



PROVINCIA DEL CHACO
FISCALIA DE INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS

Resistencia, 5 de Septiembre de 2025.-

VISTO Y CONSIDERANDO:

Para Resolver los autos caratulados: **"BACILEFF IVANOFF- PTE. DE LA COMISIÓN LEGISLACION GENERAL S/SOL. OPINIÓN REF: PROYECTO 2222/19 DE LEY"**, Expte. de Oficio N° 689/19.- que se inició con el pedido de Opinión respecto del Proyecto de Ley N° 2222/19 remitida por la Comisión de Legislación General, Justicia y Seguridad del Poder Legislativo, en copia adjuntan.-

Que a fs. 1/5 obra el Proyecto Ley N° 2222/19; a fs. 6 obra apertura de las actuaciones, a fs. 7/8 obra impresion de pagina web: <https://digesto.legislaturachaco.gob.ar/>. donde figura el situación actual del Proyecto en cuestión, estado: en tramite.

Que esta FIA conforme las facultades asignadas por la Ley N° 616-A la cual dispone en el Art. 6 que: *Corresponde al Fiscal General a)...d) Prestar colaboración técnica a la Cámara de Diputados de la Provincia del Chaco, a requerimiento del Presidente del cuerpo, cuando la misma haga uso de las atribuciones de fiscalización e investigación previstas en el artículo 106 de la Constitución Provincial 1957-1994.*"

Asimismo, esta Fiscalia conforme Art. 18 de la Ley 1341-A de Etica y Transparencia en la Función Pública es Autoridad de Aplicación de la norma.

Analizado el proyecto de Ley 2222/2019 y sin perjuicio de las Facultades de la Legislatura Provincial y a Título de colaboración es oportuno considerar lo dispuesto por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) que establece dos tipos de publicidad estatal: **"La Publicidad no paga y la publicidad paga. La publicidad "no paga" incluye los comunicados de prensa, los textos de leyes o sobre reuniones legislativas, entre otras. La publicidad "paga" por su parte incluye los anuncios pagados en la prensa, la radio o la televisión, el material de software y video producido por el gobierno o patrocinado"**.

Por otro lado, la Asociación por los Derechos Civiles establece una definición un poco más abarcativa en su informe Censura Indirecta: *"La publicidad del Sector Público se refiere a toda publicidad colocada en los medios y en la vía pública por todas las ramas del Gobierno en todos los niveles (nacional, provincial, local), y sus organismos dependientes. Comprende toda la publicidad de las empresas controladas por el Estado y Organismos Públicos Autónomos. El gasto incluye los cargos por diseño,*

producción y colocación de las publicidades. Es decir, que una noción amplia de Publicidad Oficial debería incluir todo el proceso de desarrollo y publicación. Sin embargo hoy en día resulta complejo determinar en nuestro país los límites de la PO debido a la falta de criterios y regulación en la materia, y su utilización termina por convertirse en un arma de doble filo. Por un lado, se ponen en juego la libertad de expresión de los medios de comunicación a través del condicionamiento económico. Por otro lado, la pauta de los gobiernos pone en juego la equidad en la competencia electoral".-

Que "Respecto al impacto en la libertad de expresión y el manejo discrecional de la publicidad oficial sobre la libertad de expresión son realmente relevantes. Si bien no existe un derecho intrínseco de los medios a recibir recursos del Estado por publicidad, sí existe el derecho de no ser discriminados por sus contenidos editoriales. Es decir, el Estado puede no asignar pauta, pero si decide hacerlo debe evitar distribuir esos recursos en forma discriminatoria."

A su vez, La Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión aprobada por la CIDH en el 2000 establece que **"la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda OEA: ídem 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, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley"**. Se denomina a este tipo de presiones como **censura indirecta o mecanismos indirectos de restricción de la libertad de expresión**. La Relatoría, establece 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... El problema radica en poder frenar la discrecionalidad del funcionario cuando no existe un marco normativo que lo regule... Resulta entonces fundamental que se reglamente la distribución de pauta publicitaria y se lleven adelante prácticas transparentes en este sentido."**

Que la contratación y del reconocimiento de pago de pautas publicitarias dentro del marco discrecional del Estado, "La Corte Suprema de Justicia Argentina resaltó en el fallo "Editorial Río Negro S.A. c. Provincia de Neuquén", en el cual el tribunal indicó que **la Provincia de Neuquén había violado la libertad de expresión de un diario al eliminar la**

publicidad oficial que allí tenía contratada como consecuencia de una cobertura crítica." Obligando al gobierno provincial a establecer un marco legal adecuado que limite la discrecionalidad de los funcionarios públicos e impida ese tipo de arbitrariedades. Este criterio fue aplicado también por la Cámara en lo Contencioso Administrativo Federal en el caso Perfil contra el Estado Nacional, por haber sido excluida esta editorial del reparto de pauta oficial como consecuencia de su postura crítica. Más recientemente, un fallo de la Cámara Contencioso Administrativa obliga al Estado Nacional a desarrollar un plan de asignación de publicidad oficial para los medios televisivos de aire, que se ajuste fielmente a las pautas de proporcionalidad y equidad'. -

Que, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos estableció en el año 2011 algunos criterios amplios que dependerán del contexto de cada país, pero que en general apunta a **Establecer definiciones claras de publicidad oficial y que apunten a garantizar el principio de utilidad pública, sin destacar los logros de la gestión ni ser de carácter político. - Adjudicar las pautas sobre la base de criterios de asignación claros, públicos y que hayan sido establecidos con anterioridad a la decisión publicitaria - Planificar de modo anual o semestral la asignación de pauta, de acuerdo a necesidades concretas y reales de comunicación pública - Establecer procesos de contratación través de procedimientos abiertos, transparentes y no discriminatorios". - Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de los Derechos Humanos (2011): "Principios sobre la regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión 13 Idem. 14 Causa 9.068/2012. ``Arte Radiotelevisivo Argentino S.A.**

Que a nivel local son muy pocas las Provincias que cuentan con algún tipo de normativa respecto a este tema, como Tierra del Fuego, Santa Fe, Neuquén, Río Negro, Entre Ríos - aunque con ciertas limitaciones - han sancionado una ley regulatoria de la asignación de la pauta publicitaria.

