



# Proyecto de Resolución

*La Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.*

## Resuelve

Dirigirse al Poder Ejecutivo Nacional para que, a través del organismo que corresponda se sirva informar a esta Honorable Cámara de Diputados lo siguiente:

- 1- Detalle de montos y motivos del incremento realizado a la partida presupuestaria de los años 2007 y 2008 asignado al área de la Secretaría de Medios Públicos dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros para publicidad oficial.
- 2- Detalle de las empresas, agencias publicitarias y medios de comunicación con los cuales se ha contratado de publicidad oficial durante los años 2007 y 2008, especificando criterios adoptados para tales contrataciones, montos de las mismas y campañas realizadas.
- 3- Listado de medios de comunicación que solicitaron participar de la pauta publicitaria oficial cuya solicitud fuera rechazada durante los años 2007 y 2008, especificando los motivos o criterios para denegarla.
- 4- Detalle de los montos asignados al proveedor Xesalud S.A. durante el año 2007, discriminando los conceptos de lo contratado con este proveedor y especificando campañas realizadas, espacios subcontratados y/o cualquier otra prestación específica llevada a cabo por la empresa mencionada.
- 5- Detalle de las contrataciones realizadas con el incremento de los recursos asignados a publicidad oficial para el año 2008 asignados por la Decisión Administrativa N° 310 de 7 de julio de 2008, especificando criterios, empresas o medios y montos de las campañas contratadas.
- 6- Detalle medidas dispuestas en la Agencia Oficial de Noticias Télam S.E. a partir del hallazgo de dinero en la Subgerencia General el día 2 de mayo de 2008, que motivó la denuncia judicial por parte de su Presidente Martín Granovsky. Informe sumarios o investigaciones administrativas tomadas a fin de esclarecer el hecho y/o evitar situaciones poco transparentes en el circuito de pago de publicidad oficial.
- 7- Si se ha respondido a los requerimientos realizados por la Fiscalía del Dr. Oscar Amirante en la causa llevada adelante contra el Secretario de Medios Enrique Albistur y otros, a partir de la denuncia presentada el Fiscal Nacional de Investigaciones Administrativas, Dr. Manuel Garrido en el juzgado federal 9, por la supuesta discrecionalidad en el manejo de la pauta oficial por parte de la Secretaría de Medios de Comunicación.

**Señor Presidente:**

El 6 de julio de 2006 presentamos junto a otros señores diputados un proyecto de ley, expediente 3761-D-06, Régimen para la Publicidad Oficial, Derecho a la Información Pública. En sus fundamentos manifestábamos que el manejo de la publicidad oficial para recompensar a los que apoyan acciones del gobierno y castigar a los que elevan sus voces críticas, constituye una decisión arbitraria y temeraria que restringe la libertad de expresión y el derecho de la ciudadanía a ser informado.

Dos años después de la presentación del mencionado proyecto seguimos, lamentablemente, sosteniendo que desde el Poder Ejecutivo Nacional, se continúa utilizando la pauta de publicidad oficial para castigar a los medios de comunicación críticos al gobierno y para premiar a aquellos medios amigos del poder central.

La Asociación por los Derechos Civiles (ADC), desarrolla un monitoreo constante sobre la utilización de la publicidad oficial y su impacto en la libertad de expresión y la independencia editorial, a nivel nacional y provincial. Recientemente acaba de publicar un nuevo informe, "La Publicidad Oficial del Poder Ejecutivo Nacional durante 2007", donde algunas conclusiones fueron que el gasto en publicidad oficial continúa en una tendencia al alza verificada en los últimos años.

Del análisis de los datos obtenidos surge que el Poder Ejecutivo Nacional invirtió 322.392.600,63 de pesos en publicidad oficial en 2007, un 55 por ciento más que durante el año 2006.

Entre otras observaciones ADC puntualiza, la dificultad para conocer con precisión el monto exacto distribuido a cada medio, ya que la Secretaria de Medios entrega la información en forma confusa. Destaca en ese sentido que hay medios que son considerados individualmente mientras que otros figuran como proveedores que engloban a un grupo de medios.

El informe también señala la ausencia total de publicidad en medios específicos, como por ejemplo la Editorial Perfil, que inició una acción de amparo contra el Gobierno Nacional por discriminación en la distribución de la pauta oficial.

La ADC destaca, que la ausencia de medios, como la Editorial Perfil, entre los proveedores del Estado en el rubro Gráfica, aparece como una práctica discriminatoria que no se justifica bajo parámetros razonables.

