



CÁMARA DE APELACIONES EN LO CAYT - SALA I SECRETARÍA ÚNICA

SERRES, LUIS ALBERTO Y OTROS CONTRA GCBA SOBRE INCIDENTE DE APELACION - AMPARO - OTROS

Número: INC 1899/2018-1

CUIJ: INC J-01-00007230-9/2018-1

Actuación Nro: 12873710/2019

Ciudad de Buenos Aires, de abril de 2019.

**VISTOS:**

Estos autos para resolver el recurso de apelación interpuesto y fundado por la parte demandada a fs. 233/240 vta. –cuyo traslado fue contestado por la actora a fs. 246/252- contra la sentencia obrante a fs. 213/215 vta., por medio de la cual el señor juez de primera instancia hizo lugar parcialmente a la medida cautelar solicitada.

**CONSIDERANDO:**

I.- Sucintamente, los actores -titulares de medios vecinales de comunicación social (gráficos, radiales e informáticos)- dedujeron la presente acción de amparo contra el GCBA con el objeto de que “...[s]e declare la nulidad e inconstitucionalidad de la Resolución N° 813/2018 dictada por la Subsecretaría de Comunicación Social, y de la normativa y actos que deriven de ella, por violar la Ley N° 2.587, la Ley N° 2.176, el Decreto N° 333/2009, el art. N° 32 de la CCBA y concordantes, y el principio de progresividad y no regresividad en materia de derechos humanos...” (fs. 2).

Explicaron que la ley n° 2587 tiene por objeto regular la contraprestación publicitaria de los medios vecinales de comunicación social con el GCBA y establecer un sistema anual de estímulo a la calidad en la producción periodística. Expusieron, en relación a la asignación de la pauta publicitaria de los medios vecinales de comunicación social, que la ley previó –en su art. 13- que “[l]a tarifa publicitaria que perciben mensualmente los Medios Vecinales de Comunicación Social es la que resulta de aplicar los porcentajes que se establecen en este artículo al valor más bajo del espacio

*publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, según su soporte...*”. Así, destacaron que a dichos medios vecinales de comunicación social en soporte papel y radiodifusión les corresponde el 1% del valor indicado; a los programas radiales vecinales el 0,75% ; y a los que poseen un sitio web el 0,5%. La norma agregó que también perciben una asignación publicitaria extra de igual monto en virtud de la publicación de la convocatoria a inscripción en el registro de Medios Vecinales de Comunicación Social.

Señalaron que la citada ley fue reglamentada por el decreto n° 933/2009. Esta norma agregó que “...*el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tirada será el correspondiente a la anteúltima semana de cada mes, es decir, la tercer semana de cada mes*” (fs.6) y, también, a fin de dar mayores garantías dispuso que el parámetro fijado por la ley procederá “...*siempre y cuando las ediciones de cualquiera de los días de esa semana no coincidan con un precio promocional producto de rebajas o descuentos de cualquier naturaleza aplicados sobre el valor normal, habitual o corriente*”, debiéndose -en ese supuesto- calcularse el valor inmediato anterior que no fue objeto de descuentos promocionales o de cualquier otra naturaleza “...*teniendo en cuenta que la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido*” (fs.6vta.).

Expusieron que el 2 de febrero de 2018, el Subsecretario de Comunicación Social dictó la resolución n° 813/2018, cuyo art. 1° aprobó la aplicación del valor resultante de la Compulsa Semestral de Precios de la página siete (7) del diario de mayor tiraje en la Ciudad a los fines de fijar la tarifa publicitaria de los Medios Vecinales de Comunicación Social.

Observaron que en los considerandos la mencionada resolución, se destacó, por un lado, que “...*de acuerdo a lo previsto por la Compulsa de Precios, la tarifa publicitaria será la que surja de aplicar el mejor descuento ofrecido por los oferentes, sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la contratación*”. Por el otro, informó que “... *los precios de la publicidad en medios gráficos y con ello el valor de la página del diario de mayor tiraje de la Ciudad... vienen registrando un incremento periódico*”. Finalmente, señalaron que “...*a fin de mantener un equilibrio financiero en resguardo de las finanzas públicas, resulta conveniente establecer que la tarifa publicitaria mensual que reciban los Medios*

*Vecinales de Comunicación Social, sea la que surja de aplicar el valor resultante de la Compulsa de Precios, esto es el que efectivamente abona el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires” (fs. 7).*

Manifestaron que el régimen que rige la aludida compulsa dispone que “[l]as contrataciones de espacios publicitarios y producción de material publicitario... se llevará[n] a cabo en base a los descuentos ofrecidos sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la contratación” (fs. 8).

Pusieron de resalto que, de acuerdo con el aludido sistema, aquel que cotiza mayores descuentos resulta seleccionado por el GCBA en la compulsa.

