



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

VIEDMA, 9 de septiembre de 2009.

Al Señor
Presidente de la Legislatura
De la Provincia de Río Negro
Don Bautista Mendioroz
Su Despacho:

Nos dirigimos a usted haciendo uso de las atribuciones conferidas por el artículo 139 inciso 5) de la Constitución Provincial y ley n° 2216 a los efectos de gestionar ante la Secretaría de Medios de Comunicación, el siguiente Pedido de Informe en carácter de reiteración - aclaración y ampliación del oportunamente cursado -Pedido Informe n° 313/09-, que motivara respuesta mediante el expediente n° 1376/09 de la Secretaría General de la Gobernación:

Autor: Martín Ignacio Soria

Firmantes: Carlos Gustavo Peralta, Pedro Pesatti, Silvina García Larraburu, Carlos Tgmoszka, Ademar Jorge Rodríguez, María E. Benthencourt

Respecto del carácter reiteratorio:

1. A tenor de las preguntas 1 y 2 formuladas en el Pedido de Informes n° 313/09, mediante las que se solicitara "Informe el nombre y las sucintas características del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008 desde la Secretaría de Medios a su cargo...", como también "desde los distintos Organismos del Estado, Empresas del Estado -e intervenidas por éste-, Sociedades con mayoría accionaria estatal, entes autárquicos y Organismo descentralizados". Atento el simple detalle de gastos publicitarios contenidos en las planillas obrantes a fojas 07/11 y 12/67 del expediente. n° 1376/09, como de las 3 cajas de documentación remitidas mediante el mismo.
 - a) Informe el nombre y las sucintas características del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales, lo que se entiende resulta a



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

tenor del artículo. 5 y 6 del decreto 750/93, deberá transcribir y/o remitir fotocopias de los "duplicados" de los respectivos "formularios-solicitud" emitidos por los organismos solicitantes en el transcurso del período 2008.

2. A tenor de la pregunta 4 del Pedido de Informe 313/09, donde se solicitara "Informe, a conocimiento del señor Secretario de Medios de Comunicación, que relación y/o vinculación posee el Presidente de Radio Televisión Río Negro -señor Agustín Amado- respecto de las productoras precedentemente referenciadas" (Contexto - Autóctona y 2A Producciones).

a) Atento vuestra respuesta relativa al registro de titularidad de la Firma "2A Producciones" -conf. expediente n° 1376/09- y lo que se entiende resulta de las previsiones contenidas en el artículo 5 de la ley 847, artículo 24 de la ley 3487 y del artículo. 19 de la Ley 3550, informe que conocimiento posee el señor Secretario de Medios, acerca de la relación y/o vinculación que posee el Presidente de Radio Televisión Río Negro -señor Agustín Amado- respecto de la mencionada empresa productora".

Respecto del carácter aclaratorio

3. A tenor de la pregunta 3 del Pedido de Informes 313/09, en donde se solicitara "la remisión de la totalidad de las ordenes de publicidad emitidas desde la Secretaría de Medios a su cargo, respecto del total de las contrataciones por espacios publicitarios celebrados durante el 2008". Y la consecuente remisión de tres (3) cajas conteniendo fotocopias de "ordenes de publicidad".

a) Especifique si las órdenes de publicidad remitidas se corresponden, efectivamente, "al total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008 desde la Secretaría de Medios a su cargo". En su defecto, indique cuáles faltan y tenga a bien remitirlas.

