



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Nota

Número:

Referencia: NO-2023-11923902-APN-DALMYCP#JGM

A: Rosario Lufrano (RTA#JGM),

Con Copia A:

De mi mayor consideración:

Me dirijo a Ud. en respuesta a lo requerido mediante Nota **NO-2023-11923902-APN-DALMYCP#JGM**, la cual fue formulada en razón al expediente **SIP 22 - EX-2023-11485475- -APN-DNPAIP#AAIP** por el cual tramita la solicitud de Acceso a la Información Pública formulada por la **Sra. DIPUTADA NACIONAL KARINA BANFI**, requiriendo información acerca del gasto realizado por la TV Pública en el marco de la cobertura periodística del Mundial de Fútbol 2022 realizado en Qatar del 20 de noviembre al 18 de diciembre del año de referencia. En Particular:

1. ¿Cuál fue la asignación de fondos prevista para la cobertura del Mundial? ¿Cuál fue el monto final que pagó la TV Pública por la cobertura del Mundial del fútbol?

-En referencia a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

El gasto total por la cobertura del mundial fue de U\$S 2.247.274,99. Se adjunta cuadro con detalle por U\$S 2.027.274,99. Los U\$S 220.000 restantes corresponden a los móviles contratados para las fases de octavos, cuartos, semifinal y final del torneo. Todas estas erogaciones fueron aprobadas por unanimidad en el directorio de la empresa, es decir por oficialismo y oposición.

-Detallar los alcances de la cobertura de los 40 días que implicó el evento, la transmisión de los partidos y el

desarrollo total de la programación de alrededor de 6 horas diarias en vivo desde Qatar, incluyendo los pre y post partidos y dos programas con resúmenes, comentarios y entrevistas día por día, detallando proveedores, gasto en equipos, accesos a los estadios, traslados, vuelos, hoteles, per diem y cualquier otra categoría de gasto asociado al evento.

-Con respecto a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección Ejecutiva de Televisión Pública

La Televisión Pública era el único canal capaz de garantizar que todos los argentinos y argentinas pudieran ver el Mundial de manera gratuita: sin pagar abono de cable ni de televisión satelital. Teniendo en cuenta esa responsabilidad, el mandato del Directorio de RTA fue el de ofrecer una transmisión de calidad sin perder el equilibrio que debe existir entre inversión e ingresos publicitarios.

La búsqueda de ese equilibrio fue la tarea más desafiante de esta gestión, ya que por un lado promover una cobertura de calidad podía llevar a un gasto excesivo, imposible de cubrir con la venta de publicidad; y, por otra parte, diseñar una cobertura demasiado austera podía tener impacto en el atractivo de la propuesta y debilitar la tarea de la Gerencia Comercial. Hay que tener en cuenta que nuestros competidores, TyC Sports y DirecTV, habitualmente desarrollan coberturas ambiciosas e intentan vender publicidad a los mismos clientes que buscamos nosotros. En síntesis, no podíamos desconocer que estábamos en una situación de competencia que amenazaba con perjudicar el equilibrio deseado.

Hay otro elemento de peso que tuvimos en cuenta a la hora de diseñar la cobertura. En los eventos organizados por FIFA, como el Mundial de Fútbol, los titulares de derechos de transmisión no pueden vender publicidad durante el desarrollo de los partidos. Es decir, no está permitido poner banners o zócalos con ningún tipo de contenido durante el juego. Sólo se puede poner publicidad antes del comienzo de los partidos, en los entretiempos y al finalizar los encuentros. Esos espacios permitidos no alcanzan para poner toda la publicidad necesaria para cubrir el gasto que surge de la suma de derechos de transmisión y costos de producción, por lo que se hace imprescindible desarrollar más horas de contenidos vinculados al Mundial para ofrecerles a los anunciantes.

Con estos antecedentes pensamos una cobertura que, además de la transmisión de los partidos, sumara más tiempo de pre y post partidos y dos programas diarios desde Doha, Qatar; para robustecer la oferta de contenidos. Es decir, sumamos más horas de transmisión diaria para tener mayor stock de segundos publicitarios.