En la Provincia del Chaco el Poder Ejecutivo Provincial a emitido el **Decreto N° 495/2024** de fecha 14/04/2024 por el que se aprueba la nueva Estructura Organizativa de la Secretaría de Asuntos Estratégicos en la que se incorporan nuevas áreas y se reorganizan las existentes, unificando Responsabilidades y Acciones con la finalidad de optimizar recursos, simplificar procesos y lograr el pleno cumplimiento de las Competencias Asignadas a esta Jurisdicciones; Que, conforme las competencias asignadas a esta Secretaría, se ha incorporado a la Estructura

Orgánica de la misma, la Subsecretaría de Comunicación y la Dirección de Comunicación y Control de Pauta, ambas dependientes de la máxima autoridad de esta Secretaría de Asuntos Estratégicos; Que, en el ámbito de la mencionada Subsecretaría de Comunicación, resulta menester asignar las Responsabilidades y Acciones de la Dirección de E-Comunicación, Dirección de Prensa y Dirección de Planificación Periodística como así también asignar las Acciones del Departamento de Comunicación Digital y Audiovisual; Que, en este mismo sentido, resulta necesario asignar las Responsabilidades Primarias y Acciones de la Dirección de Comunicación y Control de Pauta.-

Considerando que el proyecto de ley 2222/19 tiene como objetivo principal Delimitar la Publicidad Oficial con el fin de evitar que funcionarios públicos utilicen recursos del erario Publico para comunicar información institucional o de campañas .- Esto es fundamental para evitar abusos , como el uso de propagandístico con fines partidarios , y garantizar el acceso equitativo a la información en una democracia.-

Asimismo existe una delgada línea entre garantizar la libertad de prensa y asegurar la transparencia en el uso de los recursos públicos destinados a la publicidad oficial. Por un lado, es necesario que el Estado informe a la ciudadanía sobre sus actos, servicios y campañas, lo cual forma parte del derecho a la información y por otro, cuando la asignación de pauta oficial carece de criterios objetivos, puede derivar en prácticas que afectan la independencia de los medios, ya sea por presiones implícitas o por la discrecionalidad en el reparto. En este contexto, la clave está en delimitar normativamente la publicidad oficial, estableciendo criterios transparentes, equitativos y auditables, sin restringir la pluralidad de voces ni condicionar la línea editorial de los medios. Así, es posible proteger tanto el derecho a la información como la libertad de expresión, evitando que la pauta estatal se convierta en un mecanismo de censura indirecta o de propaganda partidaria.

La posibilidad de contar con una legislación especial aplicable, también prevé soluciones a situaciones como la que aquí se analizan, además de todo lo referente a la ética de los medios de comunicación y las sanciones que podrían acarrear en caso de incumplimiento, y usar adecuadamente el Poder de Policía el cual ha sido definido como la facultad legislativa de regular la amplitud y límites de los derechos individuales expresamente consagrados o implícitamente reconocidos en la Constitución de un Estado; una potestad reguladora del ejercicio de los derechos y del cumplimiento de los deberes constitucionales de los habitantes, (jurisprudencia americana, juez Marshall, presidente de la Corte Suprema de Justicia de los Estados Unidos, en el caso "Brown v. Maryland"), ya que "el goce de los

derechos y garantías constitucionales no son absolutos, sino que deben ser reglamentados"

Ahora bien la Constitución Provincial refiere a ello en su Art. 11: *Es condición esencial para el desempeño de los cargos públicos la observancia de la ética. Atenta contra el sistema democrático quien haya cometido delito doloso contra el Estado que conlleve enriquecimiento patrimonial, y queda inhabilitado a perpetuidad para ocupar cargo o empleo público, sin perjuicio de las penas que la ley establezca. La Legislatura dictará una ley de ética pública para el ejercicio de las funciones. Protección de los intereses difusos o colectivos;* y su Art. 77: *"Los actos oficiales de la administración deberán publicarse periódicamente en la forma que la ley establezca..."*

Que, a más de todo lo expuesto deberá tenerse presente las previsiones de la Ley 1341 A y del Regimen de Incompatibilidad Ley 1128 A y el Regimen de Contratación Decreto N° 3566/77 , para el caso de que pudiera presentarse situaciones relacionadas con el empleo Público.

Sin perjuicio del tiempo transcurrido siendo que el proyecto se encuentra aún en análisis amerita el dictado de la presente .-

Por todo lo expuesto, en un todo conforme a las facultades legales de esta FIA otorgadas por la Ley 616-A y 1341- A.-

RESUELVE:

I.- TENER POR CONCLUIDA la intervención de esta Fiscalía de Investigaciones Administrativas, en el marco de la Ley Nro. 1341 A, 616-A y demás normativa citada, conforme los considerandos suficientemente expuestos.-

II.- HACER SABER a la Comisión Legisladora General Justicia y Seguridad. Oficiese.-

III.-TOMAR RAZÓN por Mesa de Entradas y Salidas.

IV.- ARCHIVAR las actuaciones, sin más trámite.-

RESOLUCION N° 3019/25



Dr. GUSTAVO SANTIAGO LEGUIZAMON
Fiscal General
Fiscalía de Investigaciones Administrativas