4. A tenor de la elaboración y remisión de las "Planillas correspondientes a la solicitud referida a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes) individualizada por medio de comunicación" -obrantes a fojas 07/11 del expediente n° 1376/09-.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- a) Especifique si los emolumentos que allí se detallan -y que ascienden durante el año 2008 a los \$7.951.560,47-, son imputables en su totalidad a la partida del clasificador presupuestario número 361, cuyo "compromiso presupuestario" en concepto de "Publicidad y Propagandas Varias" para el Estado Provincial ascendió durante el período 2008 a la suma de \$10.592.539,58.
 - b) En caso afirmativo, especifique el detalle de gastos faltante hasta alcanzar el "compromiso presupuestario" previsto para el año 2008 -cuya diferencia asciende a la suma de \$2.640.979,11-, y que resulta de la Planilla la pauta publicitaria remitida -que obra a fojas 07/11 del expediente n° 1376/09-. A su respecto, remita las correspondientes copias de los "duplicados" de los "formularios solicitud", como de las respectivas órdenes de publicidad.
 - c) Indique si el criterio al momento de determinar el monto informado -\$7.951.560,47- ha sido el criterio de lo "devengado" (esto es, considerar la totalidad del gasto independientemente de si haya sido pagado o no) o si se ha seguido el criterio de lo "pagado" (esto es, considerar sólo el gasto efectivamente abonado). En caso de existir diferencias en base a estos dos criterios, indique el gasto publicitario considerando cada uno de los criterios antes mencionados.
5. De acuerdo a las "Planillas por Organismos y/o Empresas del Estado con los montos de inversión correspondiente", obrante en fojas 12/61 del expediente 1376/2009, se deduce que el gasto de publicidad correspondiente a la Secretaría General de la Gobernación ascendió a la suma de \$1.985.088,75.
- a) Indique si dicho monto es correcto. En caso de ser "erróneo" informe el gasto efectivamente realizado durante el año 2008 para dicho organismo.
 - b) Especifique si los emolumentos que allí se detallan -y que ascienden durante el año 2008 a los \$1.985.088,75-, se corresponden pura y exclusivamente a fondos presupuestarios propios de la Secretaría de Comunicación, ello conforme resulta del clasificador presupuestario de la provincia de Río Negro cuyo número de partida es 361, y cuyo "compromiso presupuestario" en concepto de "Publicidad y Propagandas Varias" para la Secretaría General de la Gobernación -de la que



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

depende el Organismo a su cargo-, ascendió en el período 2008 a la suma de \$2.580.834,91.

- c) En caso afirmativo, especifique el detalle de "gastos faltante" para alcanzar el compromiso presupuestario del año 2008 -diferencia de asciende a la suma de \$595.746,16-, y que resulta del detalle obrante en la Planilla de la pauta publicitaria de la Secretaría Gral. de la Gobernación remitida -conforme fojas 12/61 del Expte. N° 1376/09-. A su respecto, remita las correspondientes copias de los "duplicados" de los "formularios solicitud", como de las respectivas órdenes de publicidad.
 - d) Informe si el criterio al momento de determinar dicho monto ha sido el criterio de lo "devengado" (esto es, considerar la totalidad del gasto independientemente de si haya sido pagado o no) o si se ha seguido el criterio de lo "pagado" (esto es, considerar sólo el gasto que efectivamente abonado). En caso de existir diferencias en base a estos dos criterios, indique el gasto publicitario considerando cada uno de los criterios antes mencionados.
 - e) Informe el monto presupuestario inicial que le fuera asignado a la Secretaría de Comunicación y Medios durante el Ejercicio Fiscal 2008, y precise si se han producido ampliaciones presupuestarias a lo largo del año en cuestión, como así también, indique los motivos que han dado lugar a dicha ampliación.
 - f) Tenga a bien precisar que monto del total presupuestado para la Secretaría de Comunicación, fue efectivamente destinado a la partida presupuestaria "Publicidad y Propagandas Varias", cuyo número de partida, conforme resulta del clasificador presupuestario de la provincia de Río Negro, es el 361 y cual es el criterio utilizado para determinar dicho el monto (devengado o pagado).
6. De acuerdo a las "Planillas por Organismos y/o Empresas del Estado con los montos de inversión correspondiente", obrante en fojas 12/67 del expediente n° 1376/2009, se deduce que sólo han pautado publicidad los organismos que se mencionan a continuación: Secretaría General de la Gobernación, DPA, Horizonte, Vial Rionegrina Sociedad del Estado, Lotería de Río Negro, Horizonte, Ministerio de



