



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Viedma 19 de Septiembre de 2018.

**Al Señor Presidente
de la Legislatura de Río Negro
Prof. Pedro Oscar Pesatti
Su despacho**

Nos dirigimos a usted haciendo uso de la facultad que nos confiere la Constitución Provincial en su artículo 139 inciso 5) y en los términos de la ley K n° 2216, a efectos de solicitarle gestione ante el Poder Ejecutivo Provincial la información que se detalla en el presente informe.

La ley A n° 4391 promulgada en el 2008 reglamenta la planificación, coordinación y autorización de espacios informativos o publicitarios, por parte del Poder Ejecutivo provincial. Se entiende por Publicidad Oficial a toda comunicación, información, anuncio o campaña, expresado en cualquier soporte, que requiera la contratación de espacios en cualquier tipo de medio de difusión a realizar por pedido de los distintos organismos dependientes del Poder Ejecutivo provincial.

La aplicación de las disposiciones de la ley y su reglamentación son aplicables al Poder Ejecutivo provincial, sus dependencias de administración pública, sus entes autárquicos, organismos descentralizados, empresas del Estado e intervenidas por éste, sociedades con participación estatal accionaria mayoritaria, obras sociales, servicios de cuentas especiales y cualquier otra dependencia del Poder Ejecutivo provincial.

La autoridad de aplicación queda facultada para realizar la planificación, coordinación y autorización concerniente a la contratación de espacios informativos o publicitarios, a pedido, por cuenta y orden de alguno de los organismos a los que se refiere la ley. No obstante la adjudicación de la Publicidad Oficial se rige por los principios de interés general, veracidad, libre acceso a la información, transparencia, razonabilidad, acceso equitativo y pluralista a las oportunidades de expresión, austeridad en la administración del gasto público y publicidad de los actos de gobierno.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Para ello la autoridad de aplicación debe realizar, según el artículo 7 al menos, una encuesta anual de medios y programación en el territorio provincial. El artículo 8 crea el Registro Provincial de Medios de Comunicación (RPM) en el ámbito de la autoridad de aplicación de la presente. La autoridad de aplicación podrá contratar los espacios únicamente a aquellos medios, productoras y agencias inscriptos en el RPM. También la autoridad de aplicación establece y publica un período determinado para la actualización de datos anualmente.

También la autoridad de aplicación debe publicar, según el artículo 10 el listado de medios o personas físicas o jurídicas y las asignaciones de pautas publicitarias a los mismos, indicando medio, número de registro, características del anuncio y monto de cada uno de los contratos suscriptos. Dicha publicación deberá actualizarse mensualmente brindando la posibilidad de consultar el listado de contrataciones de meses anteriores.

La rescisión la realiza la autoridad de aplicación en forma unilateral cuando se constaten que el medio de comunicación dejó de emitir al aire o publicar -según su formato- con la periodicidad autorizada por la autoridad de aplicación o cuando sea comprobado, por parte de la autoridad de aplicación u otra autoridad competente, el incumplimiento de alguno de los requisitos fijados por la ley n° 4391.

Ahora bien, el artículo 12 señala que queda terminantemente prohibido que la Publicidad Oficial, 1) promueva los intereses particulares de cualquier partido político; 2) ser utilizada para construir impresiones negativas de personas e instituciones de la sociedad civil; 3) ser utilizada para premiar o castigar a los medios de comunicación por el contenido de sus publicaciones.

No obstante, cabe mencionar que la ley n° 2111 establece que los partidos políticos con representación en la Legislatura Provincial, dispondrán de un espacio de cinco (5) minutos por mes, cada uno, no acumulativos, en Canal 10 Radio Televisión Río Negro S. E. y todo otro sistema de comunicación de Radio y Televisión con control estatal, donde podrán exponer su pensamiento sobre la realidad provincial y nacional. Estos espacios serán emitidos de lunes a viernes en horarios centrales, de acuerdo a la programación de cada medio y cada presentación será promocionada anticipadamente para hacer conocer a la población los días y horarios de emisión.

Respecto al control, el artículo 14 menciona que anualmente la autoridad de aplicación debe enviar



Legislatura de la Provincia de Río Negro

un informe a los Organismos de Control, para que emita las consideraciones que crean pertinentes a los fines de implementar mejoras continuas a los procesos y procedimientos regulados.

En los últimos meses se ha hecho pública información sobre la forma en que el poder ejecutivo provincial administra los fondos sobre publicidad oficial. Diario Legislativo, En Estos Días y ADN, han compartido y comparado información que contradice en gran medida mucho de lo que establece la norma provincial 2111, porque han señalado arbitrariedad en la distribución de la publicidad oficial, a partir de beneficios para los medios de comunicación más cercanos ideológicamente al gobierno provincial, en detrimento de los que no.

