

“Estándares mínimos adquiridos” para la regulación de la publicidad oficial.

Por Marcela I. Basterra.

Sumario. 1. Nociones básicas acerca de la asignación de la pauta oficial. 2. El caso “*Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. c/ Estado Nacional*”. 2.a. Hechos. 2.b. La sentencia. 3. La necesidad de la sanción de una norma que reglamente la distribución de la publicidad oficial. 3.a. Estándares mínimos que debe contener el marco regulatorio de la distribución de la publicidad oficial. 4. Reflexiones finales.

1. Nociones básicas acerca de la asignación de la pauta oficial.

Lamentablemente no resultan novedosos los cuestionamientos acerca de los métodos empleados por el Gobierno en ejercicio para la distribución de la pauta oficial; los que son tachados de discriminatorios y lesivos del ejercicio de la libertad de expresión de los medios de comunicación.

Ya se ha alertado en otras oportunidades¹[1] sobre el uso que se hace de la pauta oficial como un mecanismo de censura indirecta, lo que obviamente redundará en detrimento del ejercicio del derecho a la información de los órganos de prensa.

Vale aclarar, que la publicidad oficial consiste en toda aquella comunicación gubernamental realizada por la administración pública nacional central, descentralizada y entes autárquicos, a través de medios estatales o pertenecientes al sector privado. Así, funciona como un canal de comunicación entre el Estado y la sociedad en su conjunto.

En una República auténtica los actos del gobierno deben ser públicos, ya sea que se trate de aquellos que resultan del ejercicio de la función gubernamental asignada por la Constitución al órgano respectivo, o se trate de las actuaciones internas de carácter administrativo.

En tal sentido, para lograr la publicidad de estos actos es necesario garantizar el acceso a la información a todos los individuos, máxime si afecta un interés legítimo sea este individual, colectivo o de los grupos sociales; cuestión que se ve incrementada cuando se trata de periodistas, puesto que su rol profesional reside en obtener esa información para hacerla pública mediante su difusión, a través de los medios técnicos de comunicación social

[1] Véase BASTERRA, Marcela I., “La distribución de publicidad oficial como forma de censura indirecta”. *La Ley* 2007 - E, p. 436; y “Otra vez la distribución de publicidad oficial en el debate”, *LL* 2009-B, p. 99.

masiva²[2]. "[En una sociedad democrática los ciudadanos deben y tienen derecho a conocer las actividades oficiales, las políticas de gobierno y los servicios que presta el estado. Esto se funde en el principio republicano de publicidad de los actos de gobierno. En este sentido, la publicidad en los medios de comunicación también es un mecanismo que sirve para dar visibilidad y transparencia a las acciones del gobierno y a las instituciones](#)"³[3].

Aunque no existe la obligación de difundir este tipo de información a través de los medios de prensa privados, los gobiernos suelen contratar tales servicios para exhibir la información que desean transmitir. Su fundamento reside en la posibilidad de otorgarles una mayor difusión a las acciones gubernamentales.

Tal como lo he anticipado, no existe un derecho subjetivo de los medios de comunicación a recibir pauta oficial, y si bien es cierto que los gobiernos no tienen la responsabilidad de otorgar publicidad, pudiendo decidir no hacerlo -por ejemplo, por una crisis del fisco de ese Estado o por una política de austeridad estatal-. No lo es menos, que si se decide distribuir publicidad, no puede en modo alguno realizarse aplicando un criterio total o parcialmente irrazonable o discriminatorio.