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Producción, Ministerio de Turismo y el Ente Provincial Regulador de la Electricidad. Aclare:

- a) Indique -a tenor de la competencia exclusiva que el Decreto 750/93 le asigna a la Secretaría de Comunicación-, si los organismos referenciados, efectivamente, son los únicos Organismos y Dependencias del Estado que han realizado pautas publicitarias durante el año 2008.
 - b) En caso de existir otros organismos que hayan realizado pautas y contrataciones publicitarias, indique cuales e informe el mecanismo de contratación instrumentado a esos efectos, como así también, los motivos por los cuales realizan pautas publicitarias por fuera de la Secretaría de Comunicación. Remita detalle de los gastos publicitarios del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008, respecto de aquellos Organismos y Dependencias del Estado que hubieran realizado pautas publicitarias -durante el año 2008- por fuera de la Secretaría de Comunicación.
7. Especifique los motivos de las diferencias que surgen de los montos publicitarios abonados respecto del Medio LU 18 Xhardez y Cozzi y que lucen informados en la "Planilla correspondiente a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes) individualizada por medio de comunicación" (obrante en fojas 07/11 del expediente 1376/2009 y los que respectivamente resultan de las "Planillas por Organismos y/o Empresas del Estado con los montos de inversión correspondiente" obrante a fojas 12/67 de dicho expediente.
8. Especifique si en la información contenida y remitida mediante el Informe 1376/09, se han incluido y detallado los gastos publicitarios efectuados durante el año 2008, bajo la modalidad de "publicidad estática" (banner's - cartelería - gigantografías - plóteos - calcomanías - rotulación de vehículos - estampados de indumentaria). En su defecto, conforme el Decreto 750/93, remita fotocopias de los duplicados de los "formularios solicitud", como de las respectivas "órdenes de publicidad" emitidas.

Respecto del carácter ampliatorio

9. A tenor de lo informado a fojas 3 del Expediente 1376/2009, en torno al principio de pluralidad que sigue dicha Secretaría de Medios, respecto de las "mas



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

de 200 empresas periodísticas (FM, AM, televisión y prensa) de la provincia”.

- a) Informe si la Secretaría de Medios a su cargo, posee un “registro de medios autorizados a contratar con el Estado”. En caso afirmativo, remita número de Legajo asignado a cada medio por dicha Secretaría, e informe el registro de titularidad correspondiente a cada firma o empresa, como también, el domicilio legal que allí obre inscripto.
10. A tenor de lo informado a fojas 3 del expediente 1376/2009, en torno al “principio de equidad” que sigue la Secretaría de Medios, respecto a que “la distribución se realiza de manera equitativa y proporcional a la capacidad del medio de ofrecer resultados en términos de comunicación”.
 - a. Informe cual es el criterio y/o el método que lleva adelante la Secretaría a su cargo, para determinar o cuantificar “la capacidad” de cada medio de comunicación para ofrecer resultados satisfactorios en términos de comunicación.
 11. A tenor de lo informado a fojas 3 del Expediente 1376/2009, en torno al “principio de transparencia” que sigue la Secretaría de Medios, respecto a que “la distribución se realiza de manera equitativa y proporcional a la capacidad del medio de ofrecer resultados en términos de comunicación”.
 - a. Informe cual es el “mecanismo de control y/o supervisión” que lleva adelante la Secretaría a su cargo, respecto del efectivo cumplimiento de las respectivas pautaciones publicitarias contratadas - en especial respecto de los medios de AM, FM, televisión y medios digitales-.
 12. En función del simple análisis comparativo que resulta de los montos totales que arroja la “Planilla correspondiente a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes) individualizada por medio de comunicación” obrante en fojas 07/11 del expediente 1376/2009 -y que asciende a la suma de \$7.951.560,47 pesos-, y de las “Planillas por organismos y/o empresas del estado con los montos de inversión correspondiente” obrante a fojas 12/67 de dicho expediente -que asciende a la suma de \$6.120.818 pesos-, más lo gastado por el Ministerio de Turismo que obra a fojas 62/67 -que asciende a la suma de \$1.482.141,11 pesos- y lo informado en las planillas