Por otra parte llama poderosamente la atención algunas de las conclusiones a las cuales se arriba con el informe de ADC, que debieran explicarse con absoluta contundencia. Durante el año 2007, el Estado Nacional, a través de los fondos destinados a publicidad oficial, gastó más del 11 millones de pesos en una productora privada de nombre Xesalud S.A., aparentemente intermediaria entre el Estado y las productoras televisivas y radiales, monto aquél sumamente superior al de la contratación efectuada por pauta publicitaria con los dos canales televisivos de mayor audiencia del país.

Esta productora privada gerenciada, según los registros oficiales, por Jorge Cesari y Néstor Kohlhuber, fue la cuarta proveedora del estado que más pauta oficial recibió luego de los diarios Clarín, Página 12 y La Nación, obteniendo durante 2007 una cuenta más que abultada.

De ratificarse esta información, los responsables de las áreas respectivas, deberán rendir cuentas de los criterios que se adoptaron para contratar con una intermediaria la publicidad oficial cuando podrían contratar directamente con las productoras televisivas o radiales o las agencias responsables de campañas gráficas.

Por otra parte este proyecto pretende que se informe detalladamente razones por las cuales se asignó un incremento de la partida presupuestaria para el programa 19, Prensa y Difusión de Actos de Gobierno, en la jurisdicción 25 de la Jefatura de Gabinete de Ministros a partir de la Decisión Administrativa nº 310, publicada en el boletín oficial Nº 31.441 del 7 de julio de 2008.

Ese incremento presupuestario que asciende a 25 millones de pesos, debe tener una justificación significativa para incrementar el presupuesto oportunamente asignado a un área sospechada de manejo discrecional de los

recursos para la pauta oficial, y contar con un pormenorizado detalle de los destinos específicos de esos fondos.

La Declaración de Chapultepec en el Principio N° 10 expresa: "Ningún medio de comunicación o periodista debe ser sancionado por difundir la verdad o formular críticas o denuncias contra el poder público". En la actualidad vemos como ese principio en la Argentina no se cumple, ya que la crítica por parte de los medios de comunicación al gobierno, tiene sus perjuicios directos como por ejemplo, el retiro total de la pauta publicitaria oficial.

El informe de la Relatoría Permanente de la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA) del año 2003 cuestiona también la distribución de la pauta en Argentina y señala la falta de reglamentación a través de una ley de alcance nacional.

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en distintos informes, objeta la distribución de la publicidad oficial en nuestro país. En su informe del año 2007, la SIP pondera la decisión de la Corte Suprema en el caso "Editorial Río Negro c/ Neuquén Provincia del s/acción de amparo", considerando que existió discriminación en la distribución de publicidad oficial hacia el medio señalado cuando el gobierno de Neuquén retirara en diciembre del 2002 su pauta publicitaria como reacción de una denuncia publicada por el periódico sobre la compra de voluntades en la Cámara de Diputados provincial.

"No debe perderse de vista que la publicidad oficial puede suponer una fuente de ayuda o castigo indirecto a la prensa, y que representa un eslabón de relativo peso en el complejo entramado económico y financiero que rige las relaciones entre los medios de comunicación y el estado" señala el fallo de la Corte Suprema.

Respetar y promover el pluralismo y resguardar los derechos consagrados en la Constitución Nacional son deberes indelegables del Estado Nacional. Desde esta Cámara de Diputados venimos sosteniendo y denunciando, que el Poder Ejecutivo Nacional, no toma medidas concretas para asegurar transparencia y equidad en la entrega de la publicidad oficial.

La publicidad oficial, como ya señalamos, es la herramienta para la difusión de los actos de gobierno, su utilización debe ser a favor del acceso a la información y de ninguna manera debe condicionar la libertad de prensa. La distribución discrecional de la misma supone ir en contra de estos principios.

El proyecto de ley mencionado sobre Régimen para la Publicidad Oficial, Derecho a la Información Pública, fue representado el día 3 de marzo de 2008, bajo el expediente N° 0015-D-08 y, habiendo pasado mas de dos años, este proyecto sigue aún sin tratamiento en esta Honorable Cámara. Cabe destacar que no a sido

el único proyecto presentado con la intención de legislar en esta materia, también se encuentran en estado parlamentario y por ende en condición de tratarse, los de los Sres. Diputados Martínez Garbino (Expte. 3247-D-08), Fernando Sánchez (Expte. 1581-D-08), Federico Pinedo (Expte. 812-D-08), Solanas (Expte. 4401-D-07), Jerez (Expte. 2707-D-07) y Linares (Expte. 4048-D-08).

