CÁMARA DE DIPUTADOS
MESA DE MOVIMIENTO
13 OCT 2026
Recibido 8:23 Hs.
Exp. Nº 60175 C.D.

CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE SANTA FE

PROYECTO DE LEY

"LEY DE INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DIGITAL"

Prevención del uso de recursos públicos para manipulación digital, cuentas coordinadas y promoción política encubierta

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE SANTA FE SANCIONA CON FUERZA DE LEY:

CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto. La presente ley tiene por objeto garantizar la integridad, la transparencia, la neutralidad, la trazabilidad y la finalidad de interés público de las comunicaciones digitales realizadas, financiadas, contratadas o promovidas por el Estado Provincial.

Asimismo, tiene por finalidad prevenir el uso de recursos públicos, contratos estatales, estructuras de comunicación institucional o servicios de terceros destinados a manipular artificialmente la conversación pública; generar apoyo político ficticio a funcionarios, partidos o gobiernos; desacreditar, hostigar o perseguir a personas por sus opiniones políticas; promover tendencias artificiales en redes sociales; utilizar cuentas falsas, automatizadas o coordinadas para intervenir en debates públicos; o realizar campañas políticas encubiertas bajo la apariencia de comunicación institucional.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación. Las disposiciones de esta ley son aplicables a la Administración Pública Provincial centralizada y descentralizada, a los organismos autárquicos, a las empresas y sociedades del Estado Provincial, a los entes públicos y a cualquier persona jurídica que administre, ejecute o reciba fondos públicos provinciales destinados a comunicación institucional.

Los Poderes Legislativo y Judicial, el Ministerio Público y los demás órganos con autonomía reconocida por la Constitución Provincial aplicarán esta ley mediante sus propios reglamentos y normas de organización, a cuyo efecto se los invita a adherir.

Los municipios y comunas podrán adherir a la presente ley en ejercicio de su autonomía.

Artículo 3.- Definición de comunicación pública digital. A los efectos de esta ley, se entiende por comunicación pública digital toda actividad realizada mediante redes sociales, plataformas digitales, sitios web, aplicaciones, servicios de mensajería, plataformas audiovisuales, buscadores o cualquier tecnología presente o futura, cuando sea financiada total o parcialmente con recursos públicos.

Quedan comprendidos, los servicios de estrategia digital, community management, producción de contenidos, publicidad digital, posicionamiento, monitoreo, análisis de redes, gestión de comunidades y cualquier servicio relacionado.

Asimismo, a los efectos de esta ley se entiende por:

a) **Cuenta oficial:** el perfil, canal o cuenta de una plataforma digital utilizado para la comunicación institucional de un organismo alcanzado por esta ley;

b) **Comportamiento inauténtico coordinado:** el uso deliberado, organizado y no revelado de cuentas ficticias, suplantadas, automatizadas o coordinadas entre sí para simular apoyo, rechazo, pluralidad de opiniones o participación ciudadana que no existe;

c) **Beneficiario final:** la persona humana que, en última instancia, posee o controla, directa o indirectamente, a la persona jurídica, conforme a la definición establecida por la normativa nacional vigente en la materia.

CAPÍTULO II
PROHIBICIONES

Artículo 4.- Prohibición de estructuras digitales de manipulación. Queda prohibida la contratación, utilización, financiación o promoción, directa o indirecta, por parte de los sujetos comprendidos en esta ley, de servicios destinados a implementar operaciones coordinadas de manipulación de la conversación pública.

Se consideran comprendidas aquellas acciones que tengan por finalidad generar artificialmente la apariencia de apoyo, rechazo, consenso, popularidad o tendencia respecto de funcionarios, partidos políticos, candidatos, gobiernos o políticas públicas.

Artículo 5.- Cuentas falsas y automatización. Los recursos públicos no pueden destinarse a crear, adquirir, administrar o contratar cuentas ficticias destinadas a intervenir artificialmente en debates políticos; redes coordinadas de cuentas cuyo objetivo sea simular pluralidad de opiniones; sistemas automatizados destinados a publicar, replicar, comentar, compartir o amplificar contenidos políticos; servicios destinados a generar seguidores, interacciones, comentarios o tendencias artificiales; ni cualquier mecanismo equivalente que, mediante medios tecnológicos, produzca una apariencia engañosa de participación ciudadana.

Artículo 6.- Prohibición de campañas de hostigamiento. En las campañas de comunicación institucional no puede utilizarse, directa o indirectamente, recursos públicos para contratar o financiar campañas digitales destinadas a hostigar a periodistas; perseguir o intimidar a ciudadanos; desacreditar, mediante campañas encubiertas o coordinadas, a opositores políticos, periodistas o ciudadanos por sus opiniones políticas; identificar o exponer personas por sus opiniones políticas; promover campañas coordinadas de insulto, intimidación o descalificación personal; o generar artificialmente denuncias, ataques o controversias contra personas o instituciones.

Nada de lo dispuesto en este artículo limita la crítica ni la defensa pública de la gestión que realicen funcionarios, partidos políticos o ciudadanos por medios propios e identificados.

