



FUNDACIÓN LED

Libertad de Expresión + Democracia

INFORME SEMESTRAL SOBRE PUBLICIDAD OFICIAL Y PROGRAMA FÚTBOL PARA TODOS

La Fundación LED (Libertad de Expresión + Democracia) da a conocer cada año la información relativa al gasto y utilización de los recursos del Estado destinados a la Publicidad Oficial. Para este año 2015 hemos decidido presentar un informe anticipado del primer semestre dado que se ha verificado un fuerte incremento de recursos públicos destinados a la pauta oficial.

Este informe incluye un apartado específico para analizar las particularidades de los recursos destinados al programa Fútbol para Todos, dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros ya que, tal cual hemos advertido en nuestros sucesivos informes anuales¹, los mismos se utilizaron desde un principio como parte de la política comunicacional del gobierno.

I- GASTO PÚBLICO EN PUBLICIDAD OFICIAL

Para aproximarnos al monto total del gasto de gobierno en publicidad oficial desde la Fundación LED realizamos por un lado, un constante seguimiento del presupuesto nacional del cual podemos extraer solamente algunos datos como el monto inicialmente asignado al Programa 19 de la Jefatura de Gabinete de Ministros, a la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) y al Registro Nacional de Trabajadores y Empleados Agrarios (RENATEA) que son los únicos casos en los cuales existe una asignación específica de presupuesto para publicidad y propaganda; por otra parte, al igual que cada año, presentamos diversas solicitudes de acceso a la información pública en el marco del Decreto 1172/2003 para obtener datos que no son dados a publicidad de manera habitual, tales son los gastos de publicidad de otros organismos del estado y empresas con participación estatal. De estas presentaciones realizamos un constante seguimiento hasta obtener alguna respuesta que nos permita avanzar en la configuración del monto total de gastos en publicidad oficial.

¹ <http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-limitaciones-al-ejercicio-de-la-libertad-de-expresion-argentina-2014>





El siguiente cuadro sintetiza el detalle de los gastos en publicidad oficial, relevados por LED, para el primer semestre del año 2015.

**Recursos relevados por la Fundación LED
destinados a Publicidad oficial para el año 2015**
En base a la información disponible al 9 de junio de 2015

Programa 19 de la Jefatura de Gabinete de Ministros ²	\$ 1.814.204.414,00
Banco Nación ³	\$ 16.882.019,55
ANSES ⁴	\$ 521.007.000,00
YPF ⁵	\$ 69.000.000,00
AA. AA. ⁶	\$ 478.000,00
RENATEA ⁷	\$ 2.000.000,00
TOTAL	\$ 2.423.571.433,55

A continuación se detallan cada uno de los rubros que componen el presupuesto destinado a la publicidad oficial.

a) Programa 19 de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación

El Programa 19 de la Jefatura de Gabinete de Ministros “Prensa y Difusión de los actos de Gobierno” es el mayor presupuesto destinado a la Publicidad Oficial.

Cada año, el Gobierno da a conocer la información referida al monto global aprobado por la Ley Nacional de Presupuesto. Este monto, resulta indefinido en realidad dado que durante cada ejercicio económico se va incrementando por sucesivas ampliaciones presupuestarias realizadas por la Jefatura de Gabinete de Ministros o por el Poder Ejecutivo Nacional sin que existan límites o topes respecto del monto total a asignar.

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

³ <http://www.fundacionled.org/category/informes-y-publicaciones>

⁴ <http://www.fundacionled.org/category/informes-y-publicaciones>

⁵ <http://www.eliminandovvariables.com/2015/05/ypf-comenzo-el-ano-gastando-69-millones.html>

⁶ <http://www.fundacionled.org/category/informes-y-publicaciones>

⁷ <http://www.fundacionled.org/category/informes-y-publicaciones>





Para el año 2015 se han presupuestado originalmente **\$1.203.204.414**, ese monto ya ha sido ampliado mediante el Decreto 251/2015 en **\$611.000.000** a pesar que hasta el momento se han comprometido solamente **\$954 millones**.⁸

Recursos presupuestarios de la Publicidad Oficial comprometidos hasta junio 2015

Presupuesto Nacional 2015	Incrementos Presupuestarios	Monto Comprometido
\$ 1.203.204.414,00	\$ 611.000.000,00	\$ 954.000.000,00

El siguiente cuadro muestra información referida al presupuesto asignado al Programa 19 de la Jefatura de Gabinete de Ministros para los años 2014 y 2015.

