



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD DE ACTOS DE GOBIERNO. PROHIBICIÓN DE USO CON FINES ELECTORALES O PROSELITISTAS

ARTÍCULO 1°.- Sustitúyese el artículo 42 de la Ley 25.188 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública, por el siguiente:

“ARTÍCULO 42.- La publicidad de los actos, programas, obras, servicios y campañas de los órganos públicos deberá tener carácter educativo, informativo o de orientación social.

Se encuentra absolutamente prohibida toda comunicación, divulgación o difusión de actos de gobierno o de campañas institucionales que suponga la promoción personal de autoridades o funcionarios/as públicos/as a través de cualquier tipo de asociación directa entre estos/as y los anuncios o mensajes oficiales. Entre otras restricciones, los mensajes no podrán:

- 1. Exhibir ni contener nombres, símbolos, imágenes, firmas o voces que aludan, mencionen, reproduzcan o identifiquen a funcionarios/as de gobierno o precandidatos/as o candidatos/as a cargos públicos electivos, ya sea en el orden nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o municipal.*
- 2. Destacar logros de la gestión u objetivos alcanzados por el gobierno, u otros mensajes que supongan la finalidad de aceptación por parte de la ciudadanía.*
- 3. Promover intereses particulares de funcionarios/as de gobierno o de cualquier agrupación política.*
- 4. Promover campañas de desprestigio a personas, colectivos, instituciones, organizaciones de la sociedad civil o sectores opositores o críticos al gobierno.*
- 5. Incluir cualquier referencia, en forma directa o indirecta, a la campaña electoral de la agrupación política de gobierno, o en su caso, partidos que la integren, ya sea en el orden nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o municipal.*
- 6. Contener orientación partidaria, cualquier otro elemento identificable o punto de similitud conceptual, gráfica y/o visual con alguna agrupación política, de modo tal que pueda inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por aquélla.*
- 7. Promover o difundir mensajes que favorezcan, por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, la discriminación, exclusión o marginación por motivos de ideología, opinión política, filosófica, gremial o de cualquier naturaleza, edad, sexo, orientación sexual, identidad y expresión de género, religión, nacionalidad, identidad cultural, origen social, posición económica, nivel de educación, condición de migrante, refugiado o desplazado,*



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

nacimiento, condición infectocontagiosa estigmatizada, característica genética, discapacidad, sufrimiento psíquico incapacitante o cualquier otra condición social”.

ARTÍCULO 2°.- Incorpórase como artículo 42 bis de la Ley 25.188 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública, el siguiente texto:

“ARTÍCULO 42 bis.- Queda terminantemente prohibido a los/as funcionarios/as públicos/as la realización de actos inaugurales de obras públicas, el anuncio, lanzamiento o promoción de planes, proyectos, programas de alcance colectivo o cualquier otro acto que pueda promocionar a una agrupación política o a los/as precandidatos/as o candidatos/as postulados/as por la misma, promover directa o indirectamente la captación del sufragio a favor de éstos/as o desincentivarla hacia otros/as, o contener cualquier asociación con una campaña electoral, durante el período en que se desarrollan las campañas electorales, independientemente de que el acto eleccionario tenga lugar a nivel nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o municipal. No se encuentran alcanzadas por la presente norma las campañas con fines estrictamente informativos dirigidas a la ciudadanía a fin de comunicar sobre la organización y el desarrollo del proceso electoral.

ARTÍCULO 3°.- Incorpórase como artículo 42 ter de la Ley 25.188 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública, el siguiente texto:

“ARTÍCULO 42 ter.- El incumplimiento de las disposiciones de los artículos 42 y 42 bis de la presente ley por parte del/la funcionario/a público será considerado falta grave y será pasible de incurrir en el delito de incumplimiento de los deberes de funcionario público previsto en el título XI del Código Penal de la Nación”.

ARTÍCULO 4°.- Sustitúyese el artículo 64 quáter del Código Nacional Electoral (Ley N° 19.945, texto ordenado por Decreto N° 2.135/83), por el siguiente:

“Artículo 64 quáter. Publicidad de los actos de gobierno. La publicidad de los actos de gobierno deberá ajustarse estrictamente a las disposiciones y restricciones establecidas en los artículos 42 y 42 bis de la Ley 25.188 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública. El juzgado federal con competencia electoral deberá disponer el cese automático del acto o aviso cuando éste contraviniera dichas prescripciones. El incumplimiento de las mismas será sancionado de acuerdo a lo establecido en el artículo 133 bis del presente Código”.