Evidentemente no se está teniendo en cuenta ningún tipo de recomendación, ni la necesidad de discutir este tema que permita contar con una norma clara que facilite lograr la transparencia y terminar con a arbitrariedad, el abuso y la inequidad en el uso de los recursos asignados a la pauta de publicidad estatal.

Resulta de suma importancia que esta Honorable Cámara de Diputados de la Nación Argentina también se informe, respecto de las acciones desarrolladas desde los organismos del Poder Ejecutivo Nacional con el objetivo de arribar al esclarecimiento de sendas denuncias realizadas en su mismo ámbito, vinculados al manejo de los fondos destinados a la pauta publicitaria del estado.

En el mes de abril del corriente año, el Sr. Fiscal Nacional de Investigaciones Administrativas, Dr. Manuel Garrido, realizó una denuncia contra el Secretario de Medios, Enrique Albistur, por el delito de negociaciones incompatibles con la función pública. Dicha denuncia recayó en el juzgado federal 9, a cargo del juez Octavio Aráoz de Lamadrid.

*En su escrito de 43 carillas, el Fiscal Garrido explica que "la descripción hecha hasta el momento tiene como fin demostrar que el Sr. Secretario de Medios, autoridad responsable de efectuar la planificación y contratación de la publicidad oficial, junto con el funcionario de su máxima confianza, el Sr. Subsecretario de Gestión de Medios, el contador Alejandro Lenzberg -que tiene precisamente como función principal asistir en la planificación y contratación de la publicidad oficial del Estado- han distribuido pauta oficial en su propio beneficio, introduciendo así un 'interés' indebido en beneficio propio o de tercero en contratos y operaciones en las que han intervenido en razón de su cargo".*

*Esta denuncia fue tenida en cuenta por el Fiscal Oscar Amirante, que promovió inmediatamente la investigación. Según consigna el diario Clarín en su edición del 25 de abril de 2008, "El fiscal Oscar Amirante dio ayer (24 de abril de 2008) por verosímil la denuncia del Fiscal Nacional de Investigaciones Administrativas, Manuel Garrido, y abrió una investigación contra el Secretario de Medios de Comunicación de la Nación, Enrique Albistur, y dos de sus colaboradores por supuestas irregularidades en el manejo de casi 10 millones de pesos en publicidad oficial"*

*El Fiscal Amirante, en su investigación, solicitó información a la Secretaría de Medios, motivo por el cual se desea conocer el grado de colaboración que se ha prestado a tal investigación.*

*Es sumamente importante destacar que, conocida la denuncia del Fiscal de Investigaciones Administrativas, el Poder Ejecutivo Nacional debiera haber separado inmediatamente del cargo a los funcionarios sospechados, precisamente para garantizar la imparcialidad y la transparencia en la investigación a desarrollar.*

*En otra área dependiente también de la Secretaría de Medios de Comunicación, en este caso en la Agencia Oficial de Noticias Télam S. E., el 2 de mayo de 2008, su Presidente Martín Granovsky, hizo una denuncia que recayó en el Juez Federal Marcelo Martínez de Giorgi, titular del Juzgado Federal N° 8.*

*La denuncia daba cuenta del hallazgo de un sobre con 15.000 pesos que no pertenecían ni a la Agencia Oficial de Noticias ni a ninguna persona que desarrolla sus tareas laborales en la misma.*

*Se sospecha que existe un nexo entre el dinero hallado y la firma Action Media, "dejado" para facilitar la agilidad en los trámites administrativos tendientes al cobro de facturas adeudadas a dicha firma.*

*Fueron en consecuencia las palabras del mismo Presidente de Télam descriptivas del hecho, "pediré al juez, el doctor Marcelo Martínez Di Giorgi, que en nombre de Télam Sociedad del Estado me tenga como parte querellante en la causa. Porque Télam no acepta sobornos. Es una empresa pública: no se vende ni se alquila."*

*Ante esta situación se requiere la información de las medidas adoptadas por la Agencia Oficial de Noticias Télam S.E. con el objeto del esclarecimiento del hecho en virtud, además, de evitar en el futuro, situaciones poco transparentes en el circuito de pago de la publicidad oficial.*

*Finalmente esperamos que estos hechos y acciones vinculados al manejo de los fondos que el Estado Nacional destina para llevar adelante la publicidad de sus actos de gobierno, fondos públicos, se esclarezcan a fin de garantizar transparencia y objetividad.*

*Situaciones todas que exigen asumir la responsabilidad inmediata de legislar para lograr que la Argentina no esté más sospechada ni cuestionada por el uso arbitrario y discrecional de los fondos destinados a la publicidad oficial.*

*Por todo lo expuesto, Sr. Presidente es que solicitamos la aprobación del presente proyecto de Resolución.*