



HONORABLE CÁMARA DE  
DIPUTADOS  
MENDOZA

## **HONORABLE CÁMARA:**

Ponemos a consideración de los Señores Diputados el siguiente Proyecto de Ley, cuyo objeto es derogar el inciso "I" del artículo 144 de la Ley N° 8.706 - Ley de Administración Financiera.

### **FUNDAMENTOS**

Que nuestra normativa establece que todos los gastos en que incurra el Estado Provincial relacionados con publicidad de los actos de gobierno pueden realizarse a través de contratación directa.

Que el artículo 144 de la Ley N° 8.706 -sancionada durante el gobierno de Celso Jaques- estipula que: *"Se entiende por Contratación Directa a la facultad que tiene el Órgano Licitante para elegir directamente al adjudicatario. Podrá contratarse en forma directa en los siguientes supuestos: inciso I): La publicidad oficial, como asimismo los servicios componentes de la producción y emisión de publicidad.*

Que la Ley N° 6496/97 fija pautas para transparentar gastos en publicidad, obligando a los organismos (administración central, organismos descentralizados y empresas estatales) a remitir un informe, con frecuencia bimestral, relativos a los gastos en publicidad y promoción.

Que dicha normativa establece un detalle taxativo de los ítems que los organismos deben incluir en el informe a los fines de permitir a la Legislatura ejercer un control real y exhaustivo de la oportunidad del gasto en publicidad<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> El artículo 2 de la Ley N° 6796 indica consignar el siguiente detalle: identidad de los beneficiarios, montos (con descuentos y tarifas), cobertura de la publicidad, horario y/o programa en que se pautó la publicidad, agencia de publicidad actuante como intermediario, producto o tema principal difundido, razones que hayan justificado la selección de este medio y/o programa con exclusión de otros; copia de la resolución por la que se autorizó el gasto respectivo.



Que, adicionalmente, la norma 9033, aprobada en el año 2018, obliga a la Contaduría General de la Provincia a remitir cuatrimestralmente a la Legislatura un “anexo con el detalle del gasto en el grupo de insumo “Publicidad y Propaganda”.

Que dicha norma especifica tanto la información con la que la Contaduría debe conformar el anexo (“por proveedor, Unidad Organizativa, Jurisdicción y Financiamiento”) así como los organismos que debe detallar (“Administración Central, Entes Autárquicos y Organismos Descentralizados”).

Que desde el 2020 la mencionada ley ha sido observada parcialmente porque si bien el anexo ha sido remitido a la Legislatura, el mismo adolece del detalle solicitado por la norma.

Que como solución a tal irregularidad, en Marzo de 2021 presentamos un proyecto - expediente 79649- mediante el cual se propone incorporar el formato Excel al anexo y el detalle del nombre y el CUIT del proveedor.

Que durante el trienio 2019-2021 el Estado provincial erogó, en promedio, \$1.359.000.412,56 millones de pesos en publicidad, según los datos que obran en los informes enviados por la Contaduría a la Legislatura.

Que, asimismo, a partir del análisis efectuado por este bloque sobre la base del informe correspondiente al año 2019, se advierte una gran opacidad del gasto en concepto publicidad oficial.

Que una vez descifrados los beneficiarios, se corroboró una concentración notoria en consultoras (MDA CONSULTORA S.A., D.N.Y. CONSULTORES S.A.) y medios locales así como en empresas privadas (Yacopini Motors SA), sin posibilidad de identificar criterios de distribución- como la verificación de la circulación de los medios- o la utilidad del gasto (Ver Tabla 1).



## 2019 - Gasto en Publicidad y Propaganda por Empresa (1)

Orden	Empresa	Monto	% del Total 2019
1	CUYO TELEVISION S.A.	\$ 122.473.488,20	9%
2	UNOMEDIOS S.A.	\$ 115.286.165,00	9%
3	GRUPO OBRAS SERVICIOS Y DESARROLLOS S.A.	\$ 100.220.145,00	8%
4	MDA CONSULTORA S.A.	\$ 85.670.727,69	6%
5	DIARIO LOS ANDES HNOS. CALLE S.A.	\$ 57.523.078,99	4%
6	D.N.Y. CONSULTORES S.A.	\$ 57.329.694,48	4%
7	TERRITORIO DIGITAL S.A.	\$ 54.828.500,00	4%
8	MEDIOS ANDINOS S.A.	\$ 43.065.685,00	3%
9	FIDEICOMISO DE ADMINIST. DEL SERVICIO AUDIOVISUAL ACEQUIA	\$ 22.465.434,75	2%
10	SANMICHELI, JESUS JAVIER	\$ 22.026.356,00	2%
11	CLUB DEPORTIVO GODOY CRUZ ANTONIO TOMBA	\$ 20.881.495,98	2%
12	CIMA-SAT S.R.L.	\$ 19.278.100,00	1%
13	PLATAFORMA DIGITAL S.A.	\$ 18.950.000,00	1%
14	GRUPO ANFER S.A.	\$ 15.937.561,40	1%
15	CABLE TELEVISORA COLOR S.A.	\$ 15.901.712,00	1%
16	YACOPINI MOTORS S.A.	\$ 15.260.000,00	1%
17	NORLIXO S.A.	\$ 14.346.134,00	1%
18	FRECUENCIA DIGITAL S.A.	\$ 13.445.969,30	1%
19	NEXO S.A.	\$ 13.210.672,00	1%
20	TERRACOTA S.A.	\$ 12.838.543,24	1%

