



G O B I E R N O D E L A C I U D A D D E B U E N O S A I R E S
"1983-2023. 40 Años de Democracia"

Resolución

Número:

Buenos Aires,

Referencia: Resolución en EX-2023-13291105- -GCABA-OGDAI

VISTO:

La Ley N°104 (t.c. Ley N°6.588), los Decretos N°260/17, N°427/17, N°13/18, N°220/22, N° 42/23, y los expedientes electrónicos EX-2023-05771002-GCABA-DGSOCAI, EX-2023-05772853-GCABA-DGSOCAI y EX-2023-13291105- -GCABA-OGDAI; y

CONSIDERANDO:

Que en el expediente EX-2023-13291105-GCABA-OGDAI tramita un reclamo de acceso a la información pública interpuesto el día 3 de abril de 2023 contra la Dirección General Comunicación de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (artículo 32 de la Ley N° 104);

Que el Órgano Garante del Derecho de Acceso a la Información tiene entre sus atribuciones, la de recibir y resolver los reclamos que ante él se interpongan. Podrán interponer reclamos aquellas personas que hayan realizado un pedido de información pública y que no hayan recibido respuesta en plazo o, habiéndola recibido, la consideren insuficiente (artículos 12, 13, 26 incisos a, c, d y f, y artículo 32 de la Ley N°104);

Que el 1 de febrero de 2023, una organización de la sociedad civil solicitó información sobre el público objetivo de cada una de las campañas publicitarias pautadas en redes sociales por parte de cualquier organismo del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (incluyendo a sus organismos autárquicos o descentralizados) durante los años 2018, 2019, 2020 y 2021. Solicitó que se identifique 1) la empresa proveedora, 2) la red social de que se trate y 3) todos los criterios de segmentación que se utilizaron para definir a la población destinataria respecto de cada campaña;

Que a raíz de la referida solicitud de acceso a la información pública, la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 104 dio trámite a dos expedientes de forma simultánea: el expediente EX-2023-05771002-GCABA-DGSOCAI ante la Subsecretaría Comunicación Social de la Secretaría de Medios de la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y el expediente EX-2023-05772853-GCABA-DGSOCAI ante la Dirección General Comunicación, dependiente de la Secretaría de Comunicación Contenidos y Participación Ciudadana del Área Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires;

Que en el expediente EX-2023-05771002-GCABA-DGSOCAI, la Subsecretaría de Comunicación Social contestó el día 10 de marzo de 2023. Señaló que esa subsecretaría ya dio respuesta a los puntos 1 y 2 de la solicitud mediante informes IF-2021-38977662-GCABA-SSCS, IF-2021-38976447-GCABA-SSCS y nota NO-

2022-20534838-GCABA-SSCS, en el marco de otro expediente de solicitud de acceso a información. Sostuvo que lo solicitado guarda similitud sustancial con la solicitud que dio lugar a las actuaciones judiciales en trámite ante el Juzgado de 1ra. Instancia en lo Contencioso Administrativo y Tributario N°14 - Secretaría N°28 en autos caratulados: “ASOCIACIÓN CIVIL POR LA IGUALDAD Y LA JUSTICIA CONTRA GCBA SOBRE ACCESO A LA INFORMACIÓN (INCLUYE LEY 104 Y AMBIENTAL)” (CUIJ: CAD J-01-00120484-6/2022-0 -);

Que de los informes IF-2021-38977662-GCABA-SSCS, IF-2021-38976447-GCABA-SSCS y la nota NO-2022-20534838-GCABA-SSCS se desprende un listado que incluye los siguientes criterios: campaña publicitaria; medio; tipo de anuncio; fecha de inicio; y fecha de finalización;

Que en relación al expediente EX-2023-05772853-GCABA-DGSOCAI, la Dirección General Comunicación respondió a la solicitud mediante informe IF-2023-10465439-GCABA-DGCOMUNI el día 13 de marzo de 2023. Sostuvo respecto al punto c de la solicitud, que las campañas de comunicación y publicidad son planificadas e implementadas a través plataformas, canales y herramientas digitales; que los criterios de segmentación utilizados para conformar la audiencia son de índole objetivo (edad, sexo, lugar de residencia, y de intereses de los vecinos, como por ejemplo: educación, deportes, ciencia, entretenimiento, cultura, salud, mascotas, tecnología empleo, etc); y que la segmentación se lleva a cabo a través de algoritmos utilizados por cada una de las plataformas digitales mediante las cuales se implementan las campañas;

Que, el 3 de abril de 2023, la organización de la sociedad civil interpuso un reclamo ante el Órgano Garante, por considerar insatisfecha su solicitud (artículo 32 de la Ley N° 104);

Que este Órgano Garante dio traslado del reclamo a los sujetos obligados para su consideración (artículo 6 del Anexo I de la RESOL-2023-19-OGDAI);