Esto es, que al menos, debe cumplir con determinados estándares, entre otros: 1) Debe hacerse en forma razonable o proporcional, tal como desde la Corte en reiteradas oportunidades⁴[4] se le ha ordenado al Estado, esto es: igual publicidad en ediciones de similares características; 2) No puede manipularse la publicidad oficial, dando y quitando a un medio de acuerdo al "comportamiento" o niveles de crítica que éste tenga hacia el gobierno de turno; 3) Se realizará aplicando un criterio descentralizado, para que toda la población acceda al conocimiento de las políticas, los servicios, así como de los programas gubernamentales; 4) Se cumplirá con el objetivo de garantizar el derecho fundamental en forma igualitaria de acceso a la información pública a toda la población, lo que redundará en la promoción de la participación ciudadana; 5) Se deberá impulsar el ejercicio efectivo de los derechos garantizados en nuestras leyes, evitando que las mismas promuevan la discrecionalidad en el otorgamiento de publicidad oficial.

A fin de cumplir con esos criterios, es necesario que la misma sea comprensible e importante para toda la población; y que no sea utilizada como un mecanismo destinado al sostenimiento

²[2] BADENI, Gregorio, "Publicidad oficial y derecho a la información", LA LEY, 2007-E, p. 590.

³[3] ADC, "Principios básicos para la regulación de la publicidad oficial". Publicación realizada por la Asociación por los Derechos Civiles - ADC-, p. 15 www.adc.org.ar.

⁴[4] CSJN, Fallos 330:3908, "*Editorial Río Negro S.A. c/ Provincia de Neuquén s/ acción de amparo*", sentencia del 05/09/2007; y CSJN, Fallos 334:109, "*Editorial Perfil S.A. y otro c/E.N. - Jefatura Gabinete de Ministros - SMC s/amparo ley 16.986*", sentencia del 02/03/2011.

económico de los medios de comunicación, dado que se la estaría dirigiendo desde el Estado hacia diferentes objetivos que los enunciados.

La finalidad de la publicidad oficial es informar respecto de los actos del Estado, comunicando aquéllas cuestiones que puedan resultar de interés público. Los subsidios en cambio, están destinados a promover a los medios de prensa cuya existencia se considera valiosa para la comunidad, favoreciendo la pluralidad de voces.

No obstante lo dicho, ambos deben ser asignados por organismos independientes -no políticos-, de acuerdo con criterios y procedimientos preestablecidos y transparentes⁵[5]. Si ocurriera lo contrario, nos enfrentamos a una situación que configura un caso claro de censura indirecta. Para que esto no ocurra, el Estado puede utilizar distintos criterios de distribución de propaganda u otorgamiento de subsidios, con la sola condición de que éstos no se lleven a cabo a través de acciones discrecionales de carácter discriminatorio.

Si el Estado quiere, puede retirar la publicidad otorgada a algunos medios; pero deberá probar la imposibilidad de continuar en un medio sí y en otros no, toda vez que deberá cumplirse con el propósito de que la pauta gubernamental no se otorgue con una lógica de amigo-enemigo, o aplicando un sistema de "premios y castigos".

Dado el rol fundamental que la libertad de expresión tiene en una sociedad democrática, y la elevada responsabilidad que entraña para quienes ejercen profesionalmente labores de comunicación social; el Estado no sólo debe minimizar las restricciones a la circulación de la información, sino también equilibrar en la mayor medida posible, la participación de la información provenientes de distintas voces en el debate público; impulsando de esta manera el pluralismo informativo. En consecuencia, la equidad debe regir el flujo informativo. En estos términos puede explicarse la protección de los derechos humanos de quien enfrenta el poder de los medios, y el intento por asegurar condiciones estructurales que permitan la expresión equitativa de las ideas⁶[6].

2. El caso "Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. c/ Estado Nacional".

2.a. Hechos.

Artear S.A. inició una acción de amparo, contra el Estado Nacional (Jefatura de Gabinete de Ministros y Secretaría de Comunicación Pública), contra los señores Juan Manuel Abal Medina (entonces Jefe de Gabinete de Ministros) y Alfredo Scoccimarro (en su carácter de Secretario de Comunicación Pública); con la finalidad de obtener el cese de la asignación arbitraria y

⁵[5] ADC, "Principios Básicos para la Regulación..."; Op. Cit., p. 17.