CAPÍTULO III
CONTRATACIONES

Artículo 7.- Requisitos especiales para proveedores de comunicación digital. Las empresas, agencias, consultoras, sociedades o personas jurídicas que pretendan contratar con el Estado Provincial servicios comprendidos en la presente ley deben presentar, además de los requisitos establecidos por la legislación vigente:

a) La identificación de las personas responsables de la prestación;

b) Una descripción detallada de los servicios ofrecidos;

c) Una declaración jurada relativa a la utilización de bots, inteligencia artificial, automatización, sistemas algorítmicos y cuentas coordinadas;

d) La identificación de las plataformas digitales que serán utilizadas;

e) Una declaración sobre la existencia de contratos vigentes con partidos políticos, candidatos, agrupaciones políticas o alianzas electorales, cuando pudieran guardar relación con el objeto de la contratación;

f) Los antecedentes de contrataciones similares realizadas con organismos públicos;

g) La Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones prevista en el artículo siguiente.

La información prevista en este artículo y en el artículo siguiente es exigida por una única vez, y debe actualizarse conforme al artículo 26 de la Ley Nº 14.256, y su publicidad se limita a lo estrictamente necesario para el control de la contratación, en resguardo de los datos personales.

Artículo 8.- Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones. Toda empresa, agencia, consultora, sociedad o persona jurídica que

pretenda contratar, directa o indirectamente, servicios comprendidos en la presente ley con el Estado Provincial debe presentar, con carácter previo a su contratación, una Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones.

La declaración debe identificar, como mínimo:

a) Los socios, accionistas, integrantes de los órganos de administración y dirección, representantes legales, apoderados y beneficiarios finales de la persona jurídica;

b) Toda participación societaria, económica, administrativa o de control, directa o indirecta, que posean las personas identificadas en el inciso anterior en otras sociedades o empresas;

c) La existencia de vínculos societarios, comerciales, profesionales o económicos con funcionarios o autoridades del Poder Ejecutivo Provincial que puedan guardar relación con la contratación;

d) La existencia de participación directa o indirecta, control, administración, representación, titularidad accionaria o cualquier otro interés económico de ministros, secretarios, subsecretarios, titulares de organismos, autoridades superiores o responsables de áreas del Poder Ejecutivo Provincial designados por el Gobernador, dentro de la empresa contratante o de sus sociedades vinculadas. A tal efecto, la autoridad de aplicación cotejará esta información con las declaraciones de intereses presentadas por los funcionarios conforme al artículo 4 bis de la Ley Nº 13.230, incorporado por el artículo 30 de la presente;

e) Cualquier otra circunstancia que pueda configurar un conflicto de intereses real, potencial o aparente respecto de la contratación.

La obligación de declarar subsiste durante toda la vigencia de la relación contractual. Cualquier modificación de la información declarada debe ser informada dentro de los diez (10) días hábiles de producido el cambio.

Artículo 9.- Veracidad y control de la declaración. La presentación de la Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones constituirá requisito indispensable para la contratación.

La falsedad, omisión, ocultamiento o adulteración deliberada de información será considerada infracción grave a los efectos del régimen sancionatorio establecido por la presente ley, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles o penales que pudieran corresponder.

La autoridad de aplicación puede verificar la información declarada mediante registros públicos y demás fuentes de información legalmente disponibles.

Artículo 10.- Prohibición de contratación por conflicto de intereses. No se puede contratar servicios comprendidos en la presente ley con el Estado Provincial aquellas empresas, agencias, consultoras, sociedades o personas jurídicas que:

a) Ejecuten simultáneamente campañas electorales para candidatos, partidos, agrupaciones o alianzas políticas y pretendan realizar comunicación institucional relacionada con la misma jurisdicción, cuando dicha circunstancia comprometa la independencia, imparcialidad o finalidad institucional de la contratación;

b) Administren estructuras digitales destinadas a campañas políticas y, al mismo tiempo, gestionen cuentas institucionales del organismo contratante, cuando exista incompatibilidad entre ambas actividades;

c) Mantengan intereses económicos incompatibles con el objeto o finalidad de la contratación;

d) Oculten deliberadamente su estructura societaria, beneficiarios finales, vinculaciones o conflictos de intereses;

e) Se encuentren alcanzadas por una inhabilitación vigente dispuesta conforme a la presente ley o al artículo 141 de la Ley Nº 12.510.

Artículo 11.- Trazabilidad contractual. Todo contrato celebrado por organismos públicos para servicios de comunicación digital debe identificar expresamente:

a) El objeto;

b) El monto;

c) El plazo;

d) El proveedor;

e) Los responsables de la prestación;

f) Las plataformas utilizadas;

g) Las campañas ejecutadas;

h) Los criterios de segmentación utilizados;

i) La cantidad de piezas producidas;

j) La inversión publicitaria;

k) Las métricas obtenidas;

l) Las cuentas institucionales involucradas.

La información debe encontrarse disponible en formato abierto y reutilizable, sin perjuicio de las limitaciones expresamente establecidas por la legislación vigente en materia de protección de datos personales, información reservada o confidencial.

CAPÍTULO IV
INTELIGENCIA ARTIFICIAL, BOTS Y AUTOMATIZACIÓN

Artículo 12.- Transparencia algorítmica. Toda contratación pública que incluya la utilización de inteligencia artificial, automatización o herramientas algorítmicas para producir o distribuir comunicación debe declarar expresamente la utilización de dichas herramientas, su finalidad, el tipo de contenido producido, los mecanismos de supervisión humana y las plataformas en las que serán implementadas.

Ello sin perjuicio de la intervención previa de la Unidad de Gestión en materia de Innovación Pública y Tecnología prevista en el artículo 7

de la Ley Nº 14.256 y de la exigencia de sistemas algorítmicos transparentes y auditables establecida por el artículo 29 de la Constitución Provincial.