Que, el día 21 de abril de 2023, la Dirección General Comunicación procedió a formular su descargo en nota NO-2023-15803860-GCABA-DGCOMUNI. Explicó que no lleva un registro y/o archivo de cada una de las decisiones de segmentación de cada una de las campañas de comunicación que fueron difundidas puesto que las estrategias o decisiones específicas de cada segmentación utilizada para cada campaña, resultan del análisis y evaluaciones subjetivas vinculadas a la coyuntura del momento y a la dinámica de trabajo de los equipos en las redes sociales. Informó que, en el entendimiento de la importancia que reviste cumplimentar con los preceptos estipulados en la Ley N° 104, aquella repartición se ha dispuesto a trabajar en la reconstrucción de los criterios iniciales de segmentación de las campañas informadas oportunamente, tarea de gran volumen que apela a la experiencia y memoria ejecutiva del equipo técnico. Por tal razón, propuso la entrega de un cuadro con la información solicitada el día 23 de mayo de 2023, de acuerdo a lo establecido en el artículo 10 del Anexo de la Resolución N° 19/OGDAI/23;

Que, el mismo día, la Subsecretaría de Comunicación Social emitió su descargo en la nota NO-2023-15820894-GCABA-SSCS, donde informó que la información sobre el público objetivo aplicado a las campañas publicitarias pautadas en redes sociales durante los años 2018 a 2021 será brindada por la Dirección General de Comunicación, conforme fue informado por aquella en la ya referida nota NO-2023-15803860-GCABA-DGCOMUNI;

Que este Órgano Garante presume la legitimidad de los actos administrativos. El órgano carece de facultades de investigación dirigidas a desconocer la veracidad de la información provista por el sujeto obligado. Por ello, la revisión en esta instancia se limita a analizar el cumplimiento de la obligación de brindar información congruente con la pregunta planteada y sin vicios aparentes (artículo 12 de la Ley de Procedimientos Administrativos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires);

Que si bien la información solicitada no existe, conforme lo informó el sujeto obligado, corresponde señalar

que el registro de los criterios de segmentación constituye una buena práctica en transparencia toda vez que se trata de información de marcado interés público. Ello así pues la publicidad oficial es una herramienta de gobierno que podría incidir directa o indirectamente en la formación de opinión pública y en la determinación de la agenda de asuntos públicos relevantes;

Que los estándares normativos internacionales acompañan esta postura. Así, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha sostenido en “Principios sobre Regulación de la Publicidad Oficial y Libertad de Expresión” (2011) que “66. Toda la información sobre publicidad oficial que se encuentre en poder del Estado es información pública. [...] 71. Deben ser públicos todos los datos que respondan al cuánto, al qué, al cómo y al por qué se realizó cualquier aviso o campaña estatal. Así, deberían transparentarse [...] los planes estratégicos de las campañas publicitarias que deben fundarse en objetivos y necesidades reales de comunicación. [...]”;

Que en línea con las consideraciones precedentes, este Órgano Garante considera una muestra de buena fe del sujeto obligado el esfuerzo de reconstruir la información solicitada en base a los elementos con los que cuenta, en miras a satisfacer los intereses de la reclamante;

Que conforme surge del informe IF-2023-16226737-GCABA-OGDAI, la organización de la sociedad civil prestó conformidad con la fecha cierta de entrega propuesta por la Dirección General Comunicación, fijada para el día 23 de mayo de 2023;

Que, sin perjuicio de ello, este Órgano Garante se reserva la posibilidad de emitir una resolución de incumplimiento total o parcial contra el sujeto obligado en caso de no verificarse la entrega parcial o total de la información en los términos acordados;

Por ello, en ejercicio de las facultades conferidas por los artículos 26, 34 y 35 de la Ley N°104,

LA TITULAR DEL ÓRGANO GARANTE DEL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN

RESUELVE

Artículo 1º.- Dar por finalizado el trámite del reclamo interpuesto en los términos del artículo 32 de la Ley N°104 contra la Subsecretaría de Comunicación Social, con relación los puntos “a” y “b” de lo solicitado, en razón de haber devenido ABSTRACTO su objeto a causa de la satisfacción íntegra de la pretensión durante la tramitación en esta instancia, de conformidad con los artículos 4 y 5 de la Ley N°104.

Artículo 2º. - HACER LUGAR al ACUERDO de partes mediante el cual la Dirección General Comunicación del Área Jefe de Gobierno se compromete a cumplir con la entrega de la información requerida en el punto “c” de la solicitud el día 23 de mayo de 2023 y ORDENAR al sujeto obligado la oportuna notificación fehaciente a este Órgano Garante de su cumplimiento.

Artículo 3º.- Notifíquese lo resuelto a la parte interesada. La presente resolución agota la vía administrativa (en los términos de los artículos 60 y 61 de la Ley de Procedimientos Administrativos de la CABA). Publíquese en el Boletín Oficial de la CABA y comuníquese a la Dirección General Comunicación, a la Subsecretaría de Comunicación Social, a la Dirección General de Seguimiento de Organismos de Control y Acceso a la Información Pública, en su carácter de autoridad de aplicación, a la Dirección General de Asuntos Jurídicos y Recursos Humanos, y a la Jefatura de Gabinete de Ministros. Cumplido, archívese.