Con ese objetivo definido, y sabiendo que no podíamos promover gastos excesivos en la instalación de un estudio, propusimos el alquiler de un departamento con un balcón-terrace que ofreciera vistas panorámicas de la ciudad de Doha; de manera de no incurrir en gastos de escenografía. Desde ese espacio, que además ofreció alojamiento a dos trabajadores de la TVP, emitimos los dos programas diarios, todas las previas y post partidos de 25 encuentros del torneo (no se incluyen los siete partidos disputados por la Selección Argentina porque se hacían desde los estadios) y los relatos y comentarios “off tube” de los encuentros que no se cubrían desde los estadios.

De esta manera se diseñó la cobertura de la TVP para el Mundial de Qatar. Cuidando el balance entre la calidad que debe tener un servicio público y la necesidad de cuidar los recursos, buscando articulaciones con otros medios públicos nacionales (Radio Nacional, DeporTV, Télam) y provinciales (los 24 canales públicos de todo el país), sumando la colaboración de canales públicos de distintos países (TV Pública de México, TV Pública de España, France 24 y TV Ciudad de Montevideo) y defendiendo la política de género de RTA al promover en nuestras transmisiones a relatoras, comentaristas y periodistas que con su trabajo hicieron historia en la Copa del Mundo.

2. En septiembre del 2022 la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, a cargo de Juan Manzur,

entregó a la Cámara de Diputados el informe de gestión número 133. En el documento de referencia, en respuesta a la pregunta n° 589, ud. contestó “El costo de la cobertura en Qatar es de u\$ 1.745.000. Esto incluye los costos técnicos, los pasajes, el alojamiento, los honorarios y los viáticos”. Explique la respuesta brindada en el informe de referencia y cuál es la razón de la diferencia de casi 9 millones de dólares entre lo respondido y los gastos posteriormente publicados.

-En referencia a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

Se informa que el monto detallado por el entonces Jefe de Gabinete se trató de un presupuesto estimado sin que hubiera publicado aun la FIFA el tarifario. Por ese motivo se incrementaron los gastos de cobertura tal como se informara en el punto 1. Asimismo, para identificar las diferencias señaladas debe tenerse en cuenta que una cosa es la cobertura y otra diferente los derechos de transmisión del mundial.

3. Según información publicada en la prensa en un primer momento se decidió que fueran enviados a Qatar 25 empleados y posteriormente se agregaron 2 empleados más, derivando en un total de 27 empleados enviados a Qatar a realizar la cobertura1 .

En referencia a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Recursos Humanos:

La dirección a mi cargo y lo que disponen las leyes 27.275 - DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA y 25.326 - PROTECCION DE LOS DATOS PERSONALES, sus modificatorias y complementarias, cumplo en informar, lo que a continuación se indica.

A tales fines, informo que mediante nota **NO-2023-15184342-APN-DRRHRYTAS#RTA** se solicitó a la Dirección Ejecutiva de TVP se informe nombre y apellido de las personas empleadas designadas para realizar la cobertura periodística del Mundial de Fútbol 2022 realizado en Catar del 20 de noviembre al 18 de diciembre del año 2022.

Mediante nota **NO-2023-16585249-APN-DEC7#RTA**, se informó que viajaron veintisiete (27) personas, veinticinco (25) de las cuales resultan empleadas de RTA SE.

Se remite como archivo embebido la nómina de empleados designadas para realizar la cobertura periodística del Mundial de Fútbol 2022 realizado en Catar del 20 de noviembre al 18 de diciembre del año 2022, indicando:

- 1.- Nombre y apellido.
- 2.- Tipo de contratación/ situación de revista.
- 3.- Profesión y tarea a cargo.
- 4.- CCT aplicable según posición y función.
- 5.- Escalafón, que corresponde a la categoría salarial.