Artículo 13.- Prohibición de suplantación de participación ciudadana. Queda prohibido utilizar inteligencia artificial, bots u otros sistemas automatizados para generar contenidos que aparenten provenir de ciudadanos independientes cuando, en realidad, hayan sido producidos, encargados o financiados por organismos públicos o contratistas del Estado en el marco de una contratación pública.

CAPÍTULO V
PUBLICIDAD OFICIAL

Artículo 14.- Finalidad de la publicidad oficial. La comunicación institucional financiada con recursos públicos deberá perseguir fines de interés público, tales como informar, educar, prevenir, orientar a la población, difundir servicios públicos o comunicar políticas, programas y acciones estatales.

No puede utilizarse para favorecer electoralmente a funcionarios, partidos políticos, agrupaciones o candidatos.

Artículo 15.- Prohibición de propaganda política encubierta. Queda prohibida la utilización de campañas de comunicación institucional financiadas con recursos públicos para posicionar electoralmente funcionarios o candidatos, promover partidos o agrupaciones políticas, instalar consignas electorales, atacar adversarios políticos o desarrollar propaganda política bajo apariencia de comunicación institucional, conforme al artículo 18 de la Ley Nº 13.230 y sin perjuicio del artículo 35 de la presente.

CAPÍTULO VI
PROGRAMA DE PASANTÍAS EDUCATIVAS

Artículo 16.- Programa de Pasantías Educativas. En las contrataciones de servicios de comunicación pública digital comprendidas en la presente ley, los pliegos incorporarán como condición de ejecución un programa de pasantías educativas, conforme a la Ley nacional Nº 26.427 y a su reglamentación

provincial, mediante convenios con instituciones educativas reconocidas.

A tal efecto, debe procurarse que entre un diez por ciento (10 %) y un veinte por ciento (20 %) de las tareas, horas o unidades de prestación que por su naturaleza resulten aptas para una finalidad formativa sean desarrolladas en el marco de dichas pasantías.

La determinación del porcentaje aplicable dentro del rango establecido debe atender a la naturaleza, complejidad, duración y volumen de los servicios contratados, procurando alcanzar el máximo porcentaje posible cuando las características de la contratación lo permitan.

Quedan comprendidas, entre otras, las carreras de comunicación, periodismo, publicidad, diseño gráfico, diseño audiovisual, producción audiovisual, informática, programación, diseño de experiencia de usuario e interfaz de usuario, marketing y demás disciplinas relacionadas con los servicios contratados.

La incorporación de pasantes debe realizarse mediante convenios con universidades, institutos terciarios u otras instituciones educativas oficialmente reconocidas y debe contar con la supervisión de profesionales con formación y experiencia acordes con las tareas asignadas.

Las pasantías deben poseer objetivos formativos determinados, duración limitada, supervisión adecuada y una contraprestación económica acorde con las actividades desarrolladas, conforme a la Ley nacional Nº 26.427.

En ningún caso puede utilizarse las pasantías educativas previstas en este artículo para sustituir puestos de trabajo permanentes, cubrir funciones estructurales de la Administración Pública ni eludir obligaciones laborales, previsionales o de la seguridad social.

Los pasantes no pueden ser titulares ni administradores de credenciales de cuentas oficiales.

Artículo 17.- Igualdad y transparencia en las pasantías educativas. La asignación de pasantías debe realizarse conforme a criterios objetivos, transparentes y no discriminatorios y procurar la participación de estudiantes pertenecientes a distintas instituciones educativas de la Provincia.

La autoridad de aplicación debe publicar anualmente, en formato abierto y de libre acceso, como mínimo:

a) La cantidad de pasantías realizadas;

b) Las áreas y disciplinas en las que fueron desarrolladas;

c) Las instituciones educativas participantes;

d) Los organismos y proveedores intervinientes;

e) Los recursos públicos destinados a su implementación.

CAPÍTULO VII
REGISTRO PROVINCIAL DE CONTRATACIONES DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DIGITAL

Artículo 18.- Registro Público. Créase, en el ámbito de la Unidad Rectora Central del Subsistema de Administración de Bienes y Servicios (Ley Nº 12.510), el Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital, de acceso público, gratuito y en formato abierto, que incluye todas las contrataciones comprendidas en esta ley cualquiera sea el procedimiento de selección utilizado, incluidas las contrataciones directas y las de excepción, y que interoperará con el Registro Único de Proveedores y Contratistas de la Provincia y con el Registro de Medios de Comunicación, Agencias de Publicidad y Productoras de Contenidos.

El Registro debe contener, como mínimo:

a) La identificación del organismo contratante;

b) La identificación del proveedor;

c) El monto, objeto y duración del contrato;

d) El procedimiento de contratación utilizado;

e) Los responsables de la contratación y de la prestación;

f) Las plataformas utilizadas;

g) Las campañas realizadas;

h) La inversión en publicidad digital;

i) Los informes de resultados;

j) Las Declaraciones Juradas de Intereses y Vinculaciones, con las limitaciones que correspondan conforme a la normativa sobre protección de datos personales;

k) La identificación de los beneficiarios finales de las empresas contratadas;

l) Las sanciones e inhabilitaciones firmes impuestas conforme a la presente ley.

Artículo 19.- Publicidad de beneficiarios finales. Las contrataciones comprendidas en la presente ley deben identificar a las personas humanas que revistan la condición de beneficiarios finales de las empresas, sociedades o personas jurídicas contratadas, conforme a la definición establecida por la normativa vigente.

La información debe permanecer actualizada durante toda la vigencia del contrato.