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

de gastos correspondientes al EPRE -que asciende a la suma de \$281.576,19 pesos-.

a. Informe los motivos de la diferencia que arroja la comparación de las sumas de dinero informadas.

13. Atento la información publicada en el Periódico La Comuna de General Roca -de fecha 03/03/08-, donde se informa que el Programa Radial "Cuatro de Copas" emitido por la Radio LU 18 -Xhardez y Cozzi-, "sería costeado, económicamente, por las arcas provinciales, colores políticos ligados al Gobierno Provincial y en una jugosa suma".

a. Informe, a tenor de las previsiones contenidas en el decreto 750/93 y la ley 847, cual es la modalidad de contratación de dicho espacio publicitario y/o radial.

b. Informe cual es el costo mensual que abona el Estado Rionegrino por dicho programa radial.

c. Especifique que otros programas periodísticos costea económicamente el Estado.

14. A tenor de las expresiones contenidas en la entrevista periodística que el Señor Secretario de Medios de la Provincia de Río Negro concediera el 15 de abril del año 2004, publicadas en el Libro de la ADC -Asociación por los Derechos Civiles-, titulado "Una Censura Sutil" (edición año 2005, pagina 32). Donde afirmara que "encara investigaciones de mercado para que la publicidad oficial llegue a la mayor cantidad de población".

a. Informe, durante el período de tiempo al frente de la Secretaría de Comunicación -años 2003/2009-, cuales han sido las herramientas o mecanismos de sofisticación utilizados para la planificación comunicacionales Río Negro.

b) En caso afirmativo, esto es, de existir dicha herramienta y/o investigación que permita la planificación publicitaria y la ulterior pauta, tenga a bien informar cual es la Firma o Empresa que efectúa dicho control de medios -Clipping-. Remita copia de los respectivos informes efectuados durante el periodo de tiempo especificado en el punto anterior.

15. Informe como es el mecanismo y el marco legal que se utiliza para la pauta publicitaria de los



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

“llamados a licitación” que se realizan desde las distintas Dependencias del Estado Provincial.

16. Informe en el periodo 2007/2008, cual es la Firma o Empresa a cargo de la elaboración y producción de las campañas institucionales, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales que el Gobierno de la Provincia de Río Negro, emitió -durante ese período- por Radio y Televisión Río Negro Sociedad del Estado -Canal 10-. Remita copia de los contratos celebrados al efecto.
17. Informe si el periodo 2007/2008 el Gobierno de la Provincia de Río Negro contrató alguna Empresa de Relaciones Públicas que tenga por objeto mejorar la imagen de la gestión de gobierno. En caso afirmativo, remita copia del contrato celebrado con la misma.
18. Informe, a tenor de lo que surge del Expte. 1376/2009 como de las previsiones normativas contenidas en los incisos o) y p) de la ley 3487-, que denuncias formuló en el ejercicio de su función al frente de la Secretaría de Comunicación de Río Negro.

Atentamente.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO SOLICITA

Al Poder Ejecutivo, Secretaría de Medios de Comunicación, a pedido de los señores legisladores Martín Ignacio SORIA, Carlos Gustavo PERALTA, Pedro PESATTI, Silvina GARCIA LARRABURU, Carlos TGMOZKA, Ademar Jorge RODRIGUEZ y María E. BENTHENCOURT; de conformidad a las atribuciones conferidas por el artículo 139, inciso 5) de la Constitución Provincial y por la ley K n° 2216, se sirva remitir e informar lo siguiente, en carácter de aclaración y ampliación del Pedido de Informes n° 313/2009 cuya respuesta originara el expediente n° 1376/2009 Asunto Oficial.