Uno de los contratos que trascendió fue entre Lotería y el grupo económico Trappa, concesionario también del Cerro Cathedral, dueño de Vía Bariloche y la compañía aérea SAPSA que transporta al gobernador. Según publicó el medio web "En estos días" el 9 de agosto pasado la Secretaría de Comunicación provincial emitió la orden de publicidad 1766 que establece un aporte de 958.201 pesos para el uso de los espacios de publicidad disponibles en los colectivos de la línea interurbana del Alto Valle Ko-Ko. Según el detalle de la orden, los espacios publicitarios serán destinados a la difusión del Telebingo de Lotería de Río Negro, e incluirá el ploteo de 62 lunetas de los colectivos. El acuerdo se extiende hasta enero del 2019.

También Diario Legislativo hizo públicas las planillas de asignación de publicidad oficial que realiza el Ejecutivo, y llama la atención los montos diferenciales a diferentes grupos de medios. Se observa un gasto publicitario en el Grupo 6, perteneciente al grupo Clarín, Bariloche TV S.A. (Canal 6), por un total de 475 mil pesos; a lo que debe sumarse los 187 mil pesos de publicidad de Lotería de Río Negro (74 mil por radio Seis y 113 mil por el canal de TV). Así, el total durante el mes de agosto para el Grupo 6 es de 662 mil pesos. También el Diario El Cordillerano recibió una suma considerable: 220 mil pesos en agosto, distribuidos entre pautas para el diario, la radio y el portal web. No obstante, otros medios como ANBariloche recibe 35 mil pesos.

Se registran páginas web con más de 90 mil pesos mensuales de publicidad y otras con apenas 5 mil (y el mismo o mayor caudal de lectores); radios con 3 mil pesos de pauta y otras con más de 60 mil; y el beneficio a medios nacionales que también llaman la atención, como las órdenes 1711, 1712, 1713 y 1714 a favor de la editorial AMFIN dueña del diario Ambito Financiero, Ambito.com, C5N y Radio 10, que suman, siempre en agosto, 475 mil pesos. Un programa radial



Legislatura de la Provincia de Río Negro

porteño, llamado "Argentina Macondo" que se emite por Radio Con Vos, recibió en agosto 42.350 pesos. El monto global de "aporte publicitario" del Ejecutivo, vía Secretaría General, durante el mes de agosto es de 5,3 millones de pesos, sin contabilizar lo que el Estado pagará al diario Río Negro, que son publicidades asignadas que se tramitan por fuera de los expedientes generales del resto de los medios, y que de marzo a diciembre habrían alcanzado el monto de 13 millones de pesos.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, dependiente de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, establece que, prácticas del estilo, pueden incurrir en una clara violación del derecho a la libre expresión a partir de discriminación por "punto de vista". Y cuando no se cumple con el marco normativo vigente, que es lo que permite transparentar la utilización de estos recursos, los poderes públicos pueden incurrir en una amplia discrecionalidad en la distribución y asignación de la pauta publicitaria. La pauta puede actuar entonces como un mecanismo de control de los medios de comunicación, una forma de censura, o directamente como mecanismo para la creación de medios "amigos" al gobierno. La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH indica que "la distribución arbitraria de publicidad oficial, como otros mecanismos de censura indirecta, opera sobre distintos tipos de necesidades que los medios de comunicación tienen para funcionar e intereses que pueden afectarlos. Es una forma de presión que actúa como premio o castigo que tiene por objeto condicionar la línea editorial de un medio según la voluntad de quien ejerce la presión".

También se tomó conocimiento por estos días que el gobierno de Río Negro contrató a la Agencia Positive Advertising S.R.L de la ciudad de Buenos Aires, por un total de 13.080.000 pesos (1.090.000 pesos mensuales) para que diseñe la planificación comunicacional de la gestión provincial. El expediente administrativo lleva el número 20640 según se observa en la sección compras de la página oficial de la Provincia, y la contratación corresponde al Secretario General de la Gobernación, Nelson Cides, y el secretario de Medios, Rodrigo Buteler. Por otra lado, también el Secretario General de la Gobernación, Néelson Cides, también parece reservarse tareas de comunicación a través del contrato a Carlos Ramirez, a pesar de que el órgano de competencia es la Secretaría de Medios.

En junio de ese año también se conoció cómo el gobierno provincial destina parte de su pauta publicitaria para promocionar la programación de Canal 10, pero que fue destinado para la promoción del programa Periodismo Para Todos (PPT) que conduce Jorge Lanata en Canal



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

13, y no para producciones locales. Se contrató para ello espacio en el Diario Río Negro.