CAPÍTULO VIII
CONTROL, RESPONSABILIDAD Y SANCIONES

Artículo 20.- Auditoría y control. La autoridad de aplicación debe realizar auditorías periódicas sobre las contrataciones comprendidas en la presente ley.

A tales efectos puede requerir información al proveedor, al organismo contratante y, dentro del marco legal correspondiente, a las plataformas digitales involucradas, así como verificar la información declarada mediante registros públicos y otras fuentes legalmente disponibles.

Artículo 21.- Denuncias ciudadanas. Toda persona puede denunciar ante la autoridad de aplicación la existencia de una

contratación, campaña, servicio o conducta que presuntamente infrinja las disposiciones de esta ley.

Las denuncias deben poder realizarse mediante una plataforma digital gratuita, accesible y de fácil utilización.

La reglamentación establece mecanismos que garanticen la recepción, registro, análisis y tramitación de las denuncias.

Artículo 22.- Responsabilidad. El incumplimiento de las disposiciones de la presente ley da lugar, según la naturaleza y gravedad de la conducta, a las sanciones establecidas en este capítulo, sin perjuicio de la responsabilidad patrimonial que pudiera corresponder, de la comunicación al Tribunal de Cuentas, de la intervención de la autoridad competente en materia de ética pública, de las sanciones previstas en el artículo 15 de la Ley Nº 13.230 para los funcionarios responsables, y de las demás responsabilidades administrativas, civiles o penales que pudieran resultar aplicables.

Artículo 23.- Inhabilitación por infracciones graves. Las empresas, agencias, consultoras, sociedades o personas jurídicas que incurran en infracciones graves a las prohibiciones establecidas por la presente ley serán sancionadas con inhabilitación para contratar servicios comprendidos en esta ley con el Estado Provincial por un plazo no inferior a ocho (8) ni superior a quince (15) años, sin perjuicio de la baja del Registro Único de Proveedores y Contratistas de la Provincia en los casos de fraude o delitos contra la Administración Pública, conforme a su régimen específico.

La extensión de la sanción dentro de dicho plazo se determinará atendiendo a la gravedad de la conducta, el perjuicio ocasionado, la existencia de reincidencia, el beneficio obtenido, el grado de responsabilidad o la utilización de estructuras destinadas a eludir la presente ley.

Las infracciones que no revistan el carácter de graves se rigen por el régimen general de sanciones del Registro Único de Proveedores y Contratistas de la Provincia.

Son consideradas especialmente infracciones graves:

a) La presentación deliberada de declaraciones juradas falsas, incompletas o adulteradas;

b) El ocultamiento deliberado de la identidad de beneficiarios finales, socios, accionistas, administradores o personas que ejerzan control directo o indirecto sobre la empresa;

c) El ocultamiento de la participación, vinculación o interés económico de funcionarios o autoridades alcanzados por la presente ley;

d) La utilización de sociedades, personas jurídicas, personas interpuestas, intermediarios o estructuras contractuales destinadas a eludir las prohibiciones, controles o sanciones establecidos por esta ley;

e) La contratación, financiación, ejecución o provisión deliberada de cualquiera de los servicios o mecanismos expresamente prohibidos por la presente ley;

f) La utilización de recursos públicos para financiar estructuras destinadas a manipular artificialmente la conversación pública, generar participación ciudadana ficticia, realizar campañas de hostigamiento o desarrollar propaganda política encubierta.

La aplicación de la sanción deberá respetar el debido procedimiento administrativo y garantizar el derecho de defensa del presunto infractor.

Artículo 24.- Alcance de la inhabilitación. La inhabilitación alcanza a la persona jurídica sancionada y, en los términos de la reglamentación del artículo 142 de la Ley Nº 12.510, a los integrantes de sus órganos de administración y fiscalización.

Cuando, mediante el procedimiento correspondiente, se determine que otra sociedad, empresa, persona interpuesta o estructura jurídica ha sido creada, utilizada, controlada o interpuesta con el propósito de eludir las prohibiciones o sanciones previstas en la presente ley, la inhabilitación podrá extenderse a dicha entidad.

Durante el período de inhabilitación, la persona jurídica sancionada no puede participar, directa ni indirectamente, en procedimientos de

contratación, concursos, licitaciones, convenios, órdenes de compra ni cualquier otra modalidad destinada a la contratación de servicios comprendidos en la presente ley con organismos del Estado Provincial.

La sanción firme debe incorporarse al Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital e indicar, como mínimo, la persona jurídica sancionada, la infracción constatada, la fecha del acto administrativo que impuso la sanción y el plazo de inhabilitación.

La reglamentación establece el procedimiento para la imposición, extensión, registración y cumplimiento de las inhabilitaciones previstas en este capítulo.

Artículo 25.- Nulidad. Son nulos los actos administrativos y contratos que tengan como objeto manifiesto o encubierto la utilización de recursos públicos para financiar operaciones de manipulación digital expresamente prohibidas por la presente ley, sin perjuicio de los derechos de terceros de buena fe, de la responsabilidad solidaria de las firmas contratantes prevista en el artículo 8 de la Ley Nº 13.230, y de las demás responsabilidades y sanciones que correspondan.

CAPÍTULO IX
MODIFICACIONES A LA LEGISLACIÓN VIGENTE

Artículo 26.- Ley Nº 12.510: impedimentos para contratar. Incorpórase al artículo 141 de la Ley Nº 12.510 de Administración, Eficiencia y Control del Estado, a continuación del último inciso vigente, el siguiente inciso:

"...) Las personas humanas o jurídicas alcanzadas por una inhabilitación firme y vigente dispuesta conforme a la Ley Nº ..... de Integridad y Transparencia de la Comunicación Pública Digital, incluidas aquellas a las que dicha inhabilitación se hubiere extendido en los términos de su artículo 24. El impedimento rige cualquiera sea el procedimiento de selección o de excepción utilizado, aun cuando el proveedor no se encuentre inscripto en el Registro Único de Proveedores y Contratistas."