A su vez, se envía como archivo embebido las escalas salariales de TVP a enero 2023.

-Explique cuál fue el criterio de decisión para designar 27 personas para hacer la cobertura del evento. Detalle nombre y apellido de los enviados, tipo de contratación, profesión y tarea a su cargo, sueldo cobrado y partida presupuestaria de cada uno de los empleados.

En referencia a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección Ejecutiva de Televisión Pública:

A principios del mes de marzo de 2022 se planteó las posibilidades de la cobertura de la copa del mundo FIFA QATAR 2022 para que se someta a la aprobación del Directorio de RTA S.E. se trabajó en conjunto con las Gerencias de Operaciones, Ingeniería, Comercial, Noticiero, Producción y Deportes con la formación de equipos de trabajo para dar la mejor cobertura desde Qatar, el día 23 de marzo de 2022 se aprobó por unanimidad (oficialismo y oposición) en el Directorio RTA S.E. una producción de calidad en la cual viajarían veinticinco (25) personas, y posteriormente el 9 de junio de 2022 se aprobó nuevamente por unanimidad (oficialismo y oposición) en el Directorio de RTA S.E. el plan de cobertura con veintisiete (27) personas, ya que una vez conocidas las necesidades de producción para la cobertura, sugerimos que, en lugar de contratar el alquiler de equipamiento y los servicios de instalación, se realizase la operación mediante equipos propios realizando la instalación con nuestro personal (es por ello que se agregaron dos (2) personas más al mencionado plan de cobertura). Para ello contábamos mayoritariamente con equipos disponibles en el canal, otros que se podían obtener desarmando instalaciones existentes que no afectaban a la operación durante ese periodo, y realizando algunas inversiones, que eran menores a los valores de contratación de alquileres y servicios de instalación, y de esta manera podíamos cumplir con las necesidades y generar un beneficio ya que las inversiones realizadas implicaban un incremento del patrimonio de la Televisión Pública y una mejora para nuestras facilidades operativas.

Detalle a continuación los nombres y apellidos de las veintisiete personas enviadas:

APARICIO SERGIO ALEJANDRO

BIELE WALTER ESTEBAN

GALIMBERTI GUSTAVO JORGE

GRUOSSO DIEGO ALEJANDRO

LOPEZ ALEJANDRO FELIPE

RODRIGUEZ RUIZ LAUTARO

MOLINA RUBEN MARIO

UMBERT PEDRO ARMANDO

VERTA GABRIEL GUSTAVO

VILLAGRA LUIS EDUARDO

VILLAR	ALEJANDRO LUIS
ANFUSO	ESTEBAN MARCOS
FREDES	MARCELO FABIAN
MUZZIO	PABLO HORACIO
BALASSANIAN	OSCAR JOSÉ
GRIZUTTI	ALEJANDRO DANIEL
IRIBARREN	CLAUDIO EDUARDO
ORDOÑEZ	MARIANO
RUSSO	FEDERICO NICOLAS
MATIAS	FERNANDO MARTIN
MARTINEZ	MARÍA SOFIA
OSOVI	MIGUEL FRANCISCO ENRIQUE
STAIMAN	MAXIMILIANO
NENNA	CÉSAR ESTEBAN
SANTILLÁN	ADRIÁN IGNACIO
PIANTA	MAURO LUCAS
FERNÁNDEZ	MIGUEL ÁNGEL

Sus perfiles profesionales son: Gerente de Operaciones, Jefe de edición, Jefes Técnicos, Técnicos especialistas electrónicos, Operador Satelital, Camarógrafos, Ayudantes de cámaras, Sonidista, Iluminador, Microfonista,

Operador de Luces, Operadores de Video, Operadores de Tape, Director de Cámaras, Productor, Asistentes de Producción, Periodistas.

4. Acompañe los pliegos de las licitaciones de las productoras convocadas y empresas relacionadas al mundial, más sus contrataciones, y el criterio de elección de las mismas.