Presupuesto Nacional para la Publicidad Oficial años 2014 - 2015

Año	Presupuesto Inicial	Incrementos Presupuestarios	Porcentaje de Incremento
2014	\$ 950.734.803,00	\$ 1.763.318.535,00 ⁹	85 % para todo el año
2015	\$ 1.203.204.414,00 ¹⁰	\$ 1.814.204.414,00	50,78 % para el primer semestre

Tal cual surge del informe sobre “Limitaciones al ejercicio de la Libertad de Expresión / Argentina 2014.” presentado por la Fundación LED en marzo de este año, el monto final de recursos destinados al Programa 19 del presupuesto nacional, “Prensa y Difusión de los actos de Gobierno” para el año 2014 fue de \$ 1.763.318.535, lo que significa que el Poder Ejecutivo asignó durante el año un 85% de partidas adicionales a los \$ 950.734.803 autorizados por el Congreso de la Nación.

8 sitiodelciudadano.mecon.gov.ar

9 <http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-limitaciones-al-ejercicio-de-la-libertad-de-expresion-argentina-2014>”

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





En los primeros 5 meses del año 2015, el presupuesto para publicidad oficial ya ha sido incrementado en un 50,78% en función de la Decisión Administrativa ya mencionada, pasando de \$ 1.203.204.414 a \$ 1.814.204.414.

Esta aceleración del gasto destinado a la pauta publicitaria oficial en un año electoral reafirma lo señalado por LED en repetidas ocasiones en el sentido de que estos recursos se aplican con fines proselitistas y sin cumplir con los requisitos de equidad y transparencia exigidos por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en distintos fallos sobre este particular.

b) Gastos de Publicidad Oficial de otros organismos y empresas del Estado

Más allá de los montos consignados en el cuadro anterior, existen otros organismos del Estado y empresas con participación estatal que destinan más recursos a la publicidad oficial. Tales son los casos de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES), Aerolíneas Argentinas, la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), el Banco Nación Argentina y Yacimientos Petrolíferos Fiscales S.A. (YPF), entre otros, de los cuales el Gobierno omite publicar información.

Los datos relativos al gasto en Publicidad oficial de estos organismos han sido obtenidos, en algunos casos, como resultado de solicitudes de acceso a la información pública realizados por la Fundación LED en el marco del Decreto 1172/2015 ya que la información no se encuentra publicada.

Las solicitudes de acceso a la información cursadas fueron con relación a los gastos en publicidad oficial de la ANSES, Aerolíneas Argentinas, YPF, AFIP y el Banco Nación cuya síntesis se encuentra disponible en el sitio web de la Fundación (<http://www.fundacionled.org/category/informes-y-publicaciones/acceso-a-la-informacion-publica>)

A continuación se brinda el detalle de la información obtenida en cada uno de los casos.

1. Banco de la Nación Argentina

El gasto publicitario total del Banco Nación para el segundo semestre de 2014 y hasta marzo de 2015 fue de \$65.243.000,10, de los cuales **\$16.882.019,55** corresponden al período enero – marzo 2015.

Destacamos que por primera vez hemos podido acceder a esta información no obstante haberla requerido en reiteradas oportunidades en las que se nos ha denegado con fundamento en al carácter de autárquico que posee el Banco Nación.

Los datos obtenidos refieren al total de los gastos en publicidad oficial detallada por campaña, proveedor, rubro y periodo de prestación desde el segundo semestre de 2014 hasta marzo de 2015.





Detalle del gasto en publicidad oficial del Banco Nación para el segundo semestre de 2014 y hasta marzo de 2015

PUBLICIDAD	MONTO TOTAL
Gráfica	\$ 1.849.303,60
Vía Pública	\$ 54.744.453,00
Cable	\$ 1.119.028,00
Radio	\$ 2.190.403,50
Web	\$ 1.105.193,30
Tv	\$ 4.234.618,70
TOTAL	\$ 65.243.000,10

2. Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES)

En este punto solamente contamos con la información que surge de la ley de Presupuesto Nacional año 2015 para el rubro Servicios no personales, publicidad y propaganda el gasto asciende a **\$521.007.000.**¹¹

La información requerida a la Jefatura de Gabinete de Ministros en cuanto al detalle del presupuesto y gasto en publicidad oficial nos ha sido denegada hasta el momento.

3. Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)

La información respecto del gasto en publicidad oficial de este organismo ha sido denegada hasta el momento.