Artículo 27.- Ley Nº 12.510: servicios de comunicación pública digital. Incorpórase como artículo 141 bis de la Ley Nº 12.510 el siguiente:

"Artículo 141 bis.- Servicios de comunicación pública digital. Quienes pretendan contratar servicios de comunicación pública digital, según la definición de la Ley Nº ...., deberán cumplir con los requisitos especiales y presentar la Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones previstos en dicha ley, cualquiera sea el procedimiento de selección o de excepción utilizado, incluidas las contrataciones directas y las de artistas y profesionales, y mantenerlos actualizados durante toda la vigencia del contrato.

La omisión, falsedad o adulteración deliberada de la información declarada constituirá causal de rechazo de la oferta, de revocación de la adjudicación o de rescisión del contrato por culpa del contratista, sin perjuicio de las sanciones previstas en la reglamentación de esta ley y en la Ley Nº .....

La Unidad Rectora Central verificará la información declarada por medios electrónicos y mediante interoperabilidad con registros públicos, sin requerir al oferente documentación que el Estado ya posea, conforme al artículo 26 de la Ley Nº 14.256."

Artículo 28.- Ley Nº 12.510: Registro Único de Proveedores y Contratistas. Incorpórase como último párrafo del artículo 142 de la Ley Nº 12.510 el siguiente:

"El Registro Único de Proveedores y Contratistas identificará a los prestadores de servicios de comunicación pública digital en un rubro específico, consignará los beneficiarios finales declarados y registrará las sanciones e inhabilitaciones firmes, incluidas las dispuestas conforme a la Ley Nº ..... Esa información se publicará en formato abierto y reutilizable, mediante su interoperabilidad con el Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital y con resguardo de los datos personales."

Artículo 29.- Ley Nº 13.230: publicidad oficial. Sustitúyese el artículo 18 de la Ley Nº 13.230 de Ética en el Ejercicio de la Función Pública por el siguiente:

"Artículo 18.- La publicidad de los actos, programas, obras, servicios y campañas de los órganos públicos, cualquiera sea el soporte, medio o plataforma utilizado, incluidos los entornos digitales, deberá tener carácter

educativo, informativo o de orientación social, no pudiendo constar en ella nombres, símbolos o imágenes que supongan promoción personal de las autoridades o funcionarios públicos.

Toda comunicación institucional financiada con recursos públicos deberá identificar de manera clara su origen oficial y, cuando se difunda mediante pauta o por intermedio de terceros contratados, su carácter de publicidad oficial o contenido patrocinado.

Queda prohibido emplear cuentas, canales y contrataciones de comunicación oficial para realizar propaganda política bajo apariencia de comunicación institucional, en los términos de la Ley Nº ..... Su incumplimiento hace pasibles a los funcionarios responsables de las sanciones previstas en el artículo 15 de la presente."

Artículo 30.- Ley Nº 13.230: declaración de intereses. Incorpórase como artículo 4 bis de la Ley Nº 13.230 el siguiente:

"Artículo 4 bis.- Declaración de intereses en contrataciones de comunicación pública digital. Los funcionarios que, por su cargo o función, tengan competencia para requerir, autorizar, aprobar, adjudicar, supervisar, certificar o pagar servicios de comunicación pública digital, según la definición de la Ley Nº ....., deberán presentar con carácter previo a su intervención, y mantener actualizada, una declaración jurada de intereses en la que consignarán toda participación societaria, económica o de control, propia o de su cónyuge, conviviente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, en personas jurídicas oferentes o contratistas de dichos servicios, así como todo vínculo profesional o comercial con ellas.

Si existiere un interés declarado o verificado, el funcionario deberá abstenerse de intervenir, conforme al artículo 2 inciso i) de la presente.

Las declaraciones serán públicas, con las limitaciones que imponga la protección de datos personales, y se incorporarán al Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital. Su omisión o falsedad constituye falta grave a los efectos del artículo 15."

Artículo 31.- Ley Nº 13.230: Comisión Provincial de Ética Pública. Incorpórase como último inciso del artículo 13 de la Ley Nº 13.230 el siguiente:

"m) Recibir y registrar las declaraciones de intereses previstas en el artículo 4 bis; intervenir en las denuncias contempladas en el artículo 21 de la Ley Nº ..... cuando involucren a funcionarios o agentes alcanzados por la presente; y dictaminar, de manera no vinculante, sobre la existencia de conflictos de intereses en contrataciones de comunicación pública digital."

Artículo 32.- Ley Nº 14.256: cuentas oficiales. Incorpórase como último párrafo del artículo 37 de la Ley Nº 14.256 el siguiente:

"Cuando la administración operativa de las cuentas oficiales se encomiende a terceros contratistas, la titularidad de las cuentas y las credenciales de administrador permanecerán bajo el control exclusivo de la autoridad competente. El contratista actuará mediante roles delegados, identificables y revocables, con registro de accesos y de publicaciones, y no podrá administrar, con las mismas credenciales, cuentas o estructuras destinadas a campañas políticas o partidarias."

