



Provincia de La Pampa
ASESORIA LETRADA DE GOBIERNO

Expediente N° 472/99.-

Ref./ CONTADURIA GENERAL.- S/CLARIFICACION DE CONTROLES POR PARTE DE LA CONTADURIA GENERAL S/LOS TERMINOS DE DIFUSION, PUBLICIDAD Y PUBLICACIONES OFICIALES.-

DICTAMEN N° 306/99.-

Señor Contador General de la Provincia:

En atención a lo solicitado a fs. 2 y a los fines de complementar las manifestaciones de fs. 1, se han incorporado las distintas disposiciones normativas indicadas en la inquietud, en función de ello esta Asesoría Letrada de Gobierno, manifiesta lo siguiente:

I.- Sobre la primera cuestión de importancia de "clarificación de los controles a realizar por la Contaduría General", expresamos lo siguiente:

En el marco dado por la Norma Jurídica de Facto n° 733 (denominación que se les asigna a todas las "leyes" dictadas entre el 24/3/76 y 10/12/83, conforme a lo establecido por la Ley n° 722), en su Capítulo III contiene la enunciación de las funciones asignadas a la Dirección de Prensa, las cuales mantienen vigencia hasta tanto se modifique o deje sin efecto la citada normativa.-

Entre las atribuciones que le fueron asignadas, está la de "controlar la impresión de folletos, publicaciones y libros del Gobierno" (Cfe. Art. 10, inc. e) de la N.J.F. 733). Respecto de esta normativa, no existe debate parlamentario alguno que nos permita conocer la voluntad o el espíritu del legislador al momento de su dictado y el antecedente de su emisión tramitado por Expediente N° 12161/75, no ilustra sobre ese aspecto, solamente permite concluir que se trata de una reiteración de lo establecido en el art. 17, inc. e) del Decreto Ley n° 522/69 (también emitido en un gobierno de facto).-

En ambos casos las referidas normativa carecen de reglamentación específica en lo que corresponde a la "Dirección de Prensa".-

Por su parte la derogación del Decreto n° 8/68, ha eliminado la limitación para realizar contrataciones de "publicaciones oficiales" por intermedio de la dependencia precitada.-

Entonces nos cabe el interrogante, sobre cual sería la finalidad del inciso e) del art. 10 de la N.J.F. 733, atreviéndonos a considerar que se trata de trabajos que no se difundan por intermedio del Boletín Oficial ni en los Boletines Informativos Oficiales y solamente para los casos de escritos ("impresión"), medio de mayor trascendencia en la época del dictado del Decreto Ley 522/69.-

En estas condiciones, la Dirección de Prensa tiene la facultad de "controlar", para dar "oficialidad" a la difusión de las impresiones que se realicen de "folletos, publicaciones y libros del Gobierno, sin importar la dependencia que formalice la contratación, quedando por ende excluidas de ese control, las que no se hallan enumeradas (el destacado es nuestro). La normativa no ha sido actualizado como para incluir en ese

//2.-



Provincia de La Pampa
ASESORIA LETRADA DE GOBIERNO

Expediente N° 472/99.-

Ref./ CONTADURIA GENERAL.- S/CLARIFICACION DE CONTROLES POR PARTE DE LA CONTADURIA GENERAL S/LOS TERMINOS DE DIFUSION, PUBLICIDAD Y PUBLICACIONES OFICIALES.-

DICTAMEN N° 306/99.-

//2.-

control otros medios no vigentes en la época de su dictado.-

II.- Sobre la segunda de las cuestiones, relacionada con la definición de los términos de "difusión", "publicidad" y "publicaciones oficiales", manifestamos lo siguiente:

El lenguaje es el principal componente a través del cual trasciende y se manifiesta el "derecho" en general, receptando, en su gran mayoría, términos comunes y disponiendo de términos técnicos específicos (ej. hipoteca, anticresis, dominio, etc.).-

En el empleo en derecho de los términos del lenguaje común, puede tener dos facetas, con o sin definición legal. En el primero de los casos la norma le asigna el significado y en el segundo supuesto, ha de estarse al empleo que se hace del mismo en la lengua castellana.-

La Ley de Ministerios n° 1666, no formula definición legal de los términos "difusión", "publicidad" y "publicaciones oficiales". Por lo tanto resulta pertinente recurrir en primer lugar al diccionario de la lengua castellana (en este caso: Sapiens), en las acepciones que se vinculan con el tema de consulta:

Difusión: Acción y efecto de difundir o difundirse;

Difundir: Propagar o divulgar ideas, conocimientos, noticias, costumbres, etc.

Publicidad: Calidad o estado de público. Conjunto de medios que se utilizan para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. En el "Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales" de Manuel Osorio y Florit, por esta voz, expresa: La cualidad de lo público o conocido. Propaganda mercantil o de otra especie. Difusión, propagación.

Publicación: Acción y efecto de publicar. En el diccionario de Osorio y Florit citado, por esta voz, expresa: Acto de llevar a conocimiento general un hecho o cosa. Manifestación o revelación de lo reservado, oculto o secreto.

Publicar: Hacer patente o notoria, por voz de pregón u otros medios, una cosa que se quiere sea sabida por todos. Hacer patente y manifiesta al público una cosa.

Oficial: Que es de oficio, es decir, que es auténtico y emana de la autoridad derivada del Estado, y no particular o privado.

Por su parte en el clasificador de gastos de la Provincia, en el rubro "Objeto", Servicios no personales, Publicidad y propaganda, expresa: "Difusión por cualquier medio de todos aquellos actos de Gobierno que deban darse a conocer (leyes, decretos, resoluciones, etc.). Incluye las erogaciones en afiches, folletos, avisos en medios publicitarios, etc., que

//3.-



**Provincia de La Pampa
ASESORIA LETRADA DE GOBIERNO**

Expediente N° 472/99.-

Ref./ CONTADURIA GENERAL.- S/CLARIFICACION DE CONTROLES POR PARTE DE LA CONTADURIA GENERAL S/LOS TERMINOS DE DIFUSION, PUBLICIDAD Y PUBLICACIONES OFICIALES.-

DICTAMEN N° 306/99.-

//3.-

revistan carácter promocional".-

De conformidad al significado de las diferentes expresiones indicadas, entendemos que la Subsecretaría de Medios de Comunicación, es la competente primigenia en brindar asistencia al titular del Poder Ejecutivo en la "difusión" entendida como propagación de ideas, conocimientos o noticias - siempre dentro de la índole oficial de las mismas-; también en la "publicidad" en el contenido y medios a emplearse para divulgar o extender la noticia de cosas o de hechos -oficiales siempre- y de todo aquellas "publicaciones oficiales" que por cualquier medio lleven a conocimiento general un hecho o cosa, haciendo patente o notorios los mismos que emanen de la autoridad del Estado.-

III.- Consecuentemente con lo expuesto, entendemos que la competencia de la Subsecretaría de Medios de Comunicación, es el área idónea a los fines de propugnar la adecuación de las normativa vigente a los medios actuales o las directivas pertinentes a los fines de instrumentar una reglamentación adecuada en tiempo y forma a los requerimientos de las distintas dependencias, para cumplir acabadamente con la "publicidad de los actos de gobierno" y, también, de "sus acciones".-

ASESORIA LETRADA DE GOBIERNO - Santa Rosa, 5 de Abril de 1999.-
EOC.-



[Firma]
DR. PABLO LAS LANGLOIS
ABOGADO
Asesor Letrado de Gobierno
de la Provincia de La Pampa