⁶[6] Corte IDH, "Kimel vs. Argentina", sentencia del 02/05/2008.

discriminatoria de la pauta oficial por parte del gobierno, en el entendimiento que producía una lesión subjetiva al no ser destinatario de publicidad oficial alguna.

Asimismo, solicitó que se ordene mantener la distribución equilibrada que recibía con anterioridad, tomando como parámetro la que obtuvo hasta el año 2008⁷[7]. Finalmente, peticionó que se declare ilegítima la conducta de los funcionarios demandados, por haber ejercido en forma abusiva la facultad discrecional de administrar los fondos públicos destinados a este tipo de publicidad.

La Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal -Sala IV-, revocó la sentencia de primera instancia e hizo lugar a la acción, ordenando al Estado a la elaboración de un esquema de distribución oficial que se ajuste a los estándares de proporcionalidad y equidad establecidos en la ley 26.522⁸[8], abarcando a las emisoras de similares características que las que posee la parte actora.

En este marco, recordó la doctrina judicial que surge de los precedentes de la *“Editorial Río Negro”*⁹[9] y *“Editorial Perfil”*¹⁰[10], donde el Alto Tribunal señaló que está inserto dentro de los poderes discrecionales del Estado determinar si otorga o no publicidad estatal; ahora bien, si decide concederla debe cumplir con dos principios constitucionales. En primer lugar, no puede aplicar criterios discriminatorios, y en segundo término, le está vedado utilizar la publicidad estatal como un modo indirecto de afectar la libertad de expresión.

Contra este decisorio el Estado Nacional interpuso recurso extraordinario federal, el que fue concedido y originó el pronunciamiento que se comenta.

2.b. La sentencia.

⁷[7] RODRIGUEZ SIMÓN, Fabián, Clarín y la Ley de Medios, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2013, p. 17/20.

⁸[8] Ley N° 26.522, publicada en el B.O. del 10/10/2009. Artículo 76.- *“(…) Para la inversión publicitaria oficial el Estado deberá contemplar criterios de equidad y razonabilidad en la distribución de la misma, atendiendo los objetivos comunicacionales del mensaje en cuestión”.*

⁹[9] Véase comentario de BASTERRA, Marcela I., *“La distribución de publicidad oficial como forma de censura indirecta”*. Op. cit. p. 436.

¹⁰[10] Véase comentario de BASTERRA, Marcela I., *“Otra vez la distribución de publicidad oficial en el debate”*, Op. cit.,p. 99.

El Máximo Tribunal con el voto de la mayoría¹¹[11] de sus Ministros, decidió confirmar la sentencia de la Alzada. En un fallo no muy extenso, la Corte desarrolló dos principios cardinales que deben imperar en todo Estado constitucional de derecho; el valor de los precedentes y el cumplimiento obligatorio de las sentencias judiciales.

Al igual que la Cámara, el Alto Tribunal señaló que en su actual composición ya había tenido oportunidad de expedirse sobre cuestiones análogas a las debatidas en las presentes actuaciones, en las causas “*Editorial Río Negro*” y “*Editorial Perfil*”. En este contexto, reiteró su inveterada doctrina¹²[12] al puntualizar que si bien la autoridad de los precedentes judiciales no es siempre decisiva -especialmente en materia constitucional-; sí lo es cuando de las circunstancias del caso no se evidencia manifiestamente el error o la inconveniencia de las decisiones anteriormente adoptadas con respecto a la misma cuestión jurídica, que motive un cambio de criterio. Por lo que corresponde aplicar al caso en estudio, idéntico temperamento que el empleado en los antecedentes.

Aclara el tribunal que esta circunstancia, en modo alguno importa adoptar el principio de *stare decisis* sin las debidas reservas; no obstante puntualizó que constituye un grave inconveniente para la comunidad, que los precedentes no sean debidamente considerados y consecuentemente seguidos, tanto por el Máximo Tribunal como por los inferiores. Añadiendo que la autoridad institucional de los fallos se funda en la condición de la Corte Suprema de interprete final y definitivo de la Constitución Nacional, así como de las leyes dictadas en su consecuencia; por consiguiente, cuando no existan causas que ineludiblemente requieran un cambio de criterio, la solución deberá buscarse en los precedentes que versan sobre la misma cuestión legal que se debate en el *sub lite*.