Artículo 33.- Ley Nº 14.256: transparencia activa. Incorpórase como inciso q) del artículo 53 de la Ley Nº 14.256 el siguiente:

"q) el Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital y la información prevista en los artículos 11 y 18 de la Ley Nº ....., que incluye contratos, montos, proveedores, plataformas, campañas, inversión publicitaria y métricas, en formato abierto y reutilizable."

Artículo 34.- Adecuación reglamentaria. El Poder Ejecutivo, dentro del plazo previsto en el artículo 39, adecuará las normas reglamentarias afectadas por la presente ley y, en particular:

a) El artículo 142 del Anexo del Decreto Nº 1104/16, con las modificaciones del Decreto Nº 287/26, en lo relativo al Registro Único de Proveedores y Contratistas, a los efectos de las sanciones y a su alcance sobre los integrantes de los órganos de administración y fiscalización, para armonizarlo con esta ley.

b) El Pliego Único de Bases y Condiciones Generales aprobado por Decreto Nº 287/26, incorporando las cláusulas aplicables a los servicios de comunicación pública digital y al Programa de Pasantías Educativas.

c) El Registro de Medios de Comunicación, Agencias de Publicidad y Productoras de Contenidos (Decreto Nº 0048/09), para

asegurar su interoperabilidad con el Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital.

d) El sistema de acceso a la información pública (Decretos Nº 692/09 y 660/24), para la publicación de la información prevista en esta ley;

e) El régimen de pasantías (Decreto Nº 0499/10), para compatibilizarlo con el Capítulo VI y con la Ley nacional Nº 26.427.

Hasta tanto se dicte la adecuación, en caso de contradicción prevalecerá la presente ley.

Artículo 35.- Coordinación con el régimen electoral. Lo dispuesto en los Capítulos II y V se aplica sin perjuicio de las prohibiciones y restricciones que rigen durante los períodos de campaña y veda conforme al Código Electoral y de Partidos Políticos, cuya aplicación y control corresponden a la autoridad allí prevista. Nada de lo dispuesto en la presente ley modifica dicho Código.

CAPÍTULO X
DISPOSICIONES FINALES

Artículo 36.- Autoridades de aplicación. Son autoridades de aplicación de la presente ley, en el marco de sus respectivas competencias:

a) La Unidad Rectora Central del Subsistema de Administración de Bienes y Servicios (artículo 106 de la Ley Nº 12.510), o el organismo que la reemplace, a cargo de la administración del Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital, la verificación de las declaraciones, las auditorías y la aplicación de las sanciones del Capítulo VIII;

b) La Comisión Provincial de Ética Pública (Ley Nº 13.230), respecto de las conductas y los conflictos de intereses de funcionarios y agentes;

c) El órgano provincial competente en materia de transparencia y acceso a la información pública, respecto de la publicación de la

información prevista en la presente y de la plataforma de denuncias del artículo 21;

Lo dispuesto se entiende sin perjuicio de las competencias constitucionales y legales del Tribunal de Cuentas y de la Sindicatura General de la Provincia.

Artículo 37.- Informe anual. Las autoridades de aplicación elaborarán conjuntamente un informe anual público sobre las contrataciones registradas, las verificaciones, denuncias y sanciones, y las pasantías realizadas, que será remitido a ambas Cámaras de la Legislatura y a la Comisión Bicameral para la Innovación Pública creada por el artículo 8 de la Ley Nº 14.256.

Artículo 38.- Contratos en curso. Los contratos de servicios de comunicación pública digital vigentes a la fecha de entrada en vigencia de la presente deberán adecuarse a lo dispuesto en los artículos 7, 8, 11, 12 y 19 dentro de los noventa (90) días. Las sanciones del Capítulo VIII se aplicarán únicamente a hechos posteriores a dicha vigencia.

Artículo 39.- Reglamentación. El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley dentro de lo ciento ochenta (180) días contados desde su promulgación.

Artículo 40.- Presupuesto. Autorizase al Poder Ejecutivo a efectuar las adecuaciones presupuestarias necesarias para la implementación de la presente ley.

Artículo 41.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Sra. Presidenta:

La comunicación pública constituye una herramienta esencial para garantizar el derecho de la ciudadanía a conocer las políticas, programas, servicios y decisiones del Estado.

El desarrollo de las tecnologías digitales ha ampliado considerablemente las posibilidades de comunicación entre

el Estado, sus organismos y la sociedad. Redes sociales, plataformas digitales, sistemas automatizados, herramientas de inteligencia artificial y nuevas formas de segmentación permiten que el Estado comunique de manera más directa, rápida y eficiente.

Sin embargo, esas mismas herramientas pueden ser utilizadas para finalidades incompatibles con los principios que deben regir la administración de los recursos públicos.

La posibilidad de crear cuentas ficticias, automatizar interacciones, coordinar redes de usuarios, generar artificialmente tendencias, amplificar determinados contenidos o producir mensajes que aparenten provenir espontáneamente de ciudadanos plantea nuevos desafíos para la transparencia de la comunicación estatal.

El problema adquiere una especial dimensión institucional cuando estas prácticas son financiadas directa o indirectamente mediante recursos públicos.

El Estado debe utilizar sus recursos para informar a la ciudadanía, comunicar políticas públicas, facilitar el acceso a servicios, prevenir riesgos, promover derechos y brindar información de interés general. No resulta compatible con esas finalidades que los recursos públicos sean utilizados para fabricar artificialmente consenso, producir participación ciudadana ficticia, hostigar personas por sus opiniones, desarrollar campañas políticas encubiertas o manipular la conversación pública.

