



# Proyecto de ley

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

**Artículo 1:** Incorpórase como art. 123 bis de la Ley 26.522 el siguiente texto:

Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado debe ceder en forma onerosa a las emisoras de televisión abierta interesadas un mínimo del 70% de los derechos de transmisión audiovisual de las competencias deportivas cuyos derechos de transmisión audiovisual haya adquirido o adquiera en el futuro.

El porcentaje establecido será calculado sobre el total de horas a transmitir en el año.

**Artículo 2:** Incorpórase como art. 123 ter de la Ley 26.522 el siguiente texto:

Prohíbese la cesión gratuita de los derechos transmisión audiovisual adquiridos por el Estado Nacional.

**Artículo 3:** Incorpórase como art. 123 quater de la Ley 26.522 el siguiente texto:

Respecto de las transmisiones que en definitiva terminen cubiertas por Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, el Poder Ejecutivo Nacional deberá comercializar hasta un 70% del espacio para pauta publicitaria.

El porcentaje establecido será calculado sobre el total de los minutos de espacio publicitario del año.

**Artículo 4:** Incorpórase como art. 123 quinquies de la Ley 26.522 el siguiente texto:

Los espacios publicitarios que queden en manos del Estado Nacional deberá cumplir con alguno/s de los siguientes objetivos:

- a) afianzar y difundir los valores y principios constitucionales;
- b) dar a publicidad los actos y gestión de gobierno y propender al acceso a la información pública;
- c) difundir políticas, programas, servicios e iniciativas públicas relevantes o de interés social que se encuentren en ejecución;
- d) poner en conocimiento de los habitantes sus derechos y obligaciones;
- e) difundir las disposiciones normativas que por su importancia e impacto social requieran la adopción de medidas complementarias a fin de lograr el conocimiento general,
- f) divulgar el patrimonio histórico y cultural;
- g) preservar el medio ambiente y los derechos de usuarios y consumidores;
- h) promover una cultura preventiva en la sociedad sobre los asuntos que competen a la salubridad y seguridad pública o la preservación del patrimonio natural, histórico y cultural;
- i) informar sobre la adopción de medidas ante situaciones de emergencia;
- j) promover el desarrollo, la inversión y el turismo en el territorio nacional y en cada una de las provincias.

**Artículo 5:** Incorpórase como art. 123 sexies de la Ley 26.522 el siguiente texto:

El Estado Nacional no podrá difundir publicidad o comunicaciones oficiales que:

- a) tengan como finalidad directa o indirecta destacar en forma personalísima los logros de una gestión o de los funcionarios a cargo de esas reparticiones;



# Proyecto de ley

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

- b) contengan mensajes discriminatorios o contrarios a los valores constitucionales;
- c) promuevan comportamientos contrarios al orden jurídico;
- d) no contengan una identificación clara y precisa del órgano que la promueve;
- e) incluyan el nombre, voz, imagen o cualquier elemento identificable con algún funcionario del sector público.
- f) induzcan a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o . imágenes empleadas por cualquier agrupación política u organización social.
- g) contengan orientación partidaria.
- h) propendan a desacreditar, denigrar o menospreciar, directa o indirectamente, de una persona física o jurídica, privada o pública.
- i) contengan información que sea engañosa, subliminal y/o encubierta.

**Artículo 6:** La presente Ley entrara en vigencia al año siguiente al de su promulgación.

**Artículo 7:** De forma.



# Proyecto de ley

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

## **FUNDAMENTOS:**

Señor Presidente:

El presente proyecto de Ley tiene por objeto modificar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual a los efectos de brindar el marco adecuado al Poder Ejecutivo Nacional para que éste pueda materializar, de una vez por todas, el deseo y objetivo que se propuso al momento de firmar el contrato por el cual adquirió los derechos de transmisión audiovisual de los Torneos de Fútbol de la AFA y de crear el Programa “Fútbol para Todos”, al que posteriormente se incorporaron los Programas “Automovilismo para Todos” y “Deportes para Todos”.