(1) Fuente: Informe de Publicidad y Propaganda - Contaduría de la Provincia  
art. 84 Ley 9033

Que el manejo arbitrario y oscuro de la pauta publicitaria afecta un pilar de la democracia local: el derecho a la información.

Que el artículo 11 de la Constitución de la Provincia de Mendoza consagra el derecho a la información: *"A todos los habitantes de la Provincia el derecho de emitir libremente sus ideas y opiniones de palabra o por escrito, valiéndose de la imprenta u otro procedimiento semejante, sin otra responsabilidad que las que resulte del abuso que pueda hacerse de este derecho, por delito o contravención, y ninguna ley, ni disposición se dictarán estableciendo a su respecto medidas preventivas, o restringiéndolo o limitándolo de manera alguna. Tampoco podrá dictarse ley ni disposición que exija en el director o editor, otras condiciones que el pleno goce de su capacidad civil"*.

Que, a nivel internacional, en la Audiencia Pública llevada a cabo por la CIDH (Comisión Interamericana de Derechos Humanos) el 29 de octubre de 2010 en Washington DC, se indicó que la falta de regulación adecuada es la principal causa de que los presupuestos publicitarios puedan ser utilizados para influir en los contenidos de los medios de comunicación.

Que en el Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de 2003 (CIDH) se advertía sobre la necesidad de “una mayor voluntad política por parte de los Estados miembros para llevar adelante reformas en sus legislaciones que garanticen a las sociedades un amplio ejercicio de la libertad de expresión e información”.

Que el principio 13 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión<sup>2</sup> de la CIDH define claramente 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”.

Que, además, la normativa internacional pone foco en la necesidad de transparentar los gastos a fin de evitar la discrecionalidad y los mecanismos de manipulación de la opinión pública vía contratación de publicidad. Por ejemplo, la Comisión Europea, acaba de presentar en Setiembre 2022, la recientemente “Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación”, la cual establece enérgicamente, en su artículo 24, que la asignación de la publicidad tiene que ser “transparente, objetiva, proporcionada y no discriminatoria”. Además precisa que los organismos públicos deben publicar “anualmente información exacta, exhaustiva, inteligible y detallada sobre su gasto en publicidad asignado a los prestadores de servicios de medios de comunicación, que incluirá al menos los datos siguientes: a) las denominaciones legales de los

---

<sup>2</sup> Adoptada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en su 108° período ordinario de sesiones celebrado del 2 al 20 octubre del 2000.



prestadores de servicios de medios de comunicación de los que se hayan adquirido servicios de publicidad; b) el importe total anual desembolsado, así como los importes desembolsados para cada prestador de servicios de medios de comunicación”.

Que en nuestra provincia no se ha llevado a cabo aún un debate profundo sobre una ley de regulación de la publicidad, pese a existir expedientes presentados en ambas Cámaras, desde diferentes bloques partidarios. En la Tabla 2 se expone un resumen de los proyectos que no han tenido tratamiento en la Legislatura.

**Tabla 2**

Expediente	Autor	Bloque	Año	Cámara
75075	NIVEN, Marcos	Partido Demócrata	2018	HCD
50689	ARENAS, Diego	Partido Demócrata	2008	HCD
72005	BERMEJO, Adolfo	Partido Justicialista	2018	HCS
69018	MANCINELLI, Ernesto	Unión Cívica Radical	2017	HCS

Fuente: <https://www.hcdmza.gob.ar/site/consulta/>  
<https://www.senadomendoza.gob.ar/consulta-de-proyectos/>

Que el proyecto que ponemos a consideración de la Cámara se orienta a someter al gasto en publicidad a los procedimientos de licitación pública mediante la derogación del inciso “l” del artículo 144 de la Ley de Administración Financiera.

Que esta derogación contribuirá a garantizar el pleno ejercicio del derecho a la información, promover la competitividad de los precios para la adquisición de estos servicios y evitar nichos de corrupción, desarticulando la concentración de beneficios en ciertas empresas de comunicación.



HONORABLE CÁMARA DE  
**DIPUTADOS**  
MENDOZA

**EL H. SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE MENDOZA  
SANCIONAN CON FUERZA DE  
LEY**

**Artículo 1º:** Deróguese el inciso “I” del artículo 144 de la Ley N° 8.706 - Ley de Administración financiera.

**Artículo 2º:** De forma

**Mendoza, 13 de Marzo 2023**