Por ello, la presente iniciativa procura establecer reglas específicas de integridad, transparencia, trazabilidad y control sobre la comunicación pública desarrollada en entornos digitales.

El proyecto parte de una distinción fundamental: la regulación propuesta no pretende restringir la libertad de expresión, la discusión política ni la crítica pública.

Los ciudadanos tienen derecho a expresarse libremente, cuestionar a los gobiernos, apoyar políticas públicas o manifestarse en contra de ellas. Del mismo modo, los funcionarios

pueden explicar y defender las decisiones de su gestión y los partidos políticos desarrollar legítimamente sus actividades de comunicación política.

Lo que esta iniciativa pretende impedir es que recursos pertenecientes al conjunto de la sociedad sean utilizados para crear artificialmente una ciudadanía digital inexistente o para desarrollar mecanismos de intervención política bajo la apariencia de comunicación institucional.

En este sentido, el proyecto establece prohibiciones concretas respecto de la contratación, financiación o utilización de estructuras digitales destinadas a manipular artificialmente la conversación pública, generar interacciones ficticias, administrar cuentas falsas o coordinadas, realizar campañas de hostigamiento o desarrollar propaganda política encubierta.

Asimismo, se incorporan obligaciones específicas respecto de la utilización de inteligencia artificial, automatización y herramientas algorítmicas.

Estas tecnologías poseen enormes posibilidades para mejorar la comunicación pública. Su utilización, sin embargo, debe estar acompañada de mecanismos adecuados de transparencia y supervisión humana.

Por este motivo, cuando una contratación pública incluya herramientas de inteligencia artificial o automatización, deberá declararse expresamente su utilización, finalidad, tipo de contenido producido y mecanismos de supervisión.

Del mismo modo, se prohíbe utilizar estas tecnologías para generar contenidos que aparenten provenir de ciudadanos independientes cuando en realidad hayan sido producidos o financiados con recursos públicos.

Otro de los pilares de la iniciativa es la trazabilidad de las contrataciones.

Los servicios digitales presentan características particulares que en muchos casos dificultan conocer con precisión qué servicios fueron contratados, qué plataformas fueron utilizadas, qué campañas fueron ejecutadas, cuánto se destinó a publicidad, qué mecanismos de segmentación se aplicaron o cuáles fueron los resultados obtenidos.

Por ello, el proyecto establece que las contrataciones deberán identificar expresamente el objeto, monto, plazo, proveedor, responsables de la prestación, plataformas utilizadas, campañas desarrolladas, criterios de segmentación, inversión publicitaria, piezas producidas, métricas obtenidas y cuentas institucionales involucradas.

Esta información deberá integrarse al Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital creado por la ley, permitiendo que la ciudadanía pueda conocer y controlar cómo se utilizan los recursos públicos destinados a este tipo de servicios.

La transparencia contractual debe complementarse necesariamente con la transparencia respecto de quiénes se encuentran detrás de las empresas que contratan con el Estado.

Por esta razón, el proyecto incorpora la obligación de presentar una Declaración Jurada de Intereses y Vinculaciones con carácter previo a la contratación.

Esta declaración permitirá identificar a socios, accionistas, integrantes de órganos de administración, representantes legales, apoderados y beneficiarios finales, así como las participaciones societarias, económicas o de control que estas personas posean en otras empresas.

También deberá declararse la existencia de vínculos societarios, comerciales, profesionales o económicos que puedan generar situaciones de conflicto de intereses respecto de funcionarios o autoridades provinciales relacionados con la contratación.

La finalidad de esta herramienta no es impedir vínculos legítimos ni presumir irregularidades por su sola existencia.

Su objetivo es hacerlos visibles.

La transparencia constituye una condición indispensable para prevenir conflictos de intereses y permitir que los órganos de control, la Administración y la propia ciudadanía puedan conocer quiénes participan realmente en las contrataciones públicas.

Por ello, la obligación de declarar no se limita al momento inicial del contrato, sino que deberá mantenerse actualizada durante toda la vigencia de la relación contractual.

La falsedad, ocultamiento o adulteración deliberada de esta información constituye una conducta especialmente grave, porque impide precisamente el funcionamiento de los mecanismos de transparencia previstos por la ley.

El proyecto incorpora además un Programa de Pasantías Educativas, en el marco de la Ley nacional Nº 26.427, vinculado con las contrataciones de servicios de comunicación pública digital.

El sector de la comunicación digital requiere actualmente conocimientos provenientes de numerosas disciplinas: comunicación, periodismo, publicidad, diseño gráfico y audiovisual, producción audiovisual, informática, programación, experiencia de usuario, diseño de interfaces y marketing, entre otras.

Muchas de estas actividades constituyen al mismo tiempo ámbitos especialmente adecuados para generar experiencias formativas para estudiantes próximos a finalizar sus estudios superiores.

Por esta razón, se propone que determinadas tareas, horas o unidades de prestación que resulten compatibles con una finalidad formativa puedan ser desarrolladas mediante pasantías educativas.

La medida persigue una doble finalidad.

Por una parte, busca generar oportunidades concretas para que estudiantes universitarios y terciarios puedan adquirir experiencia profesional vinculada con su formación.

Por otra, procura fortalecer la relación entre el Estado, el sistema educativo y los ámbitos profesionales relacionados con la comunicación y las tecnologías digitales.

Las pasantías deberán instrumentarse mediante convenios con instituciones educativas reconocidas y contar con supervisión profesional adecuada, objetivos formativos determinados, duración limitada y contraprestación económica.

