

Campana De Propaganda Y Comunicacion Institucional Confusion Al Electorado Denuncia

JURISPRUDENCIA

Campaña de propaganda y comunicación institucional. Confusión al

electorado. Denuncia Se rechaza la denuncia efectuada por la alianza Evolución quien entiende que la publicidad institucional por parte del Gobierno de la Ciudad tiende a inducir el voto. Buenos Aires, 13 de julio de 2017 Vistos: los autos indicados en el epígrafe, resulta: 1. Aldo Claudio Galloti y Luis Mariano Genovesi, en su carácter de apoderados de la alianza Evolución, solicitan al Tribunal que, en cumplimiento de lo dispuesto por el art. 26 de la ley n° 268, ordene al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, GCBA) y a sus entes descentralizados o desconcentrados -incluyendo al Banco de la Ciudad de Buenos Aires- que se abstenga de utilizar las expresiones 'Vamos Buenos Aires' y 'Sigamos Avanzando Juntos' en la propaganda o comunicación institucional, por considerar que induce abiertamente al voto, violando el art. 61 de la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires y el art. 3° de la ley n° 268 (fs. 2/18 vuelta). Denuncian que, 'en la actualidad, y en el marco del proceso electoral en curso, existe una intensa campaña de propaganda y comunicación institucional' tendiente a confundir al electorado equiparando las expresiones 'Vamos Buenos Aires' y 'Sigamos Avanzando Juntos' utilizadas en la publicidad institucional del Gobierno (?) con el nombre de la alianza del partido de Gobierno que es 'Vamos Juntos', de modo que dicha alianza pueda aprovecharse de toda la publicidad institucional del Gobierno de la Ciudad' (fs. 7 vuelta). Sostienen que la confusión entre las expresiones es innegable, que 'se apela a un mensaje subliminal' y que se trata de una estrategia de marketing electoral que procura asociar la 'cuantiosa y costosísima publicidad institucional del Gobierno con los candidatos de la alianza 'Vamos Juntos'' (fs. 14). Funda la acción 'en la potestad reconocida por el art. 26 de la ley n° 268 que permite al Tribunal 'de oficio o a petición de cualquier interesado, hacer 'cesar cualquier acto de campaña que infrinja las disposiciones de esta ley'' (fs. 2 vuelta y 15 vuelta). 2. El Tribunal dio traslado de la demanda al GCBA en el domicilio de la Procuración General y simultáneamente, confirió vista al Fiscal General, en ambos casos por 48 horas (fs. 19). 3. El Fiscal General Adjunto en lo Contencioso Administrativo y Tributario, propicia el archivo de la denuncia, pues, en su opinión, 'la campaña electoral no ha comenzado, razón por la cual la denuncia resulta, al menos, prematura' (dictamen obrante a fs. 20/24). 4. El GCBA contesta el traslado pidiendo que se rechace la denuncia por extemporánea e improcedente (fs. 26/34). Aduce, en apretada síntesis, que la publicidad de los actos de gobierno es una obligación constitucional y la transparencia en la gestión es un imperativo del GCBA. Plantea, citando los ejemplos de cartelera pública aportados por los denunciantes, que ni el Jefe de Gobierno ni su Ministro de Ordenamiento y Espacio Público son candidatos en este proceso electoral. Añade que la limitación impuesta por el artículo 3 de la ley n° 268 al Gobierno de la Ciudad es durante la campaña electoral y ésta recién se inicia el 14/7/2017. Señala que las palabras cuestionadas por los denunciantes son de 'uso corriente y habitual' y 'un hecho público y notorio de antigua data' que no induce al voto (fs. 31 vuelta). Finalmente, 'trae a colación' publicaciones on line y afiches con fotografías de los candidatos de la alianza denunciante que califica como 'propaganda de campaña' (fs. 32 y vuelta). Fundamentos El juez Luis Francisco Lozano dijo: 1. Como ha quedado expuesto en el 'resulta', la alianza 'Evolución' denuncia la realización de publicidad institucional por parte del Gobierno de la Ciudad tendente a inducir el voto que, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 3 de la Ley de Regulación y Financiamiento de Campañas Electorales (ley n° 268), está prohibido. Funda la acción 'en la potestad reconocida por el art. 26 de la ley 268 que permite al Tribunal 'de oficio o a petición de cualquier interesado, hacer 'cesar cualquier acto de campaña que infrinja las disposiciones de esta ley'' (fs. 2 vuelta y 15 vuelta). 2. La ley 268 establece que la referida publicidad sólo se encontraría vedada durante la 'campaña electoral' (cf. art. 3 idem) dado lo cual y en atención a lo dispuesto por el cronograma electoral que fuera aprobado por este Tribunal en la Acordada Electoral n° 1 (Anexo I): el planteo fundado en los términos el art. 26 idem devendría, al momento de ser presentada la denuncia, extemporánea por prematura. En efecto, la Acordada Electoral n° 1 resolvió aplicar, en la simultaneidad de los comicios, el plazo de la ley nacional -art. 31 de la ley 26571- que coincide con el establecido en el art. 28 del anexo I de la ley 4894, razón por la cual, la época de campaña tendrá comienzo el día 14 de julio próximo. Sin embargo, no cabe soslayar que la publicidad cuestionada se encontraba instalada mucho antes de la denuncia, lo que hace comprensible hacer el pedido y tratarlo aún antes. 3. El referido art. 3 establece que 'durante la campaña electoral y hasta finalizado los comicios, el Gobierno de la Ciudad no podrá realizar propaganda institucional que tienda a inducir el voto.' La idea de 'tender' mueve a vincular la veda con una voluntad dirigida a la consecución de un propósito. Empero, asumiendo un sentido más amplio, 'tender' significa, en la novena acepción recogida por el Diccionario de la Lengua, 'dirigirse de manera natural hacia algo'. Con este alcance, la propaganda institucional vedada al gobernante es la que objetivamente conduzca al resultado de inducir al voto. En ese contexto, el temor puesto de manifiesto en la