Siguiendo esta línea argumental, con claridad meridiana sostuvo “(...) cuando la interpretación llevada a cabo en la sentencia dictada por el superior tribunal de la causa sea ajustada a precedentes de esta Corte –que, como en estas actuaciones, además son expresamente invocados y reproducidos en el pronunciamiento de la cámara-, quien pretenda del Tribunal un nuevo examen sobre la cuestión constitucional de que se trata deberá exponer con la mayor rigurosidad los fundamentos críticos que sostienen su postura, y demostrar en forma nítida, inequívoca y concluyente la existencia de causas graves que hagan ineludible el cambio de la regla de derecho aplicable” (Considerando 9° del voto de la mayoría). Concluyendo que como esta carga ha sido incumplida por el Estado Nacional, se impone confirmar la sentencia apelada.

En relación al segundo punto abordado por la Corte, esto es el acatamiento obligatorio de los pronunciamientos judiciales, puso de manifiesto que el incumplimiento importa un

11[11] La mayoría quedó conformada con el voto de los Ministros Lorenzetti, Fayt y Maqueda. La Dra. Highton de Nolasco se expidió según su voto; mientras que en disidencia se pronunciaron Petracchi y Argibay en forma conjunta, por un lado; y Zaffaroni por otro.

12[12] CSJN, Fallos 183:409, “*Baretta, Miguel c/ Provincia de Córdoba*”, (1939).

desconocimiento de la división de poderes que resulta inadmisibles en un Estado de derecho, causando además un serio deterioro de la calidad democrática.

En virtud de lo dispuesto por los artículos 108, 109, 116 y 117 del texto constitucional, no existe duda alguna acerca del cumplimiento obligatorio e inmediato de las sentencias emanadas del Poder Judicial. Máxime teniendo en cuenta que la efectividad de las resoluciones de los jueces es *conditio sine qua non* para garantizar el principio de supremacía constitucional.

Ello en tanto *“Si no existe la plena seguridad ciudadana de que la protección de la justicia es más que una mera declamación retórica de los jueces sin capacidad de ser respetada y cumplida por las autoridades que detentan el control de la fuerza pública, resulta artificial invocar la obligatoriedad de las reglas constitucionales que limitan el poder o esperar del gobierno la protección de los derechos fundamentales que consagra nuestra Constitución”* (Considerando 10 del voto de la mayoría).

Finalmente, entiende con excelente criterio que el Estado cumple un rol de garante en materia de libertad de expresión, y que toda conducta que se aparte de los valores esenciales del sistema democrático, viola la función que se le ha encomendado.

Por su parte, Argibay y Petracchi entendieron que el remedio federal era inadmisibles, en tanto no contenía una crítica concreta y razonada de la sentencia cuestionada (requisito de admisibilidad del recurso extraordinario federal). En estas coordenadas, consideraron que la parte demandada invoca de manera genérica sus potestades discrecionales para asignar la pauta oficial, pero no justifica concretamente el por qué de la interrupción, ni de la reducción sufrida por la actora, teniendo especialmente en cuenta que las restantes emisoras de similares características no registran restricciones equivalentes.

Por estos argumentos, concluyen que las circunstancias fácticas de la presente causa no difieren de las examinadas en los casos *“Editorial Río Negro”* y *“Editorial Perfil”*, los que en consecuencia resultan plenamente aplicables en autos.

Por último, Zaffaroni también en disidencia, sostiene que corresponde dar intervención al Procurador General de la Nación (Doctora Alejandra Gils Carbó), para que dictamine sobre la cuestión de naturaleza federal que se invoca, ello de conformidad con el artículo 33, inciso a, apartado 5° de la Ley 24.946¹³.