Desde la Fundación LED se solicitó Información sobre el gasto publicitario en pesos para el segundo semestre del año 2014 y para el año 2015. Se requirió la información referida a los montos totales asignados y discriminados por rubro o tipo de medio de comunicación y por empresa o compañía contratada para su provisión.

¹¹ Ley Presupuesto 2015 N° 27.008, Decisión Administrativa N° 1 de distribución.





4. Yacimientos Petrolíferos Fiscales S.A. (YPF)

La información solicitada por la Fundación LED ha sido denegada con fundamento en que conforme lo dispuesto por la Ley 26.741, la empresa YPF opera como sociedad anónima abierta. El artículo 15 de dicha ley estipula que YPF S.A, al operar como sociedad anónima, no es pasible de aplicársele legislación o normativa administrativa que reglamente la administración, gestión y control de las empresas o entidades en las que el Estado nacional o los Estados provinciales tengan participación. Y por ello, la Jefatura de Gabinete de Ministros no cuenta con la información solicitada. Tampoco nos han brindado información relativa a las contrataciones y transmisiones de publicidad de esta empresa en medios de comunicación pública.

En este punto, a través del sitio Eliminando Variables se ha dado a conocer que desde el 01 de enero hasta el 31 de marzo del 2015, de acuerdo con el balance trimestral presentado por YPF SA ante la Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos (SEC), la compañía petrolera tuvo un gasto de 69 millones de pesos de publicidad, comunicación y propaganda.¹²

En esos 69 millones se incorporan ítems como cartelería industrial, transformación de estaciones de servicio, acuerdos con automotrices para carreras de TC, publicidad de aceites y, además, el reposicionamiento o lanzamiento de marcas.

5. Aerolíneas Argentinas S.A.

En este caso hemos obtenido la siguiente información:

- Durante el segundo semestre de 2014 a marzo de 2015 se han realizado dos campañas institucionales para la vía pública pautadas en efectivo a través de la Secretaría de Comunicación Pública durante el segundo semestre de 2014 a marzo de 2015 y éste es de **\$ 478.000**. Ambas campañas fueron proveídas por la empresa Santa Mónica Argentina S.A.

El monto informado resulta en principio llamativo ya que desde la misma Jefatura de Gabinete de Ministros se nos informó durante el año pasado que para el primer semestre de 2014 el gasto en publicidad oficial fue de **\$ 46.574.368** siendo la cifra para este semestre significativamente menor.

- Las acciones comunicacionales de Aerolíneas Argentinas S.A. son efectuadas mediante el sistema de canje de bienes y servicios. En cuanto a los criterios y parámetros empleados para el canje de bienes y servicios por publicidad institucional y su modo de valuación, se informa que los mismos son fijados por las empresas que integran el Grupo Aerolíneas. Ello equivale a la negativa en brindar información al respecto.

¹² <http://www.eliminandovvariables.com/2015/05/ypf-comenzo-el-ano-gastando-69-millones.html>





De la información obtenida resulta clara la discrecionalidad con la que se maneja esta empresa para la utilización de la pauta oficial y la dificultad en la determinación de los montos finales que se destinan a ese fin.

6. Registro Nacional de Trabajadores y Empleados Agrarios (RENATEA) Presupuesto

Tal como referimos anteriormente, del relevo de todo el presupuesto nacional nos encontramos con que el RENATEA es uno de los pocos organismos al que se le asignan directamente partidas presupuestarias para publicidad oficial. El presupuesto para el año 2015, asciende a \$ **2.000.000** y se desconocen hasta el momento los detalles respecto de la utilización de este monto.

Es importante destacar que para todos los casos en que se realicen campañas institucionales de publicidad se aplica el Decreto 948/09 y sus modificatorios que establecen los criterios para la realización y contratación de pauta que realice la Administración Pública, el Banco Nación Argentina y sus empresas vinculadas y los demás organismos comprendidos en el artículo 8° de la ley N° 24.156¹³ (entre ellos la AFIP, la ANSES, Empresas con participación estatal mayoritaria) y, según lo establece la Resolución SCP 2/2013, **todo el procedimiento** para el trámite de contratación de publicidad institucional se realiza en la Secretaría de Comunicación Pública de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación que es la que emite las órdenes de contratación, por lo cual resta saber si la aplicación del monto mencionado cumple con lo establecido en esta normativa.

