

Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

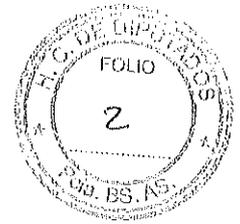
PROYECTO DE SOLICITUD DE INFORMES

LA HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

RESUELVE

Dirigirse al Poder Ejecutivo de la Provincia de Buenos Aires a los efectos de que se sirva informar, por escrito y a la mayor brevedad posible, sobre diversos aspectos relacionados al uso, la administración y el otorgamiento de la Pauta Oficial a los diversos medios de comunicación, incluidas las productoras, comercializadoras y comunicadores, de parte del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, incluyendo a los Ministerios, Organismos de la Constitución y Reparticiones autárquicas.

- 1- Especifique las partidas presupuestarias asignadas a la Publicidad Oficial en el plazo de tiempo que incluya los últimos seis semestres, otorgadas por el Ministerio de Comunicación Pública o por cualquier otro Ministerio, por Organismos de la Constitución y por Reparticiones Autárquicas y que incluya también aquella Publicidad Oficial que se canaliza a través de las distintas redes sociales de la web o la que se impulsa a través de cualquier medio electrónico, soporte o plataforma de internet.
- 2- Revele los criterios utilizados para otorgar Pauta Publicitaria Oficial en el plazo temporal contemplado en el punto 1-.



Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

- 3- Sírvase adjuntar el listado de los medios o grupos de medios de comunicación, comunicadores, productoras de contenidos y comercializadoras de espacios publicitarios beneficiarios de cualquiera de las pautas publicitarias oficiales otorgadas en el plazo de los últimos tres años.

- 4- Precise, sobre el listado del Punto 3, los tipos de medios seleccionados para el otorgamiento de la pauta publicitaria, sea esta televisión (abierta y paga), radio, gráfica, internet, vía pública o la que se haya cursado por cualquier otro tipo de medio o soporte.

- 5- Remita el Registro Oficial de Medios Publicitarios, operativo en el ámbito de la Secretaría de Medios, actualizado a la fecha y conforme a la Resolución N° 140/18.

- 6- Señale cuáles fueron las políticas públicas escogidas para comunicar, en el plazo contemplado en el punto 1-, e indique los criterios utilizados para su opción.

MARICEL ETCHEOIN MORO
Diputada Provincial
Bloque Coalición Cívica



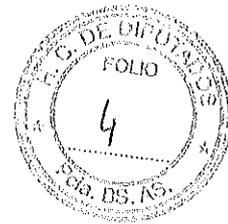
Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

FUNDAMENTOS

Recientemente, en el presente periodo legislativo, me he visto motivada a la presentación de un Pedido de Informes, cuyo Expediente resulta ser D- 1033/24-25-0, a los fines de indagar al Poder Ejecutivo bonaerense sobre *“diversos aspectos relacionados al uso, la administración y el otorgamiento de la publicidad oficial a los distintos medios de comunicación de parte del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, incluyendo a los Ministerios, Organismos de la Constitución y Reparticiones autárquicas”*.

Con similar propósito, es oportuno insistir sobre el tópico, habida cuenta que, sobre la base de múltiples resoluciones como también a partir de lo divulgado actualmente por diversos medios de comunicación, se estaría produciendo un ingente incremento de partidas presupuestarias con destino a cubrir erogaciones en materia de Pauta Publicitaria Oficial. De igual modo, llaman también la atención las sucesivas transferencias de créditos dentro del Presupuesto General del Ejercicio prorrogado 2023 –Ley N° 15.394- hacia el MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA. Asimismo, se resalta el particular criterio con que el Gobierno de la Provincia estaría distribuyendo dicha Pauta Oficial, mediante el mencionado Ministerio.

