

Clave SS-PL Distribución de Publicidad oficial de la Provincia.

Autor: STOCCO, SILVIA

Coautores:

Tipo: LEY

Bloque: PJ

**Fecha
Mesa
Entradas:**

**Nº
Expte.
:**

Fojas: 04

Tema:

El presente Proyecto de Ley tiene como objeto establecer la distribución de Publicidad Oficial de la Provincia.

FUNDAMENTOS

HONORABLE CÁMARA:

Acorde el Presupuesto de la Provincia de Mendoza que presenta el Ejecutivo anualmente y aprueba esta Honorable Legislatura mediante el proceso democrático de trabajo en Comisiones y aprobación en general y en particular del mismo por cada Cámara, el que incluye la publicidad oficial; resulta necesario establecer los principios rectores de la publicidad oficial a nivel jurisprudencial, basados en la transparencia, el pluralismo informativo, el buen uso de los fondos públicos, la efectividad

del mensaje, la distribución no discrecional, con equilibrio en la distribución geográfica provincial acorde la difusión prevista y establecer criterios objetivos, que no dependen de la voluntad de quien gobierna, con el objeto de ayudar a que los medios cumplan mejor su función y consecuentemente brinden un mejor aporte a la sociedad, optimizando el uso del presupuesto previsto.

Al respecto la CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS prohíbe la restricción de la libertad de expresión “por vías o medios indirectos” (Artículo 13 inc. 3).

Asimismo la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la COMISION INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS de la ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS establece que la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública, la concesión de prebendas arancelarias, la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales, el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atentan contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley.

En igual sentido, la CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS, advierte que “en una sociedad democrática se deben garantizar las mayores posibilidades de circulación de noticias, ideas y opiniones”.

La Relatoria para la Libertad de Expresión de la COMISION INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS en su informe anual de 2010 sostuvo que “la carencia de un marco legal específico y adecuado para la definición de los objetivos, la asignación, contratación y control de la pauta estatal permite una utilización arbitraria de estos recursos en detrimento de la libertad de expresión”.

Incluyó en el mencionado informe los principios de regulación de la publicidad oficial, refiriéndose entre otros al establecimiento por los Estados de leyes especiales, claras y precisas para regular la pauta, en cada uno de sus niveles de gobierno; asignación en base a criterios preestablecidos, claros, transparentes y objetivos; no utilización con fines electorales o partidarios; adecuada planificación de la pauta permitiendo el control público; diversidad y pluralismo; etc.

No establece la presente intervención en los montos sino encuadra proporcionalmente los items para el pauta; a medida que aumenten los actos de acción de gobierno autorizados por esta Honorable Legislatura, aumentarán sus cifras acorde su proporción. No busca

regular tipo de medios, lo que regula es la discrecionalidad para difundir actos de gobierno.

Se entenderá por publicidad oficial todo aviso, comunicación o anuncio realizado a través de medios de comunicación radiales, audiovisuales, gráficos, electrónicos y en la vía pública. De todos y cada uno de los Organismos que conforman el Estado Provincial, incluidos los descentralizados.

La presente Ley de publicidad y difusión de actos de gobierno y pautas sociales, no permite la utilización de publicidad oficial para promover expresa o implícitamente los intereses de partidos políticos y del gobierno con fines electorales, permitiendo la información pública de los procesos democráticos de elecciones, plebiscitos y/o consulta pública si se estableciera su necesidad desde los organismos habilitados para tal fin.

Se tomen criterios para la asignación y la regulación de la publicidad oficial. Contemplando el alcance del medio de comunicación, la "pertinencia del mensaje", la "zona geográfica", el "federalismo" y la "pluralidad de voces" como requisitos a tener en cuenta a la hora de la inversión publicitaria oficial.

Por lo expresado solicito la aprobación del presente proyecto de ley.

PROYECTO DE LEY

**EL SENADO Y CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE MENDOZA,
SANCIONAN CON FUERZA DE
LEY:**

Artículo 1º - Objeto y fines. La presente Ley tiene por objeto establecer el encuadre proporcional de los items para el pautado oficial del Gobierno de la Provincia de Mendoza.

Artículo 2º - Se establece el 33% en difusión de actos de Gobierno e inserción de Mendoza en el contexto regional, nacional, latinoamericano y mundial. Un 30% en difusión de Valores de convivencia social y ambiental en una Provincia que es un desierto, involucra información, educación y cultura general. Un 30% en la difusión de acciones de promoción de organizaciones en la sociedad civil y sus fines, campañas de prevención o programas específicos. Y además el Gobierno deberá prever un fondo de reserva, equivalente al 7% del presupuesto total del área, para aplicarlo en comunicación ante emergencias climáticas, catástrofes naturales, sociales o económicas.

Artículo 3º - El Ejecutivo Provincial a través del área Prensa y Difusión o el organismo que lo reemplace en responsabilidad, deberá presentar cuatrimestralmente un informe que acredite gastos, prestadoras de servicios, destino y contenido de lo difundido a través de pauta oficial a la Honorable Legislatura de la Provincia, quien remitirá internamente a la Comisión de Hacienda, Presupuesto y Asuntos Tributarios de la Cámara de Diputados y a la Comisión de Hacienda y Presupuesto de la Cámara de Senadores. La presentación de los 3 informes anuales será considerada como antecedente legislativo para el tratamiento de la ley de presupuesto del siguiente año.

Artículo 4º - La presente Ley de publicidad y difusión de actos de gobierno y pautas sociales, no permite la utilización de publicidad oficial para promover expresa o implícitamente los intereses de partidos políticos y del gobierno con fines electorales, permitiendo la información pública de los procesos democráticos de elecciones, plebiscitos y/o consulta pública si se estableciera su necesidad desde los organismos habilitados para tal fin.

Artículo 5º - De Forma

Silvia Stocco
Diputada Provincial