13^[13] Ley N° 24.946 (publicada en el B.O. del 30/03/1998), artículo 33.- *“El procurador general de la Nación es el jefe máximo del Ministerio Público Fiscal. Ejercerá la acción penal pública y las demás facultades que la ley otorga al Ministerio Público Fiscal, por sí mismo o por medio de los órganos inferiores que establezcan las leyes. El procurador general tendrá los siguientes deberes y atribuciones: a) Dictaminar en las causas que tramitan ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación, cuando se planteen los siguientes asuntos: (...) 5. Causas en las que se articulen cuestiones federales ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación, a efectos de dictaminar si corresponden a su competencia extraordinaria y expedirse en todo lo*

3. La necesidad de la sanción de una norma que reglamente la distribución de la publicidad oficial.

En nuestro país, es una deuda pendiente la falta de regulación en la asignación de la publicidad oficial. La necesidad de la sanción de una norma que establezca criterios objetivos de distribución, es indiscutible si se repara en las distintas denuncias sobre arbitrariedad y discrecionalidad en torno al otorgamiento de la pauta publicitaria estatal.

Si no hay regla, como bien señala Badeni¹⁴[14], la distribución de la propaganda oficial bien puede realizarse con una finalidad de política agonal, destinada a castigar económicamente a los medios de prensa adversos a los gobiernos de turno, o para fomentar el desarrollo o subsistencia de aquellos que están dispuestos a ofrecerle su apoyo editorial. Política arbitraria de premios y castigos fácilmente verificable en ciertos programas radiales y televisivos, cuya intensidad es menor en los medios de prensa gráfica.

Es imperioso recordar que en forma reciente, la Cámara Nacional Electoral¹⁵[15] también le reclamó al Congreso la sanción de una ley que regule la distribución y uso de la publicidad oficial durante los períodos electorales. El Tribunal electoral subraya que la intervención del Poder Judicial para promover y controlar la sanción de un marco jurídico, es una herramienta fundamental para avanzar hacia la construcción de una solución legal para la problemática del otorgamiento de pauta oficial durante las campañas electorales; pero sin soslayar que la mejor manera de atender este conflicto, es la elaboración de un adecuado marco regulatorio desde el propio órgano legislativo.

Siguiendo esta línea de pensamiento, concluye que la función más delicada de la Justicia es saber mantenerse dentro de la órbita de su jurisdicción; por lo que decide poner en conocimiento del Congreso de la Nación el conflicto que se presenta en este caso, con la finalidad de requerirle que redoble los esfuerzos para sancionar a la brevedad posible, una

concerniente a los intereses que el Ministerio Público tutela. A los fines de esta atribución, la Corte Suprema dará vista al procurador general de los recursos extraordinarios introducidos a su despacho y de las quejas planteadas en forma directa por denegatoria de aquéllos, con excepción de los casos en los que, según la sana discreción del Tribunal, corresponda el rechazo in limine por falta de agravio federal suficiente o cuando las cuestiones planteadas resultaran insustanciales o carentes de trascendencia, o el recurso o la queja fuesen manifiestamente inadmisibles, supuestos en los que podrá omitir la vista al procurador general (...)".

14[14] BADENI, Gregorio, "Publicidad oficial y derecho a la información...", Op. Cit., p. 591.

15[15] CNE, Fallo N° 5053/2013, "Asociación por los Derechos Civiles y otros s/ acción de amparo c/ Estado Nacional", Sentencia del 06/08/2013.

normativa que recepte la relación armónica que debe existir entre la publicidad de los actos de gobierno, la libertad de expresión y la equidad electoral¹⁶[16].

Cuando se da un caso como el de Argentina, donde no existe una norma que reglamente la distribución de la publicidad oficial, se corre el riesgo de promover la corrupción dentro de los órganos del Estado, lo que redundaría en detrimento de la calidad democrática. La transparencia de la actividad gubernamental, es incrementada a través de la creación de un régimen legal que garantice la equidad y la razonabilidad en la asignación de la pauta estatal, lo que a su vez impacta beneficiando el derecho a la información.