Respecto del carácter reiteratorio:

1. A tenor de las preguntas 1 y 2 formuladas en el Pedido de Informes n° 313/09, mediante las que se solicitara "Informe el nombre y las sucintas características del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008 desde la Secretaría de Medios a su cargo...", como también "desde los distintos organismos del Estado, empresas del Estado e intervenidas por éste, sociedades con mayoría accionaria estatal, entes autárquicos y organismos descentralizados". Atento el simple detalle de gastos publicitarios contenidos en las planillas obrantes a fojas 07/11 y 12/67 del expediente n° 1376/09, como también de las tres cajas de documentación remitidas mediante el mismo:
 - Nombre y las sucintas características del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales, lo que se entiende resulta a tenor del artículo 5° y 6° del decreto n° 750/93, deberá transcribir y/o remitir fotocopias de los "duplicados" de los respectivos "formularios-solicitud" emitidos por los organismos solicitantes en el transcurso del período 2008.
2. A tenor de la pregunta 4 del Pedido de Informes n° 313/09, donde se solicitara "Informe, a conocimiento del señor Secretario de Medios de Comunicación, qué relación y/o vinculación posee el Presidente de Radio Televisión Río Negro Sociedad del Estado, señor



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Agustín Amado, respecto de las productoras precedentemente referenciadas" (Contexto, Autóctona y 2A Producciones):

- Atento a vuestra respuesta relativa al registro de titularidad de la firma "2A Producciones", conforme expediente n° 1376/09 y lo que se entiende resulta de las previsiones contenidas en el artículo 5° de la ley n° 847, artículo 24 de la ley L n° 3487 y del artículo 19 de la ley L n° 3550, informe qué conocimiento posee el señor Secretario de Medios, acerca de la relación y/o vinculación que posee el Presidente de Radio Televisión Río Negro, señor Agustín Amado, respecto de la mencionada empresa productora".

Respecto del carácter aclaratorio:

1. A tenor de la pregunta 3 del Pedido de Informes n° 313/09, en donde se solicitara "la remisión de la totalidad de las órdenes de publicidad emitidas desde la Secretaría de Medios a su cargo, respecto del total de las contrataciones por espacios publicitarios celebrados durante el 2008" y la consecuente remisión de tres (3) cajas conteniendo fotocopias de "órdenes de publicidad":
 - Si las órdenes de publicidad remitidas se corresponden, efectivamente, "al total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008 desde la Secretaría de Medios a su cargo". En su defecto, indique cuáles faltan y tenga a bien remitirlas.
2. A tenor de la elaboración y remisión de las "planillas correspondientes a la solicitud referida a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes) individualizada por medio de comunicación", obrantes a fojas 07/11 del expediente n° 1376/09:
 - a) Si los emolumentos que allí se detallan y que ascienden durante el año 2008 a pesos siete millones novecientos cincuenta y un mil quinientos sesenta con cuarenta y siete centavos (\$7.951.560,47), son imputables en su totalidad a la partida del clasificador presupuestario número 361, cuyo "compromiso presupuestario" en concepto de "Publicidad y Propagandas Varias" para el Estado provincial ascendió durante el período 2008 a la suma de pesos diez millones quinientos noventa y



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

dos mil quinientos treinta y nueve con cincuenta y ocho centavos (\$10.592.539,58).