ARTÍCULO 5°.- Sustitúyese el artículo 133 bis del del Código Nacional Electoral (Ley N° 19.945, texto ordenado por Decreto N° 2.135/83), por el siguiente:



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

“Artículo 133 bis.- Restricciones a la publicidad oficial y realización de actos de gobierno. El incumplimiento de las prohibiciones y restricciones de los artículos 64 quáter de este Código, será sancionada con la quita de los espacios de publicidad audiovisual que se hubieran asignado a la agrupación política de gobierno, o en su caso a las agrupaciones que la integran, de acuerdo a lo establecido en el Capítulo III bis del Título III de la ley 26.215. Dichos espacios se repartirán de manera equitativa entre el resto de las agrupaciones que presenten precandidaturas o candidaturas.

Los/as funcionarios/as públicos que autorizaren, consintieren o incurrieren en las conductas a las que refiere el párrafo anterior, serán pasibles de inhabilitación de uno (1) a diez (10) años para el ejercicio de cargos públicos. Idéntica sanción corresponderá al/la precandidato/a o candidato/a del/la que se trate, procediéndose a la cancelación automática de la candidatura o la revocación del mandato en caso de que hubiere asumido o se encontrare en funciones.

Asimismo, la conducta de los medios de comunicación que incumplieren lo establecido en el artículo 64 quáter del presente Código, será considerada falta grave y comunicada para su tratamiento a la Autoridad de Aplicación de la Ley 26.522, haciendo a los medios pasibles de las sanciones previstas por el artículo 106 de la Ley 26.522”.

ARTÍCULO 6°.- Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a dictar normas similares a la presente ley reglamentaria de los artículos 1º y 38 de la Constitución Nacional, en el ámbito de sus jurisdicciones.

ARTÍCULO 7°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FIRMANTE: DIPUTADO ESTEBAN PAULÓN

ACOMPaña: DIPUTADA MÓNICA FEIN



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

FUNDAMENTOS

Sr. Presidente:

En el marco del sistema republicano y del Estado constitucional de Derecho, la publicidad de los actos de gobierno adquiere especial relevancia, pues quienes gobiernan en nombre del pueblo deben dar cuenta a sus mandantes de las acciones que desarrollan en función de la representación conferida.

El principio republicano de publicidad de los actos de gobierno requiere de adecuados procesos de rendición de cuentas, transparencia e información a la ciudadanía de todos aquellos asuntos que atañen a la cosa pública en su más amplia dimensión.

Las distintas acciones de gobierno y cuestiones que conciernen al interés público y la gestión de los intereses comunes requieren de la Administración Pública Nacional una eficaz comunicación y difusión a la población a través de mensajes y campañas de información sobre el curso de la gestión y las variadas temáticas de interés general. En tal sentido, la publicidad institucional debe ser clara, objetiva y relevante para el público al que va dirigida.

Abonando a ello, La Ley 25.188 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública, sancionada en 1999 por mandato constitucional, establece principios y deberes fundamentales para quienes ejercen cargos públicos en Argentina, basados en la ética, el fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción.

Como corolario del principio de publicidad de los actos de gobierno consagrado como pilar fundacional en nuestra Constitución Nacional, el artículo 42 de la mentada ley afirma que la publicidad oficial debe estar orientada al interés público y no a la promoción individual de quienes gobiernan y prohíbe el uso de la comunicación estatal con fines de propaganda personal o partidaria.

Por otra parte, el Código de Ética de la Función Pública, Decreto 41/1999, prevé el uso adecuado de los bienes del Estado en pos del interés general e impide a funcionarios y funcionarias emplear los recursos para fines particulares o propósitos que no sean aquellos para los cuales hubieran sido específicamente destinados.



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

Esta responsabilidad que impone la democracia representativa a funcionarios/as y representantes de rendir cuentas de sus actos y dar a publicidad los actos de gobierno coexiste con otros principios y garantías constitucionales, tales como el artículo 14 y 75 inc. 22 de la Constitución que contemplan a la libertad de expresión, como base fundamental del sistema democrático, y jerarquizan los tratados internacionales de derechos humanos en la materia, o los artículos 37 y 38, que establecen que el sufragio debe ejercerse en condiciones de igualdad, reconociendo a los partidos políticos como instituciones fundamentales del sistema democrático y velando por la representación de las minorías y la competencia en la postulación de candidatos/as a cargos públicos electivos.

En virtud del juego de normas que conforman el plexo constitucional y los tratados de derechos humanos que la integran por imperio del artículo 75 inciso 22, los que -además de garantizar el derecho a la información pública- consagran el derecho humano a la igualdad política, cabe inferir que el acceso equitativo a la información durante procesos electorales adquiere vital importancia para el funcionamiento de nuestra democracia.

El Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos establece en su artículo 25 que todos/as los/as ciudadanos/as gozarán (sin distinción ni restricciones indebidas) de los siguientes derechos y oportunidades:

- a) Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos;
- b) Votar y ser elegidos en elecciones periódicas, auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los/as electores/as;
- c) Tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país.

Idéntica tutela prevé el artículo 23 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, con la aclaración expresa de que “la ley puede reglamentar el ejercicio de los derechos y oportunidades a que se refiere el inciso anterior, exclusivamente por razones de edad, nacionalidad, residencia, idioma, instrucción, capacidad civil o mental, o condena, por juez competente, en proceso penal”.



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

A su vez, con relación a los partidos políticos se da la particularidad de que, además de recibir fondos y subsidios públicos para su sostenimiento y actividad permanente y de campaña, la ley atribuye a las agrupaciones la potestad exclusiva de postular candidatos/as a cargos públicos electivos. Ello, indudablemente, eleva al más alto nivel los estándares de equidad, integridad, transparencia para el acceso a espacios de representación en condiciones de igualdad que el sistema político debe exigir, y a la vez, garantizar.

Así es que el andamiaje normativo electoral ha pretendido, a lo largo de las sucesivas reformas, sentar las bases y brindar herramientas idóneas para el desenvolvimiento de los partidos políticos y el desarrollo de los procesos electorales, de conformidad con los principios enunciados, reducir asimetrías y garantizar condiciones de equidad en el acceso a los fondos y espacios publicitarios en la competencia electoral, puesto que la base del sistema democrático reside en la igualdad de oportunidades para el acceso a cargos públicos.

La utilización propagandística de la publicidad oficial contradice estos principios, ya que distorsiona la equidad en la comunicación pública y puede vulnerar el derecho de la ciudadanía a informarse sin manipulación. En tal sentido, los distintos gobiernos de turno han utilizado tanto la pauta oficial, como los medios y canales oficiales institucionales como mecanismo de propaganda encubierta para sus intereses político-electorales o como un instrumento para desacreditar al adversario, desnaturalizando por completo la finalidad de dichas herramientas. La actual gestión de Javier Milei no está exenta de ello y ha quedado de manifiesto con una serie de anuncios gubernamentales que en los últimos días han pretendido inclinar la cancha en favor de la candidatura a elecciones de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires de funcionarios/as del gobierno nacional, priorizando y anteponiendo intereses personales, partidarios y de campaña, a las razones de interés general.

Las regulaciones débiles en materia de uso de los recursos estatales con fines proselitistas, partidarios o electorales vienen a desnaturalizar todas aquellas normas en materia electoral tendientes a fortalecer las condiciones de equidad en la competencia de las agrupaciones políticas, como el establecimiento de pautas más igualitarias en la distribución de



Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación Argentina, etc.

los fondos de campaña y espacios de publicidad audiovisual asignados por el Estado, con una fuerte incidencia de los recursos públicos que prevén sistemas como el nuestro.

Es por ello que proponemos a través del presente proyecto de ley incorporar en la Ley de Ética Pública pautas precisas que impidan el uso propagandístico de la publicidad de los actos de gobierno e impongan a funcionarios/as estrictas responsabilidades por ante su incumplimiento, con alcance general y permanente, pero aún con mayor énfasis durante los períodos de campañas electorales, independientemente de que se trate de elecciones para cargos electivos nacionales, provinciales o municipales. Incluso, Estados con esquemas complejos como el nuestro, tales como Brasil o México, han adoptado restricciones en materia de publicidad gubernamental que aplican tanto en el ámbito del gobierno federal como de los gobiernos subnacionales, a fin de atenuar las ventajas de los oficialismos de turno y atender al llamado fenómeno de “la cancha inclinada”. Asimismo, el presente proyecto ha tomado como fuente a legislaciones comparadas de Canadá, España, y una serie de antecedentes en el ámbito de este Congreso de la Nación que no han logrado obtener sanción definitiva en materia de regulación de la publicidad oficial.

Como correlato de la reforma propuesta proponemos la adecuación de la normativa del Código Nacional Electoral que rige en materia de publicidad de actos de gobierno durante las campañas electorales en el marco de la competencia para el acceso a cargos electivos nacionales.

A su vez, con la convicción de que para que las sanciones sean efectivas, deben alcanzar a las carreras políticas de los/as candidatos/as y funcionarios/as responsables, se establecen sanciones de inhabilitación y revocación de candidaturas, pues las sanciones de naturaleza pecuniaria resultan ineficaces a los efectos de alcanzar el impacto deseado.

Por todo lo expuesto, es que solicito a mis pares el acompañamiento y la aprobación de este proyecto de ley.

FIRMANTE: DIPUTADO ESTEBAN PAULÓN

ACOMPaña: DIPUTADA MÓNICA FEIN