3 consideraron que se podría generar una aplicación para el celular para que la ciudadanía pueda fiscalizar los espacios y cargar las imágenes de los espacios vandalizados, y que se notifique tanto al Estado como a las empresas, para que puedan hacer la multa y la limpieza respectivamente.
- Por su parte el grupo 3 sugirió que los folletos que se reparten en la vía pública contengan una leyenda que indique que los mismos no pueden ser arrojados en el espacio público y que los afiches contengan datos para denuncias.

Tabla 1: Sistematización de las opiniones de los grupos de trabajo sobre la temática

Generar una Aplicación de denuncia ciudadana	Leyendas en folletería y afiches con datos para denuncia
● ●	●

Tabla 2: Síntesis de los diálogos de los grupos de trabajo

GT 1 ●	El grupo consideró contemplada la respuesta en las anteriores.
GT 2 ●	Propusieron generar una aplicación para el celular para que la ciudadanía pueda fiscalizar los espacios y cargar las imágenes de los espacios vandalizados, y que se notifique tanto al Estado como a las empresas, para que puedan hacer la multa y la limpieza respectivamente. Así como que los folletos que se reparten en la vía pública contengan una leyenda que indique que los mismos no pueden ser arrojados en el espacio público, se podría incluir una leyenda debajo de los carteles de los partidos políticos indicando "si usted cree que este cartel se encuentra en infracción..." junto con un mail o teléfono al cual cada uno podría contactarse para denunciarlo.

GT 3



Al igual que en la respuesta 4, todos los integrantes coincidieron en generar una aplicación del Gobierno en donde los vecinos puedan denunciar la publicidad ilegal.

