

# Informe Especial Publicidad Oficial

Agosto 2015



**FUNDACIÓN LED**  
Libertad de Expresión + Democracia



**FUNDACIÓN LED**  
Libertad de Expresión + Democracia



## **Introducción**

La Fundación LED (Libertad de Expresión + Democracia) realiza periódicamente informes sobre los recursos que el Gobierno Nacional destina a Publicidad Oficial. En los informes anuales “Limitaciones al ejercicio de la Libertad de Expresión” correspondientes a los años 2012, 2013 y 2014 se incluye un capítulo sobre la distribución de las partidas de publicidad oficial y los recursos destinados al programa Fútbol para Todos.

Durante el año 2015 LED, publicó un informe parcial en el mes de julio, correspondiente al primer semestre del año 2015, dado el incremento de las partidas previstas en el presupuesto aprobado para el año en curso. (<http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-semestral-sobre-publicidad-oficial-y-programa-futbol-para-todos>)

La información analizada surge de los datos presupuestarios publicados por el Ministerio de Economía, el presupuesto nacional vigente y la información recabada a través de distintos pedidos de información pública que LED formula a la Jefatura de Gabinete con periodicidad sobre la asignación de recursos en concepto de publicidad oficial.

Con posterioridad a la publicación del informe especial del primer semestre 2015 sobre publicidad oficial, LED recibió la respuesta de la Jefatura de Gabinete de Ministros con la asignación de pauta discriminada por empresa, razón social y/o personas físicas correspondiente al segundo semestre del año 2014 y primer semestre del año 2015. En efecto, en respuesta a un pedido de información solicitado por el Decreto 1172/03 formulado el día 8 de junio de 2015 y reiterado el 21 de junio del mismo año, se recibió documentación impresa conteniendo las planillas oficiales de distribución de pauta oficial (esta información fue brindada sin respaldo digital, en 362 fojas).

Los datos brindados por la Jefatura de Gabinete están específicamente referidos al Programa 19 de “Prensa y Difusión de los Actos de Gobierno de la Jefatura de Gabinete de Ministros”. La información desagregada por empresa, razón social o persona física beneficiaria fue analizada por LED, a continuación se amplía la información publicada en el informe especial primer semestre del 2015.

## **Recursos destinados a Publicidad Oficial** **Segundo Semestre 2014- Primer Semestre de 2015**

La información brindada por la Jefatura de Gabinete de Ministros responde al pedido de información formulado por LED sobre gastos en publicidad oficial previstos para el segundo semestre del 2014 y el primer semestre del año 2015.





PERÍODO	MONTO
Segundo semestre 2014	\$ 951.422.665,71
Primer semestre 2015	\$ 986.209.492,75

### Recursos destinados a Publicidad oficial año 2015

Para el año 2015 se presupuestaron originalmente \$ 1.203.204.414, luego ese monto fue ampliado por la Decisión Administrativa 251/2015 en \$ 611.000.000, lo que representaba un total de \$ 1.814.204.414 y según la página web del Ministerio de Economía al 20 de agosto de 2015 la partida cuenta con un crédito de \$ 2.014.204.414<sup>1</sup>, de esto se desprende que hubo una ampliación presupuestaria sin respaldo administrativo conocido de \$ 200.000.000.

DETALLE PRESUPUESTO PROGRAMA 19	MONTO EN PESOS
Presupuesto Nacional 2015	1.203.204.414,00 <sup>2</sup>
Incrementos presupuestarios	611.000.000,00 <sup>3</sup> 200.000.000,00 <sup>4</sup>
Total presupuesto + ampliaciones	2.014.204.414,00
Monto total comprometido al 20 de agosto de 2015	1.598.710.000,00
Monto informado de gasto al 30 de junio por la Jefatura de Gabinete	986.209.452,75

1 A la fecha no se conoce Decreto o Decisión Administrativa que justifique la ampliación de \$ 200.000.000 para el programa "Prensa y Difusión de los actos de Gobierno" que surge de los montos informados por el Ministerio de Economía.