II- GASTO DEL PROGRAMA FUTBOL PARA TODOS

El Programa Fútbol para Todos (FPT) dependiente de la Jefatura de Gabinete de Ministros ha sido cuestionado desde su creación en el año 2009, por Decisión Administrativa N° 221, por no haber respetado los objetivos para los cuales fue creado (promoción del deporte y accesibilidad, costado por ingresos provenientes de contratar publicitaria privada, con un mínimo costo para el Estado) y por la ausencia de controles efectivos y transparencia en la utilización de esos recursos.

En el mismo sentido, el Programa Fútbol para todos ha sido objeto de denuncias desde diversos sectores sociales y políticos. Desde la Fundación LED realizamos el seguimiento de este tema cada año entendiendo que el programa FPT es utilizado principalmente como canal de transmisión de propaganda política y publicidad gubernamental.¹⁴

Para el año 2015 el monto presupuestado para el FPT es de \$ **1.634.410.0006** y hasta el momento se han comprometido \$ **1.568.020.000**, es decir, casi el 100%.

14 <http://www.fundacionled.org/informes-y-publicaciones/informe-limitaciones-al-ejercicio-de-la-libertad-de-expresion-argentina-2014>





A pesar de que se trata de información oficial, la misma no coincide con los datos oficiales obtenidos por la Fundación LED a través de solicitudes de acceso a la información dirigidas a la Jefatura de Gabinete de Ministros, donde el gasto total para el año 2015 asciende a \$1.742.790.842 superando el presupuesto asignado al PFPT, tal como se detalla a continuación.

Información presupuesto Programa Fútbol Para Todos año 2015

PRESUPUESTO NACIONAL	MONTO INFORMADO POR LA JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS A LA FUNDACIÓN LED
\$ 1.634.410.000,00	\$ 1.742.790.842,00

En cuanto a la composición del gasto del programa FPT para el año 2015 y según la información obtenida por la Fundación LED se detalla lo siguiente:

- \$ **262.790.842** es el monto de los costos totales de producción y transmisión. Dicho importe corresponde a la totalidad de los partidos de los torneos de Primera División A, Primera B Nacional y Copa Argentina, de los cuales se prevé transmitir aproximadamente 350 de ellos en calidad HD. Se incrementaron en un 50% los partidos del torneo de Primera División A y en un 250% las transmisiones en alta definición HD, por los conceptos de producción y transmisión de los partidos de fútbol, organizados por la Asociación de Fútbol Argentino en el marco del Contrato Asociativo suscripto en agosto de 2009).
- \$ **1.480.000.000** es el monto correspondiente al mínimo anual garantizado por derechos de transmisión.
- Durante el segundo semestre del año 2014 y los meses de enero, febrero y marzo de 2015, no se realizaron anticipos a la Asociación del Fútbol Argentino.

Por otra parte y tal como se consignara en nuestro informe anual 2014, la información aportada en respuesta a nuestro pedido de informe ratifica que en cuanto a la publicidad oficial emitida en el marco del programa FPT, el 80% de las piezas publicitarias que se emiten en el Programa Fútbol para Todos son creadas y producidas por equipos propios de la Secretaría de Comunicación Pública, y el otro 20% es material que aportan los distintos organismos oficiales y/o empresas públicas que solicitan la difusión de los mismos.

En cuanto a la publicidad privada, el único auspiciante continúa siendo la empresa IVECO, que asume sus propios costos de producción.

Estos datos corroboran que el FPT transmite de manera exclusiva publicidad oficial sin vislumbrar la posibilidad de obtener financiamiento a través de la contratación de publicidad privada y, reafirman su utilización como un canal más de transmisión de los actos de gobierno y propaganda política.





III- A MODO DE CONCLUSIÓN

Durante el primer semestre del año 2015 los recursos destinados a la publicidad oficial se han incrementado por encima de los valores ejecutados en el año anterior. Este hecho, sumado a la ausencia de un marco regulatorio de la publicidad oficial, a la constante omisión por parte del Poder Ejecutivo Nacional de brindar información respecto de la distribución y asignación de la pauta y en un contexto político de contienda electoral estimamos tenderá a acentuar el incremento del gasto en publicidad oficial y la discrecionalidad en el manejo de los fondos públicos.

Tal como sucedió en los períodos electorales 2009 y 2013, según se puede apreciar en el cuadro sobre “Incremento del Gasto en Publicidad Oficial” del informe sobre “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>), los recursos asignados a la pauta publicitaria oficial están siendo incrementados a ritmo acelerado durante 2015, y es esperable que a medida que avance el cronograma electoral esta tendencia se acentúe.