El proyecto establece además una garantía fundamental: las pasantías educativas no podrán utilizarse para sustituir puestos permanentes, cubrir funciones estructurales de la Administración Pública ni eludir obligaciones laborales o previsionales.

La finalidad educativa constituye la razón de existencia del programa y debe preservarse durante toda su implementación.

Asimismo, la asignación de estas pasantías deberá realizarse mediante criterios objetivos, transparentes y no discriminatorios, procurando que puedan participar estudiantes provenientes de distintas instituciones educativas de la Provincia.

La autoridad de aplicación deberá publicar periódicamente información sobre las pasantías desarrolladas, instituciones participantes y recursos destinados a su implementación, incorporando también en este aspecto criterios de transparencia y rendición de cuentas.

Finalmente, una legislación destinada a garantizar la integridad de la comunicación pública digital requiere necesariamente un régimen sancionatorio eficaz.

Las obligaciones y prohibiciones carecerían de verdadera capacidad preventiva si su incumplimiento pudiera convertirse simplemente en un costo más de la contratación.

Por ello, el proyecto establece la posibilidad de aplicar sanciones de inhabilitación para contratar servicios comprendidos en la ley cuando se verifiquen infracciones graves.

Se consideran particularmente graves aquellas conductas destinadas a impedir o eludir los mecanismos de transparencia establecidos por la norma: la presentación deliberada de declaraciones juradas falsas o adulteradas, el ocultamiento de beneficiarios finales, la utilización de sociedades o personas interpuestas, o la ocultación de intereses económicos vinculados con funcionarios alcanzados por la ley.

También quedan comprendidas aquellas conductas que constituyen el núcleo mismo de las prácticas que la iniciativa busca prevenir: la financiación o ejecución deliberada de estructuras destinadas a manipular artificialmente la conversación pública, generar participación ciudadana ficticia, desarrollar campañas de hostigamiento o realizar propaganda política encubierta.

La extensión de las sanciones deberá determinarse teniendo en cuenta la gravedad de la conducta, el perjuicio ocasionado, la reincidencia, el beneficio obtenido, el grado de responsabilidad y la eventual utilización de estructuras destinadas a eludir la ley.

Al mismo tiempo, toda sanción deberá respetar plenamente el debido procedimiento administrativo y el derecho de defensa.

La inhabilitación no pretende constituir una sanción automática frente a cualquier incumplimiento formal, sino una consecuencia frente a conductas graves que comprometan los principios esenciales de transparencia e integridad que orientan la norma.

Además, para evitar mecanismos de elusión, se contempla la posibilidad de extender la inhabilitación cuando se compruebe que otras sociedades, personas jurídicas o estructuras han sido utilizadas con el propósito de continuar contratando pese a una prohibición vigente.

Las sanciones firmes deberán ser incorporadas al Registro Provincial de Contrataciones de Comunicación Pública Digital, permitiendo conocer públicamente la infracción constatada y el período de inhabilitación correspondiente.

El proyecto articula así tres dimensiones complementarias del control público: saber qué se contrata, conocer quiénes se encuentran detrás de quienes contratan y establecer consecuencias efectivas cuando las reglas son deliberadamente vulneradas.

La Provincia ya cuenta con un marco general de contratación pública basado en principios de publicidad, igualdad, transparencia, eficiencia y responsabilidad. La presente iniciativa busca complementar ese sistema frente a una realidad tecnológica que presenta desafíos específicos para la comunicación institucional. La presente iniciativa parte, precisamente, de la necesidad de avanzar no sólo sobre quién contrata y cuánto se paga, sino también sobre qué se contrata, para qué finalidad y qué conductas digitales pueden financiarse mediante recursos estatales.

La creación de un Registro Provincial, la identificación de beneficiarios finales, las declaraciones juradas de intereses, la publicidad de los contratos, la trazabilidad de los servicios, la regulación del uso de inteligencia artificial y la existencia de un régimen efectivo de control y sanciones forman parte de una misma política de integridad.

No se trata de impedir que el Estado utilice las nuevas tecnologías.

Se trata precisamente de establecer las condiciones para que pueda utilizarlas de manera legítima, transparente y compatible con los principios democráticos.

La transformación digital de la comunicación pública requiere nuevas herramientas de control institucional.

La ciudadanía debe poder distinguir cuándo una comunicación proviene oficialmente del Estado, conocer quién la

financia, quién presta el servicio, qué herramientas tecnológicas se utilizaron y cuáles son los intereses involucrados en una contratación.

La iniciativa se integra con la normativa vigente en lugar de crear un régimen paralelo. Para ello incorpora un inciso al artículo 141, el artículo 141 bis y un párrafo final al artículo 142 de la Ley Nº 12.510; sustituye el artículo 18 e incorpora el artículo 4 bis y un inciso al artículo 13 de la Ley Nº 13.230; y completa los artículos 37 y 53 de la Ley Nº 14.256. De este modo se aprovechan el Registro Único de Proveedores y Contratistas, la Comisión Provincial de Ética Pública y el sistema de transparencia activa, en línea con los artículos 5, 6, 28, 29 y 46 de la Constitución Provincial. Asimismo, la ley reconoce que la materia electoral se rige por su código específico y no lo modifica.

En definitiva, la presente iniciativa procura establecer una regla clara para la utilización de recursos públicos en el ámbito digital: los recursos públicos deben utilizarse para informar, comunicar y servir a la ciudadanía, no para manipularla.

Por las razones expuestas, solicitamos a nuestros pares la aprobación del presente proyecto de ley.

Autor: FABIAN PALO OLIVER