La realidad descrita, impide asimismo que se establezcan parámetros objetivos que regulen la asignación publicitaria estatal en los medios de comunicación; situación que sin duda favorece a que la atribución de publicidad, pueda ser utilizada como castigo o recompensa sobre los órganos de prensa, en detrimento del derecho a la libertad de información.

La sanción de una ley es un paso imprescindible a fin de; a) evitar sospechas de favoritismos políticos, b) otorgar transparencia y control a la asignación de fondos públicos, c) asegurar el acceso igualitario a la información pública; y d) ejercer el control sobre quienes toman las decisiones de la afectación de sumas de dinero del erario público, destinado a tal publicidad.

En suma, deben ser considerados sus objetivos de mínima, los siguientes: 1) garantizar el principio republicano de publicidad de los actos de gobierno, para lo cual es necesario dar a conocer las políticas, los servicios y los programas gubernamentales; 2) asegurar el derecho fundamental en forma igualitaria de acceso a la información pública a toda la población; 3) promover la participación de la población; y 4) fomentar el ejercicio efectivo de los derechos y las obligaciones de la sociedad, que están garantizados en nuestras leyes.

3.a. Estándares mínimos que debe contener el marco regulatorio de la distribución de la publicidad oficial.

De la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación en la materia, surgen algunos criterios para la asignación de publicidad oficial; son básicamente los que se describen a continuación:

1. Distribución no discrecional.

Es imprescindible establecer un criterio de distribución que reduzca la discrecionalidad estatal, a efectos de reducir el favoritismo político.

¹⁶[16] Puede ampliarse de BASTERRA, Marcela I., "El rol de la publicidad oficial en el marco de las campañas electorales", LL 2013-F, p. 33.

Cabe destacar, que es necesario que los estándares de asignación no estén relacionados con la opinión expresada por los medios de comunicación en relación a los gobiernos de turno. Es decir, que no debe ser utilizada como una vía para ejercer presión sobre la prensa. No obstante, hoy en Argentina ocurre lo contrario, toda vez que se asigna la publicidad oficial con la finalidad de recompensar o castigar a los medios disidentes o afines.

En efecto, como consecuencia del desarrollo de la economía de los últimos años -que modificó significativamente las condiciones del mercado de los medios-, la pauta oficial se convirtió en una poderosa herramienta en manos del gobierno.

Esta situación no es sólo el caso de nuestro país; lamentablemente ocurre algo similar si hacemos un análisis comparativo con algunas de las democracias latinoamericanas, permanentes laboratorios de políticas que alternan modelos neoliberales y populistas, dejando en evidencia ante los ojos del mundo que quiera mirar que existe un ataque sistemático de algunos gobiernos "mayoritarios" a los medios de comunicación disidentes. En consonancia, se advierte un manejo arbitrario de la pauta oficial de publicidad que premia a los "amigos" y castiga a los "enemigos", así como una manifiesta impotencia por parte del Poder Judicial para hacer valer los principios del Estado constitucional, porque en algunos casos tampoco escapa al largo brazo del "gran hermano" que lo influncia, lo atemoriza y lo corrompe políticamente¹⁷[17].

2. Descentralización.

Este concepto es entendido como opuesto a concentración -esto significa que debe propiciarse el pluralismo informático y que no puede concentrarse toda la publicidad estatal "en las mismas o similares manos"-.

Para cumplir con esta premisa será imperioso asignar publicidad oficial a diversos medios de prensa, con el objeto de favorecer la pluralidad de voces; sólo así pueden ser respetadas las minorías, garantizando un debate libre, robusto y amplio indispensable en toda sociedad democrática. Para evitar la concentración de poder mediático, será necesario un marco legal con reglas claras y equilibradas.