- b) En caso afirmativo, especifique el detalle de gastos faltante hasta alcanzar el "compromiso presupuestario" previsto para el año 2008, cuya diferencia asciende a la suma de pesos dos millones seiscientos cuarenta mil novecientos setenta y nueve con once centavos (\$2.640.979,11) y que resulta de la planilla de la pauta publicitaria remitida, que obra a fojas 07/11 del expediente n° 1376/09. A su respecto, remita las correspondientes copias de los "duplicados" de los "formularios solicitud", como de las respectivas órdenes de publicidad.
 - c) Si el criterio al momento de determinar el monto informado de pesos siete millones novecientos cincuenta y un mil quinientos sesenta con cuarenta y siete centavos (\$7.951.560,47) ha sido el criterio de lo "devengado" (esto es, considerar la totalidad del gasto independientemente de si ha sido pagado o no) o si se ha seguido el criterio de lo "pagado" (esto es, considerar sólo el gasto efectivamente abonado). En caso de existir diferencias en base a estos dos criterios, indique el gasto publicitario considerando cada uno de los criterios antes mencionados.
3. De acuerdo a las "planillas por organismos y/o empresas del Estado con los montos de inversión correspondiente", obrantes en fojas 12/61 del expediente n° 1376/2009, se deduce que el gasto de publicidad correspondiente a la Secretaría General de la Gobernación ascendió a la suma de pesos un millón novecientos ochenta y cinco mil ochenta y ocho con setenta y cinco centavos (\$1.985.088,75).
- a) Si dicho monto es correcto. En caso de ser "erróneo" informe el gasto efectivamente realizado durante el año 2008 para dicho organismo.
 - b) Si los emolumentos que allí se detallan y que ascienden durante el año 2008 a pesos un millón novecientos ochenta y cinco mil ochenta y ocho con setenta y cinco centavos (\$1.985.088,75), se corresponden pura y exclusivamente a fondos presupuestarios propios de la Secretaría de Medios de Comunicación, ello conforme resulta del clasificador presupuestario de la provincia de Río Negro, cuyo número de partida es 361 y cuyo "compromiso presupuestario" en concepto de



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

"Publicidad y Propagandas Varias" para la Secretaría General de la Gobernación, de la que depende el Organismo a su cargo, ascendió en el período 2008 a la suma de pesos dos millones quinientos ochenta mil ochocientos treinta y cuatro con noventa y un centavos (\$2.580.834,91).

- c) En caso afirmativo, especifique el detalle de "gastos faltante" para alcanzar el compromiso presupuestario del año 2008, diferencia que asciende a la suma de pesos quinientos noventa y cinco mil setecientos cuarenta y seis con dieciséis centavos (\$595.746,16) y que resulta del detalle obrante en la planilla de la pauta publicitaria de la Secretaría General de la Gobernación remitida conforme fojas 12/61 del expediente n° 1376/09. A su respecto, remita las correspondientes copias de los "duplicados" de los "formularios solicitud", como de las respectivas órdenes de publicidad.
 - d) Si el criterio al momento de determinar dicho monto ha sido el criterio de lo "devengado" (esto es, considerar la totalidad del gasto independientemente de si ha sido pagado o no) o si se ha seguido el criterio de lo "pagado" (esto es, considerar sólo el gasto efectivamente abonado). En caso de existir diferencias en base a estos dos criterios, indique el gasto publicitario considerando cada uno de los criterios antes mencionados.
 - e) Monto presupuestario inicial qué le fuera asignado a la Secretaría de Medios de Comunicación durante el ejercicio fiscal 2008 y precise si se han producido ampliaciones presupuestarias a lo largo del año en cuestión, como así también, indique los motivos que han dado lugar a dicha ampliación.
 - f) Tenga a bien precisar qué monto del total presupuestado para la Secretaría de Medios de Comunicación, fue efectivamente destinado a la partida presupuestaria "Publicidad y Propagandas Varias", cuyo número de partida, conforme resulta del clasificador presupuestario de la provincia de Río Negro, es el 361 y cuál es el criterio utilizado para determinar dicho monto (devengado o pagado).
4. De acuerdo a las "planillas por organismos y/o empresas del Estado con los montos de inversión correspondientes", obrantes en fojas 12/67 del