-Con respecto a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

Se aclara que no hubo productoras convocadas, la cobertura del mundial fue una coproducción con torneos y competencias contemplada en el contrato de adquisición de derechos (igual contrato que en Rusia 2018), exclusivos de la citada empresa.

Se remite como archivo embebido el cuadro con detalle y criterio de elección. Con respecto a los pliegos de licitaciones y órdenes de compra, se encuentran a disposición físicamente en TVP.

5. Respecto a los espacios publicitarios, ¿cuáles fueron los ingresos por publicidad? Acompañe un detalle de las empresas públicas y privadas que compraron los espacios de publicidad durante la transmisión del mundial, detalle los montos correspondientes. Detalle los ingresos indicando valor del segundo publicitario, cantidad de segundos vendidos a empresas públicas y privadas y monto total de la recaudación por empresa, por partido y del total de la transmisión.

-En referencia a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera

Se remite como archivo embebido los cuadros explicativos sobre las ventas netas y por canje del mundial de Qatar 2022

-Con relación al valor promedio de los segundos indicado en el cuadro 1, es oportuno mencionar que dicho valor se tornó variable y ajustado a diferentes momentos del proceso de venta.

La empresa trabajó principalmente sobre una estrategia de venta de publicidad anticipada a partir del mes de marzo 2022, a fin de garantizar para RTA el ingreso anticipado de un volumen de inversión considerable y pagadero, en su mayoría, antes del inicio del evento. Así también, los Media kit de venta publicitaria desarrollados comenzaron a comercializarse en el mes de marzo y las tarifas se fueron modificando a partir del mes de junio, teniendo en cuenta las variables económicas de nuestro país, la oferta y demanda por parte de los anunciantes y la cercanía del evento. La estrategia comercial fue aprobada por directorio por unanimidad, es decir oficialismo y oposición.

Como condición para acceder a los paquetes publicitarios y a las tarifas promocionales que tuvieron vigencia hasta el 30 de junio del corriente, y que comprendían presencia no sólo en los partidos del evento sino también en toda la programación mundial que tiene la TVP en pantalla, los anunciantes debieron ordenar e ir pagando la publicidad de forma anticipada.

Es por ello que el valor promedio referido deviene directamente del impacto que lo previamente mencionado tuvo sobre la negociación comercial con el anunciante o entidad, al momento de concretarse.

Así también, las negociaciones se vieron condicionadas, en cada caso, por el tipo de programación donde las empresas resolvieron pautar. Es decir que no resultó lo mismo pautar solamente en partidos de Argentina, que hacerlo en el resto de los partidos. Así tampoco implicó lo mismo comprar exclusivamente espacio en los partidos, que pautar además en el resto de la programación del mundial.

Por lo expuesto, los valores promedio por segundo señalados en la planilla adjunta, deberán leerse contemplando las aclaraciones señaladas.

Adicionalmente, respecto de la discriminación de segundos y recaudación por partido, se encuentran a disposición las órdenes de publicidad de todos los anunciantes, conteniendo los datos para componer la información señalada. Cabe mencionar que la venta se ha realizado por paquetes, los que no sólo comprender partidos, sino resto de la programación del Mundial.

6. Durante la transmisión del Mundial a través de la TV Publica se pudo ver publicidad de una gran cantidad de empresas y organismos públicos: YPF, Banco de la Nación Argentina, MODO BNA, Banco Provincia, Vino argentino Gobierno de Mendoza, Aerolíneas Argentinas, Argentina Presidencia y Gobierno de la provincia de Buenos Aires. Adjunte los contratos y detalle los montos correspondientes de cada una de las empresas mencionadas. Detalle estos ingresos indicando valor del segundo publicitario, cantidad de segundos vendidos a las empresas mencionadas y monto total de la recaudación por cada una. Especifique de qué modo es computado como ingreso los gastos realizados por el Estado Nacional en publicidad en el canal del propio Estado.