2 Conforme Ley de presupuesto 2015 N° 27.008 Decisión administrativa N° de Distribución presupuestaria.

3 Decisión Administrativa 251/2015, 26 de mayo de 2015.

4 Incremento verificado al 20 de agosto de 2015, según el Ministerio de Economía de la Nación.





## **Incremento porcentual de los recursos destinados a publicidad oficial años 2014 - 2015**

LED realiza un seguimiento de las partidas del presupuesto nacional destinadas a publicidad oficial y elabora un cuadro comparativo anual de las mismas. Ver Informe Anual "Limitaciones al ejercicio de la Libertad de Expresión Argentina 2014" (<http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-limitaciones-al-ejercicio-de-la-libertad-de-expresion-argentina-2014>)

Para los períodos bajo análisis de este informe ampliatorio el incremento porcentual anual se detalla en el siguiente cuadro:

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO INICIAL</b>	<b>TOTAL CON INCREMENTOS PRESUPUESTARIOS</b>	<b>PORCENTAJE DE INCREMENTO</b>
2014	\$ 950.734.803,00	\$ 1.763.318.535,00 <sup>5</sup>	85,00 %
2015	\$ 1.203.204.414,00 <sup>6</sup>	\$ 2.014.204.414,00	67,40 %

## **Distribución de Publicidad Oficial correspondiente al primer semestre del año 2015**

De la información brindada a LED por la Jefatura de Gabinete de Ministros, se desprende que la matriz de distribución sigue los parámetros de los años anteriores. La diferencia registrada entre los grupos que más reciben y los que menos recursos reciben es significativamente superior a los semestres anteriores.

La información más significativa que LED puede destacar en cuanto a las partidas distribuidas es que el grupo que más pauta recibe es el grupo Szpolsky con \$ 127.855.530,45, mientras que el segundo beneficiario de publicidad oficial es el grupo González González con \$ 44.169.281,38.

La distribución arbitraria y la asignación discrecional de recursos de publicidad sigue siendo una constante de la información analizada, lo que permite concluir que, en esta oportunidad, tampoco se ha cumplido con lo que ha establecido la Corte Suprema de Justicia en sus sucesivos fallos en la materia (Editorial Río Negro -2007, Editorial Perfil-2011, PAMI-2012, Artear-2013) en cuanto a que el Estado debe asignar pauta oficial bajo parámetros objetivos y equitativos de acuerdo a criterios claros y de modo transparente.

<sup>5</sup> Informe Limitaciones a la Libertad de Expresión Argentina 2014 : <http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-limitaciones-al-ejercicio-de-la-libertad-de-expresion-argentina-2014%E2%80%B3>

<sup>6</sup> Conforme Ley de presupuesto 2015 N° 27.008 Decisión administrativa N° de Distribución presupuestaria.





El siguiente cuadro detalla los montos de distribución de publicidad oficial entre los principales grupos de medios de comunicación correspondiente al primer semestre del año 2015:

GRUPO <sup>7</sup>	1º SEMESTRE 2015
Grupo Spolszki - CN23	\$ 127.855.530,45
Grupo Gonzalez - Canal 9	\$ 44.169.281,38
Grupo Clarín	\$ 43.358.012,07
Grupo Indalo - C5N	\$ 43.057.857,03
Grupo Uno - America TV	\$ 31.733.465,08
Grupo Página/12	\$ 22.846.084,52
Televisión Federal S.A. - TELEFE	\$ 21.598.709,37
Diario Popular	\$ 11.559.815,85
Cordacom S.A.	\$ 10.488.130,02
Grupo Aldrey Iglesias - La Capital	\$ 9.775.227,94
Grupo Perfil S.A.	\$ 9.571.967,67
Argentina Corre S.A.	\$ 8.470.000,00
Fundación Octubre	\$ 7.758.297,48
Grupo Electroingeniería S.A.	\$ 7.659.783,91
Diario La Nación S.A.	\$ 6.833.442,41
Grupo Ulloa - Cielo S.A.	\$ 5.402.705,00
Grupo Asistencia - Radio Rivadavia	\$ 5.116.143,65

7 La conformación de los grupos de este cuadro ha sido realizada de acuerdo a la información recabada por la Fundación LED en medios de comunicación y sitios web de las distintas empresas. Ello debido a la imposibilidad de acceder a las conformaciones societarias en la Inspección General de Justicia.