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

expediente n° 1376/2009, se deduce que sólo han pautado publicidad los organismos que se mencionan a continuación: Secretaría General de la Gobernación, DPA, Horizonte, Vial Rionegrina Sociedad del Estado, Lotería de Río Negro, Ministerio de Producción, Ministerio de Turismo y el Ente Provincial Regulador de la Electricidad. Aclare:

- a) A tenor de la competencia exclusiva que el decreto n° 750/93 le asigna a la Secretaría de Medios Comunicación, si los organismos referenciados, efectivamente, son los únicos organismos y dependencias del Estado que han realizado pautas publicitarias durante el año 2008.
 - b) En caso de existir otros organismos que hayan realizado pautas y contrataciones publicitarias, indique cuáles e informe el mecanismo de contratación instrumentado a esos efectos, como así también, los motivos por los cuales realizan pautas publicitarias por fuera de la Secretaría de Comunicación. Detalle de los gastos publicitarios del total de campañas, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales desarrolladas durante el período 2008, respecto de aquellos organismos y dependencias del Estado que hubieran realizado pautas publicitarias -durante el año 2008- por fuera de la Secretaría de Comunicación.
5. Los motivos de las diferencias que surgen de los montos publicitarios abonados respecto del medio LU 18 Xhardez y Cozzi y que lucen informados en la "planilla correspondiente a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes), individualizada por medio de comunicación" (obrante en fojas 07/11 del expediente n° 1376/2009) y los que respectivamente resultan de las "planillas por organismos y/o empresas del Estado con los montos de inversión correspondientes" obrantes a fojas 12/67 de dicho expediente.
 6. Si en la información contenida y remitida mediante el expediente n° 1376/09, se han incluido y detallado los gastos publicitarios efectuados durante el año 2008, bajo la modalidad de "publicidad estática" (banner's-cartelería-gigantografías-plóteos-calcomanías-rotulación de vehículos -estampados de indumentaria). En su defecto, conforme el decreto n° 750/93, remita fotocopias de los duplicados de los "formularios solicitud", como de las respectivas "órdenes de publicidad" emitidas.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Respecto del carácter ampliatorio:

1. A tenor de lo informado a fojas 3 del expediente 1376/2009, en torno al principio de pluralidad que sigue dicha Secretaría de Medios, respecto de las "más de 200 empresas periodísticas (FM, AM, televisión y prensa) de la provincia":
 - Si la Secretaría de Medios a su cargo, posee un "registro de medios autorizados a contratar con el Estado". En caso afirmativo, remita número de legajo asignado a cada medio por dicha Secretaría, e informe el registro de titularidad correspondiente a cada firma o empresa, como también, el domicilio legal que allí obre inscripto.
2. A tenor de lo informado a fojas 3 del expediente n° 1376/2009, en torno al "principio de equidad" que sigue la Secretaría de Medios, respecto a que "la distribución se realiza de manera equitativa y proporcional a la capacidad del medio de ofrecer resultados en términos de comunicación":
 - Cuál es el criterio y/o el método que lleva adelante la Secretaría a su cargo, para determinar o cuantificar "la capacidad" de cada medio de comunicación para ofrecer resultados satisfactorios en términos de comunicación.
3. A tenor de lo informado a fojas 3 del expediente n° 1376/2009, en torno al "principio de transparencia" que sigue la Secretaría de Medios, respecto a que "la distribución se realiza de manera equitativa y proporcional a la capacidad del medio de ofrecer resultados en términos de comunicación".
 - Cuál es el "mecanismo de control y/o supervisión" que lleva adelante la Secretaría a su cargo, respecto del efectivo cumplimiento de las respectivas pautaciones publicitarias contratadas, en especial respecto de los medios de AM, FM, televisión y medios digitales.
4. En función del simple análisis comparativo que resulta de los montos totales que arroja la "planilla correspondiente a la pauta publicitaria del año 2008 (mes por mes) individualizada por medio de comunicación" obrante en fojas 07/11 del expediente n° 1376/2009 y que asciende a la suma de pesos siete millones novecientos cincuenta y un mil quinientos