Podemos discutir en torno a la conveniencia de que el Estado invierta en estas iniciativas frente a necesidades sociales mucho más apremiantes que la televisación gratuita del deporte, pero lo cierto es que la finalidad del “Programa”, tal como estaba planteado, no se limitaba a la transmisión abierta y gratuita de los eventos.

La finalidad del Programa y el anhelo expresado por el Gobierno era poder brindarle a los todos los ciudadanos la posibilidad de ver fútbol y otros deportes en directo y en forma gratuita y, a la vez, contribuir, en el caso del fútbol, a paliar la crisis económica de la AFA y los clubes asociados y financiar al deporte olímpico.

¿Cómo se lograría ello?. A través de la recaudación producto de la comercialización de los derechos de transmisión adquiridos a la AFA y de la pauta publicitaria consecuente, a punto tal de que se preveía que el Programa Fútbol para todos no tendría costos para el Estado.

En estas condiciones, donde lejos de ser deficitario, el Programa estaba planteado como una fuente para generar recursos para financiar el fútbol y el deporte olímpico, podríamos eventualmente discutir en torno al mejor destino de los fondos pero no cuestionarlo por su impacto económico negativo en perjuicio de otros proyectos sociales más necesarios.

Las transmisiones “... *no le costarán un peso al Estado. Con todo lo que vamos a facturar por publicidad, lo que le sale al gobierno son chauchas*” había dicho en su momento el ex Jefe de Gabinete y actual Senador Nacional Aníbal Fernández.

Y esto no era solo un deseo o un objetivo declamado, así lo establece expresamente el contrato de cesión firmado el 20 de agosto de 2009 entre la AFA y la Jefatura de Gabinete de Ministros.

Del mismo se desprende la voluntad y la obligación del Poder Ejecutivo de comercializar los derechos primarios y secundarios cedidos por la AFA, a punto tal de que se prevé que parte del excedente de lo recaudado, luego de abonarle el correspondiente canon a la AFA, se destinaria a los clubes afiliados y al fomento de los deportes olímpicos. Estos fueron los términos del contrato (los destacados son propios):

Por el citado contrato la AFA cedió en forma exclusiva a la Jefatura de Gabinete de Ministros los derechos de explotación primarios y secundarios de las imágenes



# Proyecto de ley

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

y/o sonidos obtenidos en ocasión y desarrollo de cada uno de los encuentros de los torneos de fútbol de primera categoría para su transmisión en Capital Federal, el interior y exterior del país, a fin de permitir el acceso libre y gratuito por televisión abierta en todo el territorio de la República, aportando la primera los derechos de transmisión televisiva cuya titularidad originaria posee y aportando el segundo su estructura organizacional para que el fútbol pueda ser visto en forma gratuita por todos los ciudadanos de la República Argentina sin restricción alguna y a través de la televisión abierta.

Ambas partes, en la Cláusula XIII, acordaron compartir el **producido de la comercialización de los Productos AFA**, y en tal sentido, la Jefatura de Gabinete deberá abonar a AFA el 50% de las **sumas totales netas percibidas resultantes de la comercialización de los derechos**, sin perjuicio de lo cual, debe abonarle a AFA un ingreso mínimo anual de \$ 600.000.000, más el ajuste previsto en la Cláusula Octava (según la aplicación del Valor Básico de Referencia –VBR-).

A su vez, el contrato estableció que, una vez que la Jefatura de Gabinete de Ministros obtenga otra suma igual al ingreso mínimo anual que se garantiza a AFA, **el excedente será distribuido por mitades, acordando las partes que la AFA destinará su 50% excedente a los clubes afiliados a la misma, y JGM destinará su 50% excedente al fomento de los deportes olímpicos.**

A tal efecto, se estableció que la Jefatura de Gabinete de Ministros estará facultada para **comercializar por sí y/o por terceros la totalidad de los productos AFA a terceros**, incluyendo —pero sin limitarse a— operadores de cable, DTH, aéreo, televisión abierta, Internet, empresas de telefonía fija y/o celular, así como cualquier otra plataforma creada o a crearse que pudiera difundir los productos AFA, contando para ello con las más amplias facultades para decidir las condiciones, el modo y la **forma de comercialización que considere más conveniente para potenciar los beneficios.**

A su vez, por Decisión Administrativa 221/2009, se creó en la órbita de dicha Jefatura el PROGRAMA FUTBOL PARA TODOS, que tiene por finalidad la coordinación y articulación de la transmisión y **explotación comercial de la televisación de los partidos.**

La voluntad y el deber del Poder Ejecutivo de comercializar, como mínimo, los derechos de transmisión televisiva y la pauta publicitaria consecuente —el contrato preveía otras formas de transmisión- no solo es expresa en la letra del contrato, también se deriva indirectamente del objetivo de contribuir con el excedente de lo recaudado a los clubes de fútbol y al deporte olímpico.