Así concluyeron que la resolución mencionada contradice el sistema de determinación del valor de la pauta oficial a los Medios Vecinales dispuesto por la ley n° 2587 y el decreto n° 933/2009. También, manifestaron que el decreto determina que la pauta oficial no puede ser inferior al mayor valor percibido; ello, a diferencia de la resolución que admite tal situación y observando que eso acaeció en febrero de 2018 respecto del año 2017 y de enero de 2018.

Afirmaron que el método previsto en la resolución “...*impacta en el sostenimiento y desarrollo de dichos medios de comunicación social*” (fs.11).

En ese marco, pidieron el dictado de una medida cautelar. En cuanto a la verosimilitud del derecho, remitieron a las consideraciones fácticas y jurídicas desarrolladas al fundar la demanda. Con relación al peligro en la demora, señalaron que la resolución cuestionada “...*implica una reducción del 17% de la pauta institucional a los Medios Vecinales*” (fs. 28 vta.), siendo dicho ingreso esencial para su labor y sustentabilidad y colocando a muchos de esos medios en la posibilidad de dejar de funcionar o de disminuir la calidad de su trabajo. Respecto de la afectación del interés público, sostuvieron que “...*una medida cautelar que persiga preservar derechos culturales, la libertad de expresión, etc., no puede considerarse contraria a dicho interés*” (fs. 29), entendido como aquel que busca garantizar el goce de los derechos fundamentales.

Por último, dejó prestada caución juratoria para la eventualidad de que se conceda la tutela preventiva requerida.

A fs. 213/215 vta., el magistrado de primer grado dictó sentencia haciendo lugar parcialmente a la medida cautelar y, en consecuencia, ordenó la suspensión de los

efectos de la resolución n° 813/2018 dictada por la Subsecretaría de Comunicación Social, hasta tanto recaiga sentencia definitiva y firme en estos actuados, teniendo prestada la caución juratoria ofrecida.

Para así decidir, tuvo por acreditado el *fumus bonis iuris* a partir de considerar que de la resolución impugnada surgiría una variación en la forma de cálculo de la pauta oficial generada con motivo de los aumentos de precio de la página 7 del diario Clarín y con la finalidad de alcanzar un “equilibrio financiero”. En ese marco, el *a quo* sostuvo que “[p]ara ello adopta un sistema o método de cálculo distinto al previsto a tal fin en la ley 2587, en virtud del cual el valor de referencia no sería ya mensual sino semestral y teniendo en consideración el mejor descuento sobre el precio compulsado que hayan ofrecido los proveedores...”, modificación que, además, a su entender, se “...habría realizado a priori, sin respetar el principio de legalidad ni de jerarquía normativa ya que la modificación del sistema expresamente reglado por el legislador en la ley 2587 se habría introducido mediante la resolución cuestionada”. A ello, agregó que también es relevante que “...la resolución impugnada pretendería aplicar en tal ámbito un sistema instaurado para regular situaciones distintas con otro tipo de medios de comunicación” (fs. 215).

Respecto del *periculum in mora*, el magistrado de grado afirmó que “...sin perjuicio de que... no puede considerarse acreditada de modo acabado la medida del perjuicio... [de] los considerandos de la propia norma impugnada sugerirían que su fin es reducir el monto de la pauta destinada a los medios vecinales de comunicación social”; ello, sin perjuicio de observar que la finalidad de la modificación normativa fue establecer un equilibrio en los precios a través del establecimiento de un método de cálculo que arrojaría un menor valor de la pauta publicitaria a percibir por los medios vecinales en un contexto socioeconómico desfavorable.

Luego, puso de manifiesto que no se advertía la afectación del interés público y tuvo por prestada la caución juratoria oportunamente ofrecida por los solicitantes.

Esta decisión fue apelada por el GCBA a fs. 233/240 vta. Afirmó que no se encontraban configurados los presupuestos de procedencia de este tipo de medidas. Destacó que estas operan en casos excepcionales, esto es, cuando no existan otras herramientas en el sistema con las que pueda alcanzarse el mismo objetivo.

Sostuvo que para la suspensión judicial de un acto administrativo, además, de los recaudos típicos de las medidas cautelares, debe verificarse *prima facie* la ilegalidad o arbitrariedad manifiesta del acto y el resguardo del interés público; que la suspensión haya sido solicitada a la Administración y ésta la haya denegado; y que el beneficio invocado no sea susceptible de ser reparado por los cauces ordinarios.

Explicó que la resolución cuestionada “...busca establecer fehacientemente la pauta de base para el cálculo de la compra de publicidad a los Medios Vecinales de la Ciudad. Por ello, se fijó el importe correspondiente al valor resultante