

## **Propuestas de FOPEA acerca de la distribución de publicidad oficial**

1- Se recomienda realizar una auditoria profunda sobre la distribución de la publicidad oficial durante los últimos años a fin de determinar los montos asignados a cada empresa periodística y ver el peso de la PO en el monto total de publicidad de cada una de ellas.

2- El Poder Ejecutivo debería presentar las denuncias penales pertinentes si se encuentran desvíos de fondos.

3- Acerca de los indicadores a tener en cuenta para la distribución, la audiencia y su llegada a la población en cada distrito, debe ser uno de ellos pero no debe ser excluyente.

Sugerimos un sistema de puntaje que contemple otros variables a tener en cuenta y que tengan valoración positiva en la asignación de PO:

- Las empresas de medios que reciban pauta oficial deberán tener a sus empleados en blanco y deberán cumplir con todas las obligaciones de la normativa laboral correspondiente al desempeño periodístico. También deben cumplir con las obligaciones fiscales. En este sentido se recomienda la implementación de alguna herramienta directa por la cual los trabajadores puedan denunciar el incumplimiento de esas responsabilidades por parte de los empresarios. Con la simple demostración de que en el recibo de sueldo figuran los descuentos pero en la AFIP o la Anses no aparecen los aportes, permite trabar la pauta para ese medio.
- Estar registrados como empresas periodística con la normativa en regla para ser beneficiario de PO.
- Se recomienda tomar en cuenta la cantidad de personal demostrable y ajustada a la legalidad correspondiente que tengan los medios.

- Aquellos medios que por pequeños que sean, ayudan a representar la pluralidad de voces que pudieran estar silenciadas en los medios de mayor presencia también serán destinatarios de publicidad oficial.
- Los emprendimientos periodísticos que se desempeñen en lugares donde su presencia es central para la construcción de soberanía, identidad y ciudadanía, como por ejemplo las fronteras del país, serán reconocidos con puntaje para obtener este beneficio. Igualmente que aquellos que cumplan una función social clara y reconocida en una determinada comunidad.
- La existencia de Códigos de Ética en cada medio suma para obtener pauta oficial.

La designación de un Defensor de la Audiencia o del Lector, sostenido por la empresa periodística dentro de su propia estructura pero con total autonomía.

La aplicación demostrable de la Cláusula de Conciencia y la libertad de los periodistas a no realizar ningún trabajo que contradiga sus principios o su ideología es materia beneficiosa para esto.

### **Otras recomendaciones de calidad de FOPEA en función de la distribución de la publicidad oficial**

- 1- La existencia de espacios fijos y destacados para la opinión de la audiencia, como también para las organizaciones de la sociedad civil que trabajen en función del bien público también serán considerados elementos beneficiosos para obtener publicidad oficial.
- 2- Aquellos medios que tengan como prácticas de calidad la identificación de las fuentes periodísticas, el no abuso de las citas off the record, el reconocimiento de los descubrimientos de otros medios, el buen uso del idioma, la construcción de ciudadanía y



democracia a través de sus espacios, la utilización de fuentes documentales, el desarrollo de nuevas técnicas de producción periodística, el tratamiento respetuoso de la información, la no manipulación de los derechos de las víctimas de las más diversas situaciones, son algunos elementos que ayudan a puntuar para ese objetivo.

3- Una clara política de división de las posiciones editoriales con la información pura y de la política comercial con el resultado del trabajo periodístico, también serán mejor conceptuadas para recibir pauta estatal.

4- Aquellos medios que en sus investigaciones y denuncias le dan la posibilidad al acusado de dar su versión de los hechos también recibirán un mejor puntaje. En el caso de que esa persona se niegue a hablar con el medio, hay que referenciarlo en la nota.

5- Para mejorar la calidad de la información que se brinda a la sociedad es fundamental que los medios potencien la capacitación de sus periodistas. Aquellas empresas periodísticas que les brinden todas las herramientas y recursos que los periodistas necesitan para tener una mejor capacitación serán más reconocidas en la distribución de la publicidad del Estado. Lo mismo que aquellas compañías que distingan con algún tipo de reconocimiento a los periodistas que reciban algún tipo de graduación académica o premio a su trabajo profesional.

6- Aquellos medios que utilicen los recursos de Acceso a la Información Pública, apoyen su desarrollo y le enseñen a la audiencia sobre cómo hacer sus presentaciones ante el organismo que corresponda para alcanzar ese derecho, serán también mas proclives a recibir pauta oficial.



7- La política de corrección y prevención de errores, con la posibilidad de brindar el derecho a réplica, y subsanar rápidamente y con espacio suficiente y destacado para las aclaraciones pertinentes también ayuda al medio a computar para la obtención de publicidad del Estado.

8- Los ciudadanos deben conocer la verdadera propiedad de los medios y por ello las empresas periodísticas transparenten lo máximo posible quienes son sus accionistas, serán más favorecidas por la publicidad pública.

9- El deber social de la empresa periodística es una condición central. Por eso aquellas compañías que tengan prácticas de responsabilidad empresaria demostrable en beneficio de la sociedad serán plausibles de recibir una cuota mayor de pauta oficial.

10- La diversificación de contenidos, con la llegada de mayor cantidad de voces y propuestas será también un dato evaluable en forma positiva.

11- Aquellos medios que realicen actividades o campañas en conjunto con entidades del Estado, entidades educativas de los más diversos ámbitos, en beneficio de la convivencia democrática del país y del mejoramiento de la calidad de vida de sus ciudadanos, serán destinatarios de mayor publicidad del Estado.

12- El trabajo conjunto y equitativo con medios de otros lugares del país y del mundo, atendiendo las realidades y problemáticas regionales, sirve para posicionarse en este objetivo.

**Información Contextual:**

- **Compromiso de Calidad FOPEA:** <http://www.fopea.org/etica-y-calidad/compromiso-de-calidad/>
- **Código de Ética de FOPEA:** <http://www.fopea.org/etica-y-calidad/codigo-de-etica-de-fopea/>