denuncia de que subliminalmente los votantes reúnan la idea de ¿vamos?, contenida en unos carteles, con la de ¿juntos?, contenida en otros, no muestra el escenario previsto en el citado art. 3. Primeramente, tanto una como otra palabra son parte del lenguaje ordinario, de modo que no puede presumirse que su vinculación deba ser inducida para que queden efectivamente vinculadas en el imaginario. Tampoco tenemos elementos probatorios que justifiquen una afirmación en tal sentido, ni positiva ni negativa. Consecuentemente, mal podemos emplear las competencias de que nos inviste la ley 268 para emitir una orden como la que la presentación sub examine pide. Ello sin perjuicio de comprender que el desarrollo futuro de la acción publicitaria podría resultar revelador a los fines de calificar dicha propaganda como tendente al propósito que la ley busca evitar. En este orden de ideas, parece aconsejable seguir las acciones de esta especie que tengan lugar durante el período previsto para la campaña. Ciertamente, cabría pensar que la publicidad oficial no requiere del empleo de frases que tiendan a entusiasmar o instalar palabras o nombres para identificar al modo de las marcas. Sin embargo, vivimos una época en que los gobiernos acuden a instalar marcas o frases recordatorias cuyos propósitos son lograr cohesión y autoestima en el pueblo o, simplemente, captar la atención de potenciales turistas. Por ej. ¿Salta la linda? En esas condiciones, no se advierten razones para impedir que el GCBA mantenga las publicidades en cuestión.

4. Hemos tomado nota, asimismo, del hecho de que el 10 de julio del corriente fue suscripto un documento denominado ¿Consenso Ciudad Limpia y Campaña Responsable? por el GCBA y numerosos apoderados de las agrupaciones políticas participantes de las elecciones 2017, entre los cuales está incluido el representante de Evolución, por cuyo medio y en el marco de compromisos recíprocos el GCBA se comprometió a:

¿7. Verificará el uso de la publicidad oficial conforme a la normativa vigente.? Dicha novedad resulta más que auspiciosa por el consenso y propósito que significa. A su vez, sugiere la conveniencia de tomar conocimiento de las acciones a que se refiere. Asimismo, el seguimiento de esas acciones podría arrojar mayor claridad acerca de la potencial virtualidad de la publicidad oficial. En consecuencia, corresponde ordenar al GCBA que, en el plazo de 5 (cinco) días hábiles informe: a) Qué sumas fueron destinadas para solventar las publicidades cuestionadas, durante el primer semestre de este año; y b) Cuáles se prevé aplicar a esas publicidades desde el 14 de julio hasta el 22 de octubre del corriente año.

La jueza Ana María Conde dijo:

1. Comparto, en lo sustancial, los puntos 1 a 3 del voto del juez de trámite, Dr. Luis Francisco Lozano. Sin perjuicio de ello, agregaré algunas consideraciones en virtud de mis votos anteriores en la materia.

2. He expuesto en diversos precedentes mi criterio en cuanto a la interpretación del art. 3° de la ley n° 268, entendiendo que: ¿Cuando el art. 3° se refiere a la propaganda “que tienda a inducir el voto” se refiere a aquella que manipule la determinación libre del voto del ciudadano elector en función de promesas para la futura gestión o a partir de un acontecimiento significativo a favor del actual gobernante o los candidatos de su partido, o en contra de otro de los candidatos?; resultando entonces que ¿La propaganda institucional que prohíbe el art. 3° consiste en la difusión de actos de gobierno que tengan alguna característica singular que la haga tendenciosa a favor de cierto candidato. Este artículo no prohíbe la realización de actos oficiales que sean apropiados dentro de la gestión, ni siquiera toda propaganda institucional, sino solamente aquella que tenga carácter tendencioso? (conf. mis votos en la causa ¿Hernández, Natalia s/amparo?, expte. n°5309, resolución del 7 de mayo de 2007 y ¿Magioncalda, José Lucas s/denuncia?, expte. n° 12.138/15, resolución del 22 de abril de 2015). En la presente causa, la alianza ¿Evolución? sostiene que el GCBA utiliza propaganda institucional con las frases ¿Vamos Buenos Aires? y ¿Sigamos avanzando Juntos? con la intención de confundir al electorado y generar así una inclinación al voto hacia los candidatos del partido gobernante, sosteniendo esa idea en una serie de conjeturas de orden lingüístico y de comunicación subliminal en general. No obstante, estos esfuerzos no resultan suficientes, a mi entender, para considerar que las leyendas cuestionadas incluidas en la propaganda institucional del GCBA, que difunde por esa vía actos de gestión o informa sobre políticas públicas tiendan a influir sobre el electorado, manipulando su capacidad de reflexión e induciendo al voto por los candidatos del partido que gobierna. En efecto, el mero uso de frases o expresiones que contienen una de las palabras que conforman el nombre adoptado por la alianza ¿Vamos Juntos?, no implica -por sí mismo- una remisión a los candidatos que se presentan, ni alude a ellos, los nombra o los liga de alguna manera. De tal forma, los accionantes no demuestran, ni tampoco surge evidente cuáles son las características singulares de los actos publicitados que los harían particularmente tendenciosos, uniéndolos con alguno de los candidatos de la mencionada fuerza política. En este sentido, también debe destacarse que el GCBA viene utilizando las cuestionadas frases con anterioridad a esta campaña electoral, incluso previamente a la constitución de las alianzas y sus denominaciones, tal como surge de una sencilla compulsa por medios electrónicos a través de uno de los buscadores más utilizados en internet, donde se encuentra un número significativo de propagandas de gestión del año 2016 con la inclusión de las leyendas ahora objetadas. Presumir, como lo hacen los accionantes, que el electorado confunde o no puede distinguir entre la publicidad de la gestión de la Ciudad y los candidatos por los que habrán de votar -que ni siquiera integran el GCBA y son ampliamente conocidos por sus trayectorias-, constituye una subestimación del electorado porteño. En estas condiciones, no advierto -al momento y tal como se ha planteado aquí la cuestión-, razones para impedir que el GCBA mantenga las publicidades en cuestión.

3. En cuanto a la suscripción del documento ¿Consenso Ciudad Limpia y Campaña Responsable? por

parte de diversas fuerzas políticas participantes de las próximas elecciones, celebro la iniciativa y comparto que resulta auspicioso un acuerdo de compromisos recíprocos entre las agrupaciones que intervienen en la campaña electoral. No obstante, no corresponde resolver aquí ningún tema que no haya sido planteado en esta causa, ni ordenar medida alguna que no haya sido solicitada por la vía que corresponda en este expediente. Lo contrario implicaría tomar decisión sobre un conflicto inexistente al día de hoy, presuponiendo que las fuerzas políticas que suscribieron el documento no serán capaces de llevar adelante su compromiso por sí, y desvirtuando el propósito de un consenso que entiendo cimentado en la buena fe y confianza recíproca. Por las consideraciones expuestas corresponde rechazar la denuncia efectuada por la Alianza Evolución de fs. 2/18 vta. Así lo voto. La juez Inés M. Weinberg dijo: Adhiero a los puntos 1 a 3 del voto del juez Luis F. Lozano y comparto todos los argumentos y conclusión del voto de la juez Ana M. Conde, al que también adhiero. En esas condiciones, coincido con mis colegas, los jueces Lozano y Conde, en que no se advierten razones para impedir que el GCBA mantenga las publicidades en cuestión, por lo que corresponde rechazar la denuncia. El juez José Osvaldo Casás dijo: 1. Mediante la presente denuncia los apoderados de la alianza ?Evolución? solicitan a este Tribunal que ordene al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires -incluyendo a sus entes descentralizados o desconcentrados y a las sociedades en las que tenga participación- que se abstenga de utilizar las expresiones ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos Avanzando Juntos? en toda o cualquier propaganda o comunicación institucional, ?en tanto induce abiertamente al voto, violando el art. 61 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el art. 3º de la ley nº 268 y la jurisprudencia de este Tribunal? en la materia. Expresan que ?en esta oportunidad la campaña está dirigida a confundir al electorado equiparando las expresiones 'Vamos Buenos Aires' y 'Sigamos Avanzando Juntos' utilizadas en la publicidad institucional del Gobierno de la Ciudad con el nombre de la alianza del partido de Gobierno que es 'Vamos Juntos', de modo que dicha alianza electoral pueda aprovecharse de toda la publicidad institucional del Gobierno de la Ciudad? (fs. 7 vuelta), al tiempo que señalan que ?en el año 2016 la actual gestión de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha gastado en publicidad la suma de \$1.554.370.000. Es decir, un gasto diario en publicidad de \$4.258.547. Seguramente está gastando una suma aún mayor durante el año en curso? Frente al límite de gastos que impone la ley nº 268 a todas las agrupaciones políticas, el uso por parte del Gobierno de la Ciudad de ese presupuesto diario durante la campaña electoral genera una fuerte iniquidad, en la medida que las agrupaciones políticas no tiene acceso ni posibilidad legal de gastar semejante suma para promocionar sus propuestas y planes de gobierno? (sic; el destacado ha sido añadido; fs. 6 vuelta/7). Por su parte, la presentación viene ilustrada con diversas fotografías de múltiples carteles ubicados en variados sectores de la Ciudad en los que se leen las leyendas ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos Avanzando Juntos? (ver, en particular, fs. 8 a 13). 2. En lo que aquí interesa, cabe recordar que este Tribunal ha tenido oportunidad de expedirse respecto de distintas denuncias formuladas durante campañas electorales pasadas vinculadas al uso de la propaganda institucional durante tales períodos; oportunidades en las que ha procurado encarar esa tarea con responsabilidad, pero también con extrema prudencia, a fin de no desbordar las facultades conferidas al Poder Judicial o, a ojos de terceros, involucrarlo en los procesos políticos. Consecuentemente, cabe examinar los hechos denunciados a la luz de la prohibición contenida en el art. 61 de la Constitución local en cuanto establece que ?Durante el desarrollo de éstas [las campañas electorales] el gobierno se abstiene de realizar propaganda institucional que tienda a inducir el voto? y del artículo 3 de la Ley de Regulación y Financiamiento de Campañas Electorales, Ley Nº 268, en el que se establece ?Durante la campaña electoral y hasta finalizado el comicio, el Gobierno de la Ciudad no podrá realizar propaganda institucional que tienda a inducir el voto. Asimismo no puede promocionarse candidatura alguna con motivo o en ocasión de actividades oficiales?. Resta aclarar que, aun cuando la fuerza política actora podría haber intentado cuestionar en su hora la denominación de la alianza ?Vamos Juntos? para evitar la asociación entre ésta y las formulaciones paradigmáticas que se han venido utilizando de un tiempo a esta parte en la que califica como propaganda institucional del GCBA, la denuncia formulada no podría desestimarse con el único fundamento de su extemporaneidad por tardía y/o de su consentimiento implícito mediante el silencio, pues aquí no están en juego derechos disponibles por una única fuerza política opositora, sino la igualdad de medios que debe garantizarse en una contienda electoral de base republicana y democrática. Así, la intervención del Tribunal Superior de Justicia quedaría acotada a pronunciarse sobre el uso de los términos que se recogen en el nombre de la alianza para obtener, según se aduce, un posicionamiento indirecto en la campaña electoral, a través de la vasta y costosa, según se alega, acción propagandística que pagan con sus impuestos todos los vecinos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cualquiera sea su filiación política -si es que la tienen-, o el sentido en que puedan expresarse al emitir su voto al concurrir al comicio. 3. En mí concepto, es cuanto menos sugestivo que las dos ideas fuerza en que se basa la autodenominada propaganda institucional de la Ciudad y que se reiteran de modo insistente en la vía pública y en los medios de comunicación, se encuentran estructuradas y enmarcadas con las consignas ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos Avanzando Juntos?; esto es, con solo seis palabras, dos de las cuales se conjugan y convergen para darle nombre a la alianza oficialista ?Vamos Juntos?. Máxime si tenemos en cuenta que el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (RAE) en su XXIII edición del año 2014,

registra oficialmente 93.000 palabras de las casi trescientas mil que brinda nuestra lengua y que son o han sido de uso corriente por los hispanoparlantes. 4. Por su parte, si alguien adujera que estas ideas fuerza son neutras, difícilmente podría entenderse así. Bien podría inferirse que se pretende incidir en el votante de un modo similar al que se espera que lo haga la propaganda de una campaña electoral, en este caso, en el sentido de proponer la continuidad de la fuerza política oficialista, ya que es difícil suponer que se puede ?Seguir Avanzando Juntos? en una orientación determinada con quien no detenta las función gubernativa. Insisto que la expresión ?juntos?, inequívocamente infiere mantener la empatía con la fuerza política oficialista. Distinto es el caso que se enunciara ?Buenos Aires, Ciudad de todos los argentinos?, ?Buenos Aires, capital nacional del tango? o por otra jurisdicción provincial ?Tucumán, jardín de la República?. Es que, si bien los jueces no debemos incursionar en el campo de las valoraciones políticas y expresar simpatías de dicho orden, tampoco podemos pecar de ingenuos y no advertir que, de un largo tiempo a esta parte, se ha acentuado una tendencia persistente de los gobernantes -cualquiera fuera el signo político al que adscriben o la ideología que detentan-, a desconocer el principio liminar de esencia republicana de respetar la igualdad de medios en las contiendas electorales o a valerse de fórmulas que contienen un mensaje implícito diferente al que formalmente parecieran expresar. El antedicho fenómeno no es exclusivamente vernáculo y se extiende a las más variadas latitudes. A modo de hipotético ejemplo de lo que afirmo, si reemplazáramos ?Buenos Aires? por ?República Bolivariana?, a nadie se le ocurriría sostener que constituye propaganda institucional neutra la utilización de las consignas ?Vamos República Bolivariana? o ?Sigamos Avanzando Juntos?, frente a la propuesta de reforma constitucional en Venezuela sin consultar al pueblo en comicios libres, que ha instrumentado el autócrata Nicolás Maduro. Aclaro a este respecto que la calificación que utilizo para caracterizar al primer mandatario de aquel país no es mía, sino que recojo la autorizada opinión que cabe asignar al Secretario General de la Organización de Estados Americanos (OEA), Luis Almagro -representante de la República Oriental del Uruguay ante dicho organismo-, en su declaración del pasado 12 de junio del corriente año, donde calificó al régimen de aquella nación hermana, entre otras cosas, como ilegítimo y contrario al Estado de Derecho y a la Constitución. También cabe recordar aquí que, para contrarrestar la opinión que de la Argentina se tenía en distintos foros internacionales, se hizo uso de otro metamensaje contenido en las tristemente célebres consignas difundidas durante la década de los años setenta, una de las más sangrientas de nuestra historia, en que se expresara: ?Los argentinos somos derechos y humanos?. 5. Por otro lado, observo que entre las fotografías acompañadas puede advertirse que algunos de los carteles individualizados poseen un contenido que podría ser encasillado dentro de los que son habituales en la comunicación oficial hacia los gobernados, en la medida en que incluyen información respecto de obras o tareas realizadas en concreto (v. gr. cartel sobre el emprendimiento en la calles Alsina y Tacuarí, de fs. 8 vuelta y 9 vuelta; carteles sobre ?Proyecto de Manzana Cívica? de fs. 9 o aquel de ?Plaza Lavalle? de fs. 9 vuelta). Sin embargo, otros varios de esos carteles sólo contienen las leyendas ?Buenos Aires Ciudad?, ?Seguimos Avanzando Juntos? y ?Vamos Buenos Aires? (v gr. el que se encontraría frente a la Comisaría 52º de fs. 9, o los que figuran a fs. 10 y 11 donde no se suministra información específica de la acción de gobierno a quienes circulan por los lugares aledaños). Tal situación se reitera en la publicación aparecida en el ejemplar del lunes 3 de julio del matutino La Nación, página 11 al pie de página, donde se señala ?Seguimos transformando la forma de movernos en la Ciudad. Estamos haciendo obras para que el transporte público sea la mejor opción para movernos en la Ciudad, y que estemos cada vez más conectados viajando más rápido, cómodos y seguros. Sigamos avanzando juntos. Buenos Aires Ciudad. Vamos Buenos Aires?, sin perjuicio de consignarse en cinco círculos amarillos, que aparentemente representan un taxímetro, un ómnibus, un peatón, una bicicleta y una locomotora. Claro está que esta última ilustración ubica las apuntadas especificaciones fuera de los límites porteños como si la acción de los gobernantes de la Ciudad estuviera omnipresente en toda el área metropolitana. En definitiva, así expuestos no evidencian un contenido institucional concreto de información a los vecinos de obras puntuales. 6. Ahora bien, ateniéndome a que los comportamientos descriptos no encuadran aún en las conductas delineadas por el art. 3º de la Ley Nº 268, respaldado por el mandato contenido en el art. 61 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, puesto que no ha comenzado hasta este momento la campaña electoral, me inclino, con sentido preventivo, en favor de emitir un pronunciamiento exhortativo en los términos que desarrollaré más adelante. El fundamento de una decisión con dicho alcance también se ve recomendado por el compromiso asumido por las distintas fuerzas políticas locales el 10 de julio próximo pasado bajo el título ?Consenso Ciudad Limpia y Campaña Responsable? por el cual, quienes lo han suscripto y que participarán en el proceso eleccionario del corriente año, asumen la obligación de ajustar -y la posibilidad de verificar- el uso de la propaganda oficial conforme a la normativa vigente, lo que permite suponer la rectificación de los comportamientos que se reprochan. El alcance que le asigno a mi pronunciamiento no es novedoso ni original de mi parte, pues ya he transitado dicha modalidad de sentencia en las causas: ?GCBA s/ queja por recurso de inconstitucionalidad denegado en ?Villada Saúl Argentino c/ GCBA s/ amparo (art. 14, CCBA)?, pronunciamiento del 12 de noviembre de 2003, en Constitución y Justicia [Fallos del TSJ], Ed. Ad-Hoc, Buenos Aires, t. V, ps. 770 y siguientes; ?Hernández Natalia s/ amparo?, Expte. Nº 5.309, fallada el 17 de mayo de 2007; ?Epszteyn, Eduardo Ezequiel s/ denuncia?, Expte.

Nº 8194, pronunciamiento del 25 de julio de 2011, y ?Alianza ECO - Energía Ciudadana Organizada s/ denuncia?, Expte. Nº 12307/2015, fallo del 16 de junio de 2015, y se respalda en la doctrina que dimana del voto singular del Ministro doctor Ricardo Levene -h- en la causa ?María Cristina Pupelis y Otros? -Fallos: 314:424-, sentencia del 14 de mayo de 1991, considerando 11, modalidad receptada luego por mayoría del Tribunal cimero en el precedente registrado en Fallos: 328:1146, al cual le siguieron muchos otros de iguales características. 7. En consecuencia, exhorto al Poder Ejecutivo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a que, desde que se inicie y hasta tanto no concluya el proceso electoral, suspenda en la difusión institucional de su acción y programas de Gobierno el uso de las frases ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos Avanzando Juntos? y que, además, incluya la leyenda ?Propaganda Institucional de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires? en todo instrumento propagandístico de que se valga durante ese breve período para distinguir de tal modo, con la mayor nitidez, la difusión oficial de los actos de Gobierno de la actividad proselitista partidaria de una alianza o fuerza política singular. Un comportamiento por parte del Gobierno en tal sentido no implicaría una rigurosa censura a la difusión pública de su gestión sino, más bien, representaría una contribución a hacer realidad los principios basales que inspiran y distinguen a la Carta Magna de los porteños, que exaltan las prácticas republicanas. Es que, si bien en L' Ancien Régime pudo ponerse en boca de Luis XIV de Francia la frase ?L'État, c'est moi? (el Estado soy yo), en nuestras repúblicas es necesario tener en claro que los poderes públicos deben estar al servicio del pueblo, pues los gobernantes son elegidos, en una puja entre iguales, para servir desde la autoridad y no para servirse de ella. Así entonces, se hace desaconsejable que en cualquier plano de gobierno -tanto en el de la Nación como en el de todos los estados locales: provincias, Ciudad Autónoma de Buenos Aires o municipios- se utilicen por los gobernantes fondos públicos para intentar direccionar el voto hacia su lista de candidatos, con especial énfasis en víspera de los actos de comicio, teniendo presente para tal autorrestricción, que quienes ejercitan las más altas magistraturas deben inspirarse en las mejores tradiciones de nuestro padres fundadores. 8. De todos modos, si lo que se ha venido difundiendo hasta la fecha tuviera el carácter de promoción partidista y no de propaganda institucional -aspecto que no le toca juzgar a este Estrado al día de la fecha- nada obsta a que los denunciantes pudieran dirigir sus planteos por los hechos pasados a la Auditoría General de la Ciudad, cuyas competencias se encuentran diseñadas en la Ley Nº 70, Título IV: ?Sistemas de Control?, Capítulo II: ?Sistemas de Control Externo. Auditoría General de la Ciudad?, órgano al cual le compete, a tenor del artículo 131, elaborar informes y dictámenes, entre otras cosas, de gestión y de legalidad. 9. Así entonces, y al menos en esta etapa temporal, considero que el planteo efectuado, por prematuro, no puede tener acogida en los términos pretendidos, más allá del alcance exhortativo al Jefe de Gobierno que le asigno a mi voto. Costas en el orden causado por tratarse la presente de una causa electoral. Así lo voto. La jueza Alicia E. C. Ruiz dijo: 1. La presentación de fojas 2/18, denuncia la utilización de las expresiones ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos avanzando juntos? en la comunicación institucional de los actos de gobierno (tanto en soportes tradicionales como los actos institucionales, la cartelería o los medios gráficos y audiovisuales como así también en medios digitales en especial las diversas redes sociales) y solicita se ordene al Gobierno retire toda comunicación oficial que utilice tales expresiones según lo prescripto en el art. 61 de la CCBA. Funda su denuncia en la similitud que tales expresiones presentan respecto de la denominación de la alianza electoral en la que participa el partido gobernante, a saber: ?Vamos Juntos?. 2. La cuestión planteada presenta similitudes con lo resuelto en los precedentes ?Mangiocalda, José Lucas s/ denuncia?, expte. nº 12138/15, res. del 22/04/15, y ?Alianza ECO - Energía Ciudadana Organizada s/ denuncia?, expte. nº 12301/15, res. del 16/06/15. En tales oportunidades sostuve que la comunicación oficial debía limitarse a suministrar la información útil o de interés para los/las habitantes de la Ciudad evitando cualquier agregado que relacionara los actos de gobierno con la promoción electoral del partido político al que pertenece el Sr. Jefe de Gobierno. La situación traída en estos autos no deja dudas en cuanto a la coincidencia sintáctica y semántica de las expresiones ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos avanzando juntos? con la denominación de la alianza electoral ?Vamos Juntos? y también a un mismo uso performativo de las mismas. Desde esta perspectiva, se tornaría prácticamente innecesaria una publicidad y/o actividad específica destinada a instalar en la ciudadanía el nombre de la alianza ?Vamos Juntos? para las elecciones del mes de agosto por el efecto metonímico de la comunicación institucional del Gobierno de la Ciudad. Y esa ?metonimia? tiene potencialidad para provocar la ?inducción al voto? a la que refiere el art. 61 de la CCBA. 3. Por ello, voto por ordenar al Gobierno de la Ciudad que se abstenga de la utilización de las expresiones ?Vamos Buenos Aires? y ?Sigamos avanzando juntos? en toda comunicación oficial de los actos de gobierno cualquiera sea el medio o soporte a través del cual se realice, durante el tiempo en que rija la campaña electoral (art. 3, ley nº 268). Por ello, oído lo dictaminado por el Fiscal General Adjunto, por mayoría el Tribunal Superior de Justicia resuelve: 1. Rechazar la denuncia efectuada por la Alianza Evolución a fojas 2/18 vuelta. 2. Mandar que se registre, se notifique con carácter urgente a través del Tribunal, en los términos de la Acordada nº 41/2014 y sus reformas, se publique en la web electoral www.eleccionesciudad.gob.ar y se archive. Firmado: Lozano, Conde, Ruiz, Casás y Weinberg. 019466E