En igual sentido se expresó la Primera Mandataria al anunciar, en febrero de 2011, el Programa Deportes para Todos -que incluye la transmisión por TV abierta de tenis, rugby y boxeo-, oportunidad en que señaló que el Programa se financiaría con publicidad.

Lejos, muy lejos de lo acordado y esperado, la televisación abierta y gratuita del deporte, además de su deficiente calidad de audio e imagen —muy inferior a la producida por el anterior operador-, no solo no ha contribuido en nada a los clubes de fútbol -que siguen en franca decadencia-, a la AFA —a quien el Gobierno debió



# Proyecto de ley

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

concederle un préstamo de \$230 millones- y al deporte olímpico. Tampoco le ha resultado barata, mucho menos gratuita, a todos los argentinos, como se prometió.

Desde su inicio, en agosto de 2009, el Programa Fútbol para Todos le costó al pueblo argentino la friolera de cuatro mil millones de pesos (\$ 4.000.000.000): \$ 2.275 millones en concepto de derechos a la AFA, \$ 1.044 millones en concepto de publicidad oficial y \$ 678 millones en conceptos de gastos de producción, emisión y comercialización, todo ello solventado con recursos del Tesoro Nacional.

Frente a esta realidad, sí podemos concluir ahora que las prioridades de gasto de este Gobierno son inauditas y que el Programa Fútbol para Todos, tal como está planteado, es una burla frente a las más urgentes necesidades sociales.

Para poner un solo ejemplo, en un país donde muere casi una mujer por día a causa de la violencia de género, el presupuesto asignado para el corriente año al Consejo Nacional de las Mujeres no alcanza los \$14 millones. Casi trescientas veces menos que lo gastado en solo tres años de Fútbol para Todos, relación que aumenta si consideramos que en los últimos cuatro años el promedio de ejecución del presupuesto de dicho Consejo fue de tan solo el 65%.

Es que, contrariamente a lo previsto y prometido, el Estado nada ha percibido por la comercialización o cesión de derechos, ya sea venta de pauta publicitaria o comercialización de los derechos de transmisión del fútbol y otros deportes.

Ello así, no en virtud de que no se haya pautado en los encuentros de fútbol o no se hayan cedido a otros medios los derechos de transmisión, sino a raíz de que toda la publicidad transmitida en el marco de la televisación de los partidos ha sido contratada por el propio gobierno y que todos los derechos de televisación cedidos han sido sin contraprestación alguna a cargo del beneficiario.

Esto constituye, en primer lugar, una desnaturalización del objeto y los fines del contrato, el que preveía la comercialización por parte de la Jefatura de Gabinete, sino de todo, al menos de parte de los derechos cedidos por AFA, a punto tal de que la contraprestación debida a AFA se desprende de un porcentaje de los ingresos que dicha Jefatura obtenga por dicha comercialización.

Incluso más, como se señaló, el contrato prevé que la AFA destinaría un 50% excedente de los ingresos a los clubes afiliados a la misma, y la Jefatura de Gabinete otro porcentaje igual al fomento de los deportes olímpicos, nada de lo cual ha ocurrido atento a que el Estado Nacional, por decisión del Gobierno, no ha percibido ingreso alguno por la comercialización de los derechos que le cediera AFA.

Pero lo que es más grave es que la pauta contratada por el Estado, lejos de cumplir un fin social o de publicidad de los actos de gobierno, terminó configurando un vergonzoso aparato de propaganda oficial. Además, las cesiones de los derechos de transmisión han sido gratuitas y han beneficiado solo a los canales de TV más afectos al Gobierno Nacional.