Puntualmente, el medio periodístico “El Disenso” publicó recientemente, en su sitio oficial, el resultado de lo que se entiende como un relevamiento de información que surgiría del análisis de diversas resoluciones, que estarían dando cuenta –según dicho medio- que *“durante el mes de febrero, la Provincia de Buenos Aires emitió 109 órdenes de Publicidad Oficial para 20 proveedores, por un total de 881.807.696 pesos”*. Asimismo, se consigna que entre los principales beneficiarios de la pauta oficial, se encontrarían los

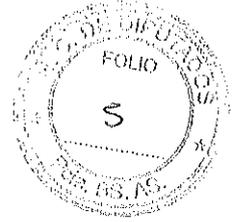


Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

siguientes medios de comunicación: "Parador Diez SA, que incluye a C5N y radios afines, con \$250.177.724; el Grupo Crónica con \$228.933.069; y El Destape de Roberto Navarro con 90.345.500 pesos. Le siguen en la lista La Corte SA, una productora audiovisual que recibió \$67.743.252, aunque las 4 órdenes de compra no detallan cuál sería el "medio" por el que se abona la Pauta Oficial", según informa El Disenso. Otros receptores incluyen a "Editorial La Capital SA con \$30.861.710, Canal 26 con \$30.017.686, El Día con \$25.007.567, Televisión Federal SA, Canal 11, con \$23.644.671, Perfil con \$16.354.550, Canal 9 con \$12.311.537, InfoCielo con \$9.450.000, Rogelio Adrián Rotonda, El Eco de Tandil, con \$8.629.500, El Cronista Comercial con \$7.999.999, Pagina 12 con \$6.554.542, Net TV con \$6.392.169, Editorial Democracia con \$6.150.895, Diario Popular con \$634.542, Diario Núcleo con \$504.000 y finalmente El Mensajero de la Costa con \$94.279".

Por su parte, un estudio más reciente ubica que en el último mes de Marzo, el organismo de Comunicación Pública elevó el gasto a 2.367 millones de pesos en concepto de Pauta Oficial.

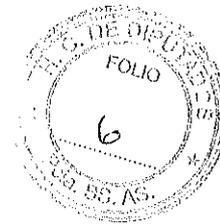
En consecuencia, la presente iniciativa tiene por objeto el requerimiento de informes al Poder Ejecutivo para que, a través del MINISTERIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, informe a esta Cámara sobre diversos aspectos relacionados al uso, la administración y el otorgamiento de la publicidad oficial a los diversos medios de comunicación, incluidas las productoras, comercializadoras y comunicadores, y que permita analizar qué difunde el gobierno provincial, cuánto gasta en ello y a través de qué medios *-lato sensu-* lo hace.



Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

El empleo de la publicidad oficial centra un particular interés, toda vez que en ella se instrumentaliza el principio fundamental de difusión y publicidad de los actos de gobierno, garantizando el derecho de acceso a la información de la sociedad en un marco plural y democrático. En tanto, de la información expuesta más arriba, se puede fácilmente advertir que el Poder Ejecutivo de la Provincia no haría otra cosa que distribuir la pauta oficial limitándose, casi de forma exclusiva y excluyente, a un conglomerado de medios, de productoras y de comunicadores cuyas líneas editoriales resultan ser ostensiblemente afines al gobierno.

En efecto, se ha señalado que el principal instrumento que suelen utilizar las diversas administraciones políticas para influir comunicacionalmente en la opinión pública, es la publicidad oficial. Para ello se valen, muy a menudo, de una práctica obscena que alecciona con dinero y que utiliza como vector el otorgamiento de "premios y castigos" económicos hacia los distintos periodistas y medios de comunicación, según se hallen más o menos cerca de sus intereses u orientación política. En este sentido, es dable recordar que la Corte Suprema de Justicia de la Nación tiene reconocida expresamente la existencia, que recoge pacíficamente de diversos antecedentes jurisprudenciales, de "*un derecho contra la asignación arbitraria o la violación indirecta de la libertad de prensa por medios económicos*" (v.g.: "La Comisa Producciones S.A." C/ EN-JGM SC S/ amparo" 12/04/2016).



*Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados*

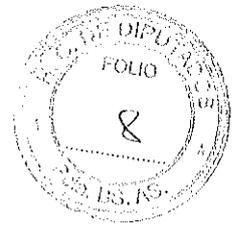
En tanto, debe ser premisa de todo el sistema garantizar que la asignación de la Pauta Oficial se realice en forma razonable y proporcional y que no haya espacio para que pueda ser manipulada. A su vez, es clave su eficacia a la hora de afianzar el acceso a toda la población respecto del conocimiento de las políticas, los programas de gobierno y los servicios estatales. Asimismo, es fundamental que en su uso no subyazca una pretensión electoral, partidaria o de intereses particulares, lo que viene a desnaturalizar por completo su finalidad última, constituyendo una práctica éticamente reprochable y altamente lesiva del sistema republicano, cuando no encuadra en categorías penalmente reprochables.

En nuestra Provincia, la Pauta Oficial y su contratación se encuentra parcialmente regulada por la Ley N° 13.981 y el Decreto 2147/2016. No obstante ello, la Provincia de Buenos Aires todavía se debe un debate serio que promueva una regulación específica que, particularmente, constriña todas las posibilidades de discrecionalidad que puedan suscitar el uso, la administración y el reparto de la P.O. Tanto es así, que el Decreto mencionado le otorga a la Autoridad de Aplicación la facultad de contratar directamente con los medios de comunicación en los cuales tendrá lugar la publicidad oficial, implicando un sistema especialmente arbitrario, indeseable y contrario a su finalidad.



Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

Por otro lado, al ser la nota destacada en esta materia una ausencia de regulaciones específicas que planteen criterios objetivos y procedimientos técnicos rigurosos, se da lugar a abusos arbitrarios, en contraposición a las recomendaciones internacionales sobre el tema en cuestión. Por ello, es preciso remarcar lo que se tiene dicho sobre ello: de acuerdo con estándares internacionales, y desde una perspectiva de derechos fundamentales, *“los Estados tienen el deber de adoptar lineamientos legales claros y concretos como parte integral de su deber de garantizar el ejercicio de la libertad de expresión. En materia de publicidad oficial, esto se traduce en una adecuada regulación de los mecanismos de producción y asignación de la pauta estatal con el objeto de limitar la excesiva discrecionalidad que permite la violación del derecho a la libertad de pensamiento y de expresión”*. Pero a su vez, *“las buenas prácticas, los mecanismos informales, las regulaciones defectuosas o dispersas, y –en general- la aplicación de reglas generales de contratación a los efectos de reducir la discrecionalidad y los abusos en materia de pauta estatal no son suficientes para evitar violaciones a la libertad de expresión. Las reglas legales específicas de publicidad oficial deben incorporar los principios de interés público, transparencia, rendición de cuentas (accountability), no discriminación, eficiencia y buen uso de los fondos públicos”* (“Principios sobre regulación de la Publicidad Oficial en el Sistema Interamericano de Protección de los Derechos Humanos”).



Provincia de Buenos Aires
Honorable Cámara de Diputados

En consecuencia, es indispensable amortiguar las carencias y defectos del sistema con el debido control, propio de los resortes republicanos, por lo que se requiere del Gobierno de la Provincia que informe cuál es la situación actual en la materia, toda vez que el derecho de acceso a la información pública comprende la posibilidad de buscar, acceder, solicitar, recibir, copiar y analizar toda información que en poder del Estado se presume pública.

Atento a ello, y por todo lo anteriormente expuesto, es que solicito a mis pares que acompañen con su voto favorable la sanción de la presente iniciativa.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "MARICEL ETCHEOIN MORO".

MARICEL ETCHEOIN MORO
Diputada Provincial
Bloque Coalición Cívica