-Con respecto a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

ANUNCIANTE	TIPO DE EMPRESA	INVERSIÓN TOTAL NETA POR EMPRESA	CANT DE SEGUNDOS	VALOR PROMEDIO SEG
FONDO VITIVINICOLA	PÚBLICO NO ESTATAL	14.160.000,00	200	70.800
SECRET DE MEDIOS	PÚBLICA	151.189.999,90	1.961	77.098
BANCO NACION	PÚBLICA	61.240.460,00	7.545	8.117
GOB.PCIA BS AS	PÚBLICA	33.519.500,00	2.177	15.397
YPF	PÚBLICA	31.500.000,00	210	150.000
AEROLINEAS	PÚBLICA	28.000.000,00	160	175.000
GOB. SAN JUAN	PÚBLICA	24.012.000,00	58	414.000
BANCO PROVINCIA	PÚBLICA	15.280.000,00	340	44.941
GOB JUJUY	PÚBLICA	12.042.000,00	570	21.126
GOVERN. CHACO	PÚBLICA	9.000.000,00	180	50.000
MUNICIPALIDAD LA MATANZA	PÚBLICA	5.940.000,00	300	19.800

Se remite como archivo embebido las Órdenes de Publicidad correspondientes a cada anunciante, con las siguientes aclaraciones:

- **Aclaración 1:** Existe una diferencia de \$ 650.000.- entre las órdenes de publicidad adjuntas y la inversión total informada oportunamente para la Secretaría de Medios, la que está dada porque se emitió un aviso menos (13'') de los incluidos en dichas órdenes. La sumatoria de las órdenes es por \$ 151.840.000.- pero lo efectivamente emitido fue por \$ 151.190.000.-
- **Aclaración 2:** A la sumatoria de los montos de la pauta del Gobierno de la Provincia de Bs. As adjunta, se le deberá restar el IVA.
- **Aclaración 3:** A las órdenes de publicidad del Gobierno de Jujuy y de la Municipalidad de la Matanza adjuntas, se les deberá detraer el 10% correspondiente al Confidencial de Agencia.

Con relación a la especificación solicitada sobre el modo en que se computa como ingreso los gastos realizados por el estado, se informa que, al ser una empresa, por normativa vigente, deben computarse los ingresos de todos los clientes, ya sean públicos o privados.

7. Acompañe detalle de gastos en publicidad de los programas de la TV Pública durante la transmisión de cobertura del mundial. Específicamente: Publicidad de “La Tarde del Mundial”; Publicidad de “Cocineros”; Publicidad de “Dos Veinte”; Publicidad de “Mundo Leo” y “La Noche del Mundial”.

-Con respecto a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

No existen gastos de publicidad por parte de la TVP, lo referido en la pregunta son promociones de la programación de la emisora, dentro de las tandas publicitarias.

8. Según información publicada el mayor anunciante durante la transmisión de la Televisión Pública fue la empresa estatal TELAM. Explique de qué modo el gasto en publicidad realizado por TELAM resulta en una ganancia en publicidad para el Estado argentino. Detalle monto total y desagregado de cada uno de los segundos televisivos pautados por TELAM.

-Con respecto a este requerimiento se remite la respuesta producida por la Dirección de Administración Financiera:

Se adjuntó en el punto 6 las órdenes de publicidad en las que se podrán identificar los datos solicitados.

Con relación a la especificación solicitada sobre el modo en que se computa como ingreso los gastos realizados por el estado, se informa que, al ser una empresa, por normativa vigente, deben computarse los ingresos de todos los clientes, ya sean públicos o privados. En el caso puntual de Telam, la misma actúa como una agencia que vehiculiza las ordenes de publicidad.

9. Acompañe un detalle sobre las ganancias obtenidas por la TV Pública con motivo de la cobertura periodística del Mundial de Fútbol, especificando razones y sujetos contractuales de donde provenga cada ingreso. Especifique el monto total.

Lo datos de ingresos y gastos fueron publicados oportunamente en la web oficial de RTA S.E., y ampliados en el presente informe.

Sin otro particular saluda atte.