En la mayoría de las democracias contemporáneas se encuentra la solución a este dilema a través de la adopción de un rol activo por parte del Estado, pero es justamente a la inversa de lo que ocurre en nuestras latitudes. Esto es, para proteger a sus ciudadanos en sus derechos y garantías fundamentales, como consecuencia de la dinámica del mercado mediático, sin

¹⁷[17] AMAYA, Jorge Alejandro, "Procesos políticos mayoritarios y libertad de expresión", LL, 10/07/2007, p. 1.

limitar a su vez el ejercicio de las mismas libertades y el libre desarrollo económico de las empresas de [medios](#)¹⁸[18].

Para evitar este tipo de concentraciones, sería recomendable que la distribución de pauta oficial no estuviera en cabeza de funcionarios políticos, debido a que éstos frecuentemente ponderan sus intereses personales; por lo que asignan la publicidad oficial con criterios basados en el favoritismo político, utilizándola como una herramienta para ejercer presión sobre los contenidos de las publicaciones efectuadas por los medios de prensa.

Quizá sea conveniente la creación de un órgano de control estatal presidido por alguien de la oposición o un funcionario de carrera, con especial versación en la materia. Por ejemplo como en Alemania¹⁹[19] el "*Bundeskartellamt*", equivalente a una "Oficina Federal Antimonopolio Mediático", que ejerce el control sobre las fusiones y concentraciones de los medios. Además, se encarga de realizar un control permanente ponderando la pluralidad de medios, así como la multiplicidad de las fuentes de información para la ciudadanía.

3. Leyes que reduzcan la discrecionalidad.

Tal como lo mencionáramos, la circunstancia de que no exista en nuestro país una ley que instituya parámetros objetivos que regulen la asignación de este tipo de publicidad, constituye un obstáculo casi insalvable al momento de establecer los mismos; de allí la importancia que revisten las sentencias que salvaguardan estos principios, como el caso en examen.

En algunos países europeos, rigurosas normas reglamentan la forma en que los fondos públicos deben repartirse en los medios de prensa, tanto gráficos como radiales, televisivos, digitales, etc., a fin de evitar una distribución desigual o que pueda afectar la libertad de expresión.

Es impostergable que el Poder Legislativo elabore un marco normativo apropiado para la distribución de los fondos gubernamentales destinados a la publicidad. *"Esas pautas se sostienen habitualmente como resulta del derecho comparado en lo que podría denominarse criterios positivos de asignación de recursos destinados a la publicidad oficial, ya que corresponde a la legislación elegir, determinar y ponderar los fines de conveniencia política, social y económica que entienda adecuado al órgano legislativo"*. *"En la elaboración de tales normas se puede constatar la elección de ciertas pautas objetivas tales como el costo de las tarifas, el ámbito de distribución del diario, el número de ejemplares distribuidos, el número de eventuales lectores, los sectores hacia los que van dirigidos los medios, el lenguaje en que son emitidos los mensajes, la eventual distribución de publicidad hacia medios que no reciben*

18[18] HUBER, Rudolf, "El Estado en el Mercado Mediático" en AAVV, "Reformas de medios electrónicos ¿avances o retrocesos?", Editado por UNAM -Instituto de Investigaciones Jurídicas- y Fundación Konrad Adenauer, México, 2007, p. 8.

19[19] Véase el caso alemán de HUBER, Rudolf, "El Estado en el Mercado...", *ibídem.* p. 3/9.

ingresos del mercado y la ponderación de los efectos que la asignación de la publicidad oficial puede tener en diversos sectores" (Considerado 6, disidencia del doctor Maqueda, en "Editorial Río Negro").

4. Reflexiones finales.

En la causa "Artear S.A" el Alto Tribunal extiende el alcance de los precedentes "Editorial Río Negro" y "Editorial Perfil" en los que el medio de comunicación era la prensa escrita, a los servicios de comunicación audiovisual sin hacer ningún tipo de distinción, aplicándole los mismos estándares.