Un informe de la consultora Search indica que el Gobierno eligió un enemigo o tema por cada fecha del actual torneo de fútbol argentino. Le dedicó 2062 segundos a Mauricio Macri en la segunda jornada, transmitidos en ocho partidos. Al domingo siguiente le tocó al gobernador José Manuel de la Sota: 1058



# Proyecto de ley

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

segundos en siete encuentros. Al otro, defendió a Amado Boudou (737 segundos, cuatro partidos). Luego volvió al ataque, pero sobre Daniel Angelici, presidente de Boca (649 segundos, tres partidos). En la sexta fecha cargó contra el intendente Jesús Cariglino (1870 segundos, cinco encuentros). Y en la séptima fecha, contra el cacerolazo (978 segundos, cinco partidos).

Si se consideran las tarifas publicitarias que Fútbol para Todos ofrecía en 2010 (y que después desechó porque es el propio Estado el que paga los espacios), el más caro fue Cariglino: costó 5.568.000 pesos. Lo siguen la protesta callejera (\$ 2.348.800), Macri (\$ 2.202.400), Boudou (\$ 1.925.600), Angelici (\$ 1.430.800) y De la Sota (\$ 1.013.200).

Es inconcebible que los recursos del Estado, que el dinero de todos los argentinos, se utilicen para fomentar mensajes antidemocráticos contra espacios de representación política de muchos ciudadanos, los mismos que contribuyen con sus impuestos para que el Gobierno los agreda de esta forma. Debemos poner fin a este aparato que ya no es solo de propaganda política sino que se ha convertido en un espacio para fustigar a quienes piensan distinto.

Si la decisión soberana del Gobierno ha sido ofrecer fútbol para todos, no hay razón para no hacerlo y a la vez generar ingresos genuinos para el Estado a partir de comercialización de los derechos de transmisión y los espacios publicitarios. Mientas en el mundo la televisación del fútbol es una magnífica fuente de ingresos, en la argentina es un agujero negro que financia la propaganda política del Gobierno.

El motivo de por qué aquí no lo es radica en que el Gobierno encontró en la situación del fútbol una magnífica herramienta de publicidad oficial, cuando no un medio eficaz para denostar a políticos opositores.

No es el futbol lo que al Gobierno le interese que llegue a todos los hogares sino la propaganda oficial, que monopoliza toda la pauta publicitaria con costos millonarios para todos los argentinos. Estoy convencido de que el Gobierno no estaría dispuesto a ofrecer futbol para todos si no es con la condición de que toda la pauta publicitaria se destine a propaganda oficial.

Pero lo cierto es que la voluntad expresada por del Gobierno al momento de firmar el contrato con la AFA y crear el Programa Futbol para Todos era otra, y las clausulas de dicho contrato hablan de la obligación y de la necesidad de comercializar los derechos primarios y secundarios cedidos por AFA a los efectos de contribuir a la precaria situación de los clubes de fútbol y del deporte olímpico.

En esta inteligencia, el presente proyecto busca poner fin a esta millonaria dilapidación de recursos públicos con objetivos antidemocráticos y, a la vez, pretende contribuir con un marco legal adecuado para que el Poder Ejecutivo pueda dar cumplimiento a los objetivos que se fijó originariamente, disponiendo las reglas para que éste comercialice a los canales de televisión abierta un porcentaje mínimo de los derechos de transmisión audiovisual de las competencias deportivas cuyos derechos de transmisión haya adquirido o adquiriera en el futuro, prohibiéndose a su vez la cesión gratuita de dichos derechos.



# Proyecto de ley

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

En igual sentido, y con idénticos fines, se regula también la comercialización de los espacios publicitarios consiguientes para evitar que estos solo contribuyan a la propaganda política.

Por otro lado, y a los efectos de evitar que los espacios no cedidos sigan siendo utilizados como propaganda oficial, se establecen los objetivos de interés social que debe perseguir la pauta oficial y una serie de prohibiciones que garanticen el uso democrático y republicano de dicha herramienta.

Por todo lo expuesto, y entendiendo que este Proyecto contribuirá a un uso razonable y virtuoso