Por todo ello, resulta urgente para este cuerpo legislativo conocer la información que requerirá este pedido de informe.

Autor: Héctor Marcelo Mango.

Acompañantes: Carina Isabel Pita, Elvin Gerardo Williams, Alejandro Ramos Mejía, Nicolás Rochás, Humberto Alejandro Marinao y Marta Susana Bizzotto.

PEDIDO DE INFORMES

1. Conocer cuál es el órgano de aplicación de la ley A n° 4391 promulgada en el 2008 que reglamenta la planificación, coordinación y autorización de espacios informativos o publicitarios, por parte del Poder Ejecutivo provincial. Se entiende por Publicidad Oficial a toda comunicación, información, anuncio o campaña, expresado en cualquier soporte, que requiera la contratación de espacios en cualquier tipo de medio de difusión a realizar por pedido de los distintos organismos dependientes del Poder Ejecutivo provincial.
<https://www.rionegro.com.ar/region/recortaran-al-20-el-plus-por-zona-patagonica-de-los-nuevos-jubilados-FY5724340>.
2. Conocer organigrama de la autoridad de aplicación y competencias específicas de cada área.
3. Conocer los resultados de la encuesta anual de medios y programación en el territorio provincial, desde el año 2008 a la actualidad, que establece el artículo 7 de la ley A n°4391.
4. Informar acerca de qué área realiza la encuesta anual de medios y programación.
5. Informar que metodología utiliza la autoridad de aplicación para realizar la encuesta.
6. Conocer bajo qué órbita funciona el Registro Provincial de Medios de Comunicación (RPM) de la ley A n° 4391, teniendo en cuenta que la autoridad de aplicación podrá contratar los espacios únicamente a aquellos medios, productoras y agencias inscriptos en el RPM. Informar acerca de la estructura de autoridades del Registro Provincial de Medios de Comunicación y desde cuando está funcionando a nivel provincial.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

7. Conocer en qué instancia y cómo realiza, la autoridad de aplicación, la convocatoria para la actualización de datos anualmente.
8. Dar cuenta de la forma que se publica, según lo refiere el artículo 10, el listado de medios o personas físicas o jurídicas y las asignaciones de pautas publicitarias a los mismos, dado que dicha publicación debe actualizarse mensualmente brindando la posibilidad de consultar el listado de contrataciones de meses anteriores.
9. Dar cuenta de los criterios utilizados para asignación de pautas desde el 2011 a la actualidad.
10. Conocer las rescisiones realizadas por la autoridad de aplicación y qué criterios se utilizaron, desde el 2011 a la actualidad.
11. Adjuntar los informes que la autoridad de aplicación debe enviar anualmente a los Organismos de Control, para que emita las consideraciones que crean pertinentes a los fines de implementar mejoras continuas a los procesos y procedimientos regulados, desde el 2011 a la actualidad.
12. Conocer en qué medida se implementa la ley n° 2111 que establece que los partidos políticos con representación en la Legislatura Provincial, dispondrán de un espacio de cinco (5) minutos por mes, cada uno, no acumulativos, en Canal 10 Radio Televisión Río Negro S. E. y todo otro sistema de comunicación de Radio y Televisión con control estatal, donde podrán exponer su pensamiento sobre la realidad provincial y nacional.
13. Respecto de los medios públicos de la Provincia, solicitamos nos informe:

I. Informe:

- a) Composición, indicando la cantidad y la denominación de cada uno de ellos.
- b) Nómina de autoridades de cada medio público.
- c) Ejes de acción comunicacional que desarrolla cada uno de ellos.
- d) Total presupuestado para el presente año y monto ejecutado hasta el momento.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- e) Presupuesto ejecutado hasta la fecha por cada uno de los medios.
 - f) Eleve copia del contrato, convenio o acuerdo, vigente a la fecha, firmado entre la Televisión Estatal Rionegrina y el Canal 13 de Buenos Aires.
- II. Respecto al área comercial de los medios públicos de la provincia de Río Negro, informe:
- a) Modo de comercialización o venta de espacios publicitarios y los actuales valores tarifarios de cada uno de ellos.
 - b) Modo de comercialización o venta de espacios publicitarios para organismos públicos municipales, provinciales y/o nacionales y valores tarifarios actuales de cada uno de ellos.
 - c) Modo de comercialización y valores actuales de la venta/comercialización de espacios de AIRE para la producción de programas no propios en cada uno de los medios públicos del estado rionegrino.
 - d) Indique y detalle cuántos programas, dentro de la grilla total de programación, son de producción propia y cuántos son producidos por terceros en cada uno de los medios públicos.
 - e) Dentro de la grilla de programación de cada uno de los medios públicos, detalle cuántos productos comunicacionales son de producción local/regional y cuántos no.
 - f) Dentro de la grilla de programación de cada uno de los medios públicos, detalle los productos comunicacionales que se emiten en vivo y los que se emiten en formato "enlatado".
 - g) Detalle los municipios de la Provincia que difunden o publicitan acciones de gobierno en los medios públicos provinciales.
- III. Eleve nómina de todos los medios de prensa que fueron contratados por el Gobierno de Río Negro durante el año 2017 adjuntando para cada caso:
- a) Montos máximos fijados por el Poder Ejecutivo a través de la reglamentación por la cual se autoriza cada procedimiento.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- b) Copia del procedimiento administrativo mediante el cual se realizó la contratación.
 - c) Orden de pago correspondiente.
- IV. Informe la nómina de todos los medios de prensa que han sido contratados en lo que va del presente año adjuntando para cada caso:
- a) Montos máximos fijados por el Poder Ejecutivo a través de la reglamentación por la cual se autoriza cada procedimiento.
 - b) Copia del procedimiento administrativo mediante el cual se realizó la contratación.
 - c) Orden de pago correspondiente.
- V. Si tal como informaron algunos medios de prensa regionales, el Gobierno de Río Negro contrató a la Agencia Positive Advertising S.R.L de la ciudad de Buenos Aires por un total de 13.080.000 pesos (1.090.000 pesos mensuales) para que diseñe la planificación comunicacional de la gestión, eleve:
- a) Copia del expediente administrativo n° 20640 iniciado por la Secretaría de Comunicación y Prensa, cuyo objeto es "Contratación Agencia Publicidad" y que concluyó con la contratación de la Agencia Positive Advertising S.R.L.
 - b) Órdenes de pago emitidas hasta el momento por contratación de la Agencia mencionada en el inciso anterior.
 - c) Explícite los motivos por los cuales dentro de las empresas oferentes convocadas por las autoridades provinciales no se encuentra ninguna con asiento en nuestra provincia o región de influencia.
 - d) Explique las razones que llevaron a las autoridades intervinientes a considerar que la oferta de la Agencia Positive Advertising S.R.L., finalmente contratada, es la más conveniente a los intereses públicos de la Provincia.

Atentamente.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

S O L I C I T A

Al Poder Ejecutivo, a pedido de los señores legisladores Héctor Marcelo MANGO, Carina Isabel PITA, Elvin Gerardo WILLIAMS, Alejandro RAMOS MEJIA, Nicolás ROCHAS, Humberto Alejandro MARINAO y Marta Susana BIZZOTTO; de conformidad a las atribuciones conferidas en el artículo 139 inciso 5 de la Constitución Provincial y por la ley K n° 2216, en relación a la ley A n° 4391 que reglamenta la planificación, coordinación y autorización de espacios informativos o publicitarios y crea el Registro Provincial de Medios de Comunicación (RPM), solicitamos se sirva informar y remitir lo siguiente:

1. Cuál es el órgano de aplicación de la ley A n° 4391, que reglamenta la planificación, coordinación y autorización de espacios informativos o publicitarios, por parte del Poder Ejecutivo. Se entiende por publicidad oficial a toda comunicación, información, anuncio o campaña, expresado en cualquier soporte, que requiera la contratación de espacios en cualquier tipo de medio de difusión a realizar por pedido de los distintos organismos dependientes del Poder Ejecutivo.
2. Organigrama de la autoridad de aplicación y competencias específicas de cada área.
3. Resultados de la encuesta anual de medios y programación en el territorio provincial, desde el año 2008 a la actualidad, que establece el artículo 7° de la ley A n° 4391.
4. Área que realiza la encuesta anual de medios y programación.
5. Metodología que utiliza la autoridad de aplicación para realizar la encuesta.
6. Bajo qué órbita funciona el Registro Provincial de Medios de Comunicación (RPM) de la ley A n° 4391, teniendo en cuenta que la autoridad de aplicación podrá contratar los espacios únicamente a aquellos medios, productoras y agencias inscriptos en el RPM. Informar acerca de la estructura de autoridades del Registro



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

Provincial de Medios de Comunicación y desde cuándo está funcionando a nivel provincial.

7. Qué instancia y cómo realiza la autoridad de aplicación, la convocatoria para la actualización de datos anualmente.
8. Forma en que se publica, según lo refiere el artículo 10, el listado de medios o personas físicas o jurídicas y las asignaciones de pautas publicitarias a los mismos, dado que dicha publicación debe actualizarse mensualmente brindando la posibilidad de consultar el listado de contrataciones de meses anteriores.
9. Criterios utilizados para la asignación de pautas desde el año 2011 a la actualidad.
10. Rescisiones realizadas por la autoridad de aplicación y qué criterios se utilizaron desde el año 2011 a la actualidad.
11. Adjuntar los informes que la autoridad de aplicación debe enviar anualmente a los organismos de control, para que emita las consideraciones que crean pertinentes a los fines de implementar mejoras continuas a los procesos y procedimientos regulados desde el año 2011 a la actualidad.
12. En qué medida se implementa la ley D n° 2111, que establece que los partidos políticos con representación en la Legislatura provincial, dispondrán de un espacio de cinco (5) minutos por mes, cada uno, no acumulativos, en Canal 10 Radio Televisión Río Negro S.E. y todo otro sistema de comunicación de radio y televisión con control estatal, donde podrán exponer su pensamiento sobre la realidad provincial y nacional.
13. Respecto de los medios públicos de la provincia, solicitamos:

I. Informe:

- a) Composición, indicando la cantidad y la denominación de cada uno de ellos.
- b) Nómina de autoridades de cada medio público.
- c) Ejes de acción comunicacional que desarrolla cada uno de ellos.
- d) Total presupuestado para el presente año y monto ejecutado hasta el momento.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- e) Presupuesto ejecutado hasta la fecha por cada uno de los medios.
- f) Copia del contrato, convenio o acuerdo, vigente a la fecha, firmado entre la Televisión Estatal Rionegrina y el Canal 13 de Buenos Aires.

II. Respecto al área comercial de los medios públicos de la Provincia de Río Negro, informe:

- a) Modo de comercialización o venta de espacios publicitarios y los actuales valores tarifarios de cada uno de ellos.
- b) Modo de comercialización o venta de espacios publicitarios para organismos públicos municipales, provinciales y/o nacionales y valores tarifarios actuales de cada uno de ellos.
- c) Modo de comercialización y valores actuales de la venta/comercialización de espacios al aire para la producción de programas no propios en cada uno de los medios públicos del Estado rionegrino.
- d) Cuántos programas, dentro de la grilla total de programación, son de producción propia y cuántos son producidos por terceros en cada uno de los medios públicos.
- e) Dentro de la grilla de programación de cada uno de los medios públicos, detalle cuántos productos comunicacionales son de producción local/regional y cuántos no.
- f) Dentro de la grilla de programación de cada uno de los medios públicos, detalle los productos comunicacionales que se emiten en vivo y los que se emiten en formato "enlatado".
- g) Detalle los municipios de la provincia que difunden o publicitan acciones de Gobierno en los medios públicos provinciales.

III. Informe nómina de todos los medios de prensa que fueron contratados por el Gobierno de Río Negro durante el año 2017 adjuntando para cada caso:

- a) Montos máximos fijados por el Poder Ejecutivo a través de la reglamentación por la cual se autoriza cada procedimiento.



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

- b) Copia del procedimiento administrativo mediante el cual se realizó la contratación.
 - c) Orden de pago correspondiente.
- IV. Informe nómina de todos los medios de prensa que han sido contratados en lo que va del presente año adjuntando para cada caso:
- a) Montos máximos fijados por el Poder Ejecutivo a través de la reglamentación por la cual se autoriza cada procedimiento.
 - b) Copia del procedimiento administrativo mediante el cual se realizó la contratación.
 - c) Orden de pago correspondiente.
- V. Si tal como informaron algunos medios de prensa regionales, el Gobierno de Río Negro contrató a la Agencia Positive Advertising S.R.L de la ciudad de Buenos Aires por un total de 13.080.000 pesos (1.090.000 pesos mensuales) para que diseñe la planificación comunicacional de la gestión, adjunte:
- a) Copia del expediente administrativo n° 20640 iniciado por la Secretaría de Comunicación y Prensa, cuyo objeto es "Contratación Agencia Publicidad" y que concluyó con la contratación de la Agencia Positive Advertising S.R.L.
 - b) Ordenes de pago emitidas hasta el momento por contratación de la agencia mencionada en el inciso anterior.
 - c) Motivos por los cuáles dentro de las empresas oferentes convocadas por las autoridades provinciales no se encuentra ninguna con asiento en nuestra provincia o región de influencia.
 - d) Razones que llevaron a las autoridades intervinientes a considerar que la oferta de la Agencia Positive Advertising S.R.L., finalmente contratada, es la más conveniente a los intereses públicos de la provincia.

VIEDMA, 05 de octubre de 2018.