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

sesenta con cuarenta y siete centavos (\$7.951.560,47) y de las planillas por organismos y/o empresas del Estado con los montos de inversión correspondientes" obrantes a fojas 12/67 de dicho expediente, que asciende a la suma de pesos seis millones ciento veinte mil ochocientos dieciocho (\$6.120.818) más lo gastado por el Ministerio de Turismo que obra a fojas 62/67, que asciende a la suma de pesos un millón cuatrocientos ochenta y dos mil ciento cuarenta y uno con once centavos (\$1.482.141,11) y lo informado en las planillas de gastos correspondientes al EPRE, que asciende a la suma de pesos doscientos ochenta y un mil quinientos setenta y seis con diecinueve centavos (\$281.576,19).

- Los motivos de la diferencia que arroja la comparación de las sumas de dinero informadas.

5. Atento la información publicada en el Periódico La Comuna de General Roca de fecha 03/03/08, donde se informa que el Programa Radial "Cuatro de Copas" emitido por la Radio LU 18 -Xhardez y Cozzi- "sería costeado, económicamente, por las arcas provinciales, colores políticos ligados al Gobierno provincial y en una jugosa suma".

a) A tenor de las previsiones contenidas en el decreto 750/93 y la ley 847, cuál es la modalidad de contratación de dicho espacio publicitario y/o radial.

b) Cuál es el costo mensual que abona el Estado rionegrino por dicho programa radial.

c) Qué otros programas periodísticos costea económicamente el Estado.

6. A tenor de las expresiones contenidas en la entrevista periodística que el señor Secretario de Medios de la Provincia de Río Negro concediera el 15 de abril del año 2004, publicadas en el Libro de la ADC -Asociación por los Derechos Civiles- titulado "Una Censura Sutil" (edición año 2005, página 32). Donde afirmara que "encara investigaciones de mercado para que la publicidad oficial llegue a la mayor cantidad de población".

a) Durante el período de tiempo al frente de la Secretaría de Medios de Comunicación -años 2003/2009- cuáles han sido las herramientas o



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

mecanismos de sofisticación utilizados para la planificación comunicación en Río Negro.

- b) En caso afirmativo, esto es, de existir dicha herramienta y/o investigación que permita la planificación publicitaria y la ulterior pautaación, tenga a bien informar cuál es la firma o empresa que efectúa dicho control de medios -Clipping-. Remita copia de los respectivos informes efectuados durante el período de tiempo especificado en el punto anterior.
7. Cómo es el mecanismo y el marco legal que se utiliza para la pautaación publicitaria de los "llamados a licitación" que se realizan desde las distintas Dependencias del Estado provincial.
8. En el período 2007/2008, cuál es la firma o empresa a cargo de la elaboración y producción de las campañas institucionales, spot's, piezas publicitarias y/o comunicacionales que el Gobierno de la Provincia de Río Negro, emitió -durante ese período- por Radio Televisión Río Negro Sociedad del Estado, Canal 10. Remita copia de los contratos celebrados al efecto.
9. Si el período 2007/2008 el Gobierno de la Provincia de Río Negro contrató alguna Empresa de Relaciones Públicas que tenga por objeto mejorar la imagen de la gestión de gobierno. En caso afirmativo, remita copia del contrato celebrado con la misma.
10. A tenor de lo que surge del expediente n° 1376/2009 como de las previsiones normativas contenidas en los incisos o) y p) de la ley n° 3487, qué denuncias formuló en el ejercicio de su función al frente de la Secretaría de Medios de Comunicación de Río Negro.

VIEDMA, 14 de septiembre de 2009.