Tal como lo expresa la Corte en esta sentencia, a diferencia de lo que ocurre en los Estados Unidos, recordemos que en nuestro país no rige la doctrina del *stare decisis*. Es decir, que los jueces no tienen la obligación de continuar la doctrina judicial de otros tribunales, aún de la propia Corte Suprema de Justicia de la Nación. Esta circunstancia agrava la situación descrita (inexistencia de un régimen legal), dado que la inobservancia de los precedentes configura un extremo inconveniente para la sociedad, redundando en detrimento del mínimo grado de seguridad jurídica que debe existir en todo Estado de derecho.

Sabido es que el alcance de estas decisiones en principio, sólo tiene efectos *inter partes* - otorgando soluciones en cada caso concreto-, lo que constituye una derivación lógica del sistema de control de constitucionalidad, adoptado en la Ley Fundamental de 1853/6020[20].

Sin embargo, ello coincide con Gil Domínguez²¹[21] cuando explica que en nuestro país la doctrina en relación a este tema está dividida, desarrollándose una larga discusión no concluida, entre aquellos autores que sostienen que la Corte Suprema de Justicia con distintas formas incorporó el principio del *stare decisis*, entre ellos- Bidart Campos²²[22], Bianchi²³[23] y Sagüés²⁴[24]; de aquellos autores que niegan esta incorporación como Garay y Toranzo²⁵[25], Legarreta²⁶[26] y Rivera -h²⁷[27]-.

20[20] BASTERRA, Marcela I., Derecho a la Información vs. Derecho a la Intimidad, Rubinzal-Culzoni editores, Santa Fe, 2012, p. 464.

21[21] GIL DOMINGUEZ, Andrés, "Libertad de expresión, publicidad oficial y *stare decisis* convencional -Comentario al fallo "Arte Radiotelevisivo Argentina" de la CSJN-", El Dial, 05/03/2014.

²²[22] BIDART CAMPOS, Germán J., Tratado elemental de derecho constitucional argentino, Tomo II-B, Ediar, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2004, p. 561.

23[23] BIANCHI, Alberto B, Control de constitucionalidad, Tomo I, Editorial Ábaco, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2002, p. 853 y ss.

No obstante ello y sin perjuicio de lo expuesto, entiendo que los criterios de asignación mencionados en este trabajo que surgen de la jurisprudencia del Máximo Tribunal deben ser considerados “estándares adquiridos”, a efectos de dotar al ordenamiento normativo del mayor nivel de certeza jurídica posible, evitando sentencias contradictorias que atentan contra principios básicos del sistema de derechos fundamentales.

Esto implica, como bien se ha pronunciado la Corte, que para que los jueces puedan apartarse válidamente de sus precedente, será ineludible el desarrollo de argumentos contundentes que justifiquen tal decisión. Hasta tanto el Congreso legisle sobre esta temática, estos criterios deberán ser los que rijan la asignación de la pauta oficial.

²⁴[24] SAGÜÉS, Néstor Pedro, “Eficacia vinculante o no vinculante de la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación”, *El derecho* 93-891.

²⁵[25] GARAY, Alberto F., y TORANZO Alejo., “Los efectos de las sentencias de la Corte Suprema de Justicia de la Nación”, *Jurisprudencia Argentina*, 2005-IV-1085. También ver Garay Alberto F., *La doctrina del precedente en la Corte Suprema*, Abeledo Perrot, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013.

²⁶[26] LEGARRE, Santiago, "La obligatoriedad horizontal de los fallos de la Corte Suprema y el *stare decisis*", *Jurisprudencia Argentina* 30 de octubre de 2013.

²⁷[27] LEGARRE, Santiago y RIVERA (h), Julio César, "La obligatoriedad de los fallos de la Corte Suprema de Justicia de la Nación desde la perspectiva de los tribunales inferiores", *Jurisprudencia Argentina* 2006-IV-1333 y "La obligatoriedad atenuada de los fallos de la Corte Suprema y el *stare decisis* vertical", *La Ley* 2009-E-820 y