

**1 AUTOR/A**Concejal/a: RITA MAESTRE FERNÁNDEZGrupo Político: Grupo Municipal Más Madrid**2 ÓRGANO Y SESIÓN EN EL QUE SE PREVÉ QUE SE VA A SUSTANCIAR LA INICIATIVA**Órgano: PlenoFecha de la sesión: 26/04/2022Tipo de Sesión: Ordinaria**3 TIPO DE INICIATIVA**

- |  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Comparecencia | <input type="checkbox"/> Declaración institucional | <input type="checkbox"/> Interpelación | <input type="checkbox"/> Moción de urgencia |
| <input type="checkbox"/> Pregunta      | <input checked="" type="checkbox"/> Proposición    | <input type="checkbox"/> Ruego         | <input type="checkbox"/> Otros              |
|  | <input type="radio"/> Apartado PRIMERO *           |  |   |
|  | <input type="radio"/> Apartado SEGUNDO *           |  |   |
|  | <input type="radio"/> Apartado CUARTO *            |  |   |

**4 CONTENIDO DE LA INICIATIVA**

La publicidad institucional es una herramienta del Ayuntamiento de Madrid para comunicar a los ciudadanos mensajes de interés público. Su objetivo es trasladar a la ciudadanía a través de todos los medios posibles, servicios a los que tienen derecho, obligaciones, eventos culturales y demás mensajes que emanan de las competencias municipales. En ningún caso, la publicidad institucional debe usarse para otros fines cuya naturaleza no sea comunicar la actividad institucional municipal a los madrileños y madrileñas.

En el mandato encabezado por Manuela Carmena, el Área de Portavoz, Coordinación con la Junta de Gobierno y Relaciones con el Pleno, estableció un sistema de reparto del dinero público destinado a los medios de comunicación por criterios de audiencia. Es decir, los mensajes institucionales se insertaban en los medios en función del número de usuarios que tenían.

Esta metodología dota al reparto del dinero para publicidad institucional de transparencia, impide que se asignen partidas en función de criterios más opacos, como cercanía política, intercambio de favores, amiguismos o clientelismos.

El actual gobierno prácticamente duplicó el gasto en publicidad en medios de comunicación en 2021 respecto al último año completo del mandato anterior. El año pasado gastó 8,8 millones frente a los 4,6 que se gastaron en 2018. Este incremento se ha hecho sin criterios objetivos de audiencia, beneficiando claramente a unos medios frente a otros e incluyendo a algunos de reciente creación y a otros que podemos calificar como "medios fantasma". El incremento del gasto no se justifica de ninguna manera por un incremento de la información de servicio público ofrecida desde el Ayuntamiento y el fin del reparto por audiencia ha introducido altos niveles de arbitrariedad en el reparto.

El dinero de la publicidad institucional no puede servir para otros fines, sino para lo que fue diseñado, informar a la ciudadanía. No debe haber otro tipo de criterios que no sean los del servicio público en su reparto. El espíritu de esta proposición no es otro que asegurar el buen uso del dinero público y preservar el prestigio del Ayuntamiento de Madrid, cuyo objetivo es servir a los habitantes de nuestra ciudad.

PROPOSICIÓN:

1. Garantizar los principios de eficacia, transparencia, austeridad y eficiencia en la contratación de publicidad

institucional por parte del Ayuntamiento de Madrid.

2. Recuperar el criterio de reparto proporcional por audiencias para la distribución de la publicidad institucional entre los distintos medios de comunicación, más allá de sus ideologías o inclinaciones partidarias.

**5 DOCUMENTACIÓN QUE SE ADJUNTA**

**6 FIRMANTE**

En Madrid, a 18 de Abril de 2022

Firmado y Recibido por

madrid.es



Iniciativa presentada por el/la Portavoz de Grupo MAESTRE FERNÁNDEZ RITA con número de identificación

AL SECRETARIO GENERAL DEL PLENO, PARA EL PRESIDENTE DEL PLENO O DE LA COMISIÓN CORRESPONDIENTE

\* Se entienden referidos a la clasificación de los distintos tipos de iniciativas que realiza la Resolución del Tercer Teniente de Alcalde, de 16 de diciembre de 2016, apartado PRIMERO (Proposiciones no normativas sobre materias dentro de la competencia del Pleno), SEGUNDO (Proposiciones no normativas que versen sobre materias competencia de otros órganos distintos al Pleno del Ayuntamiento), CUARTO (Proposiciones de los grupos políticos y de los concejales que interesen del equipo de Gobierno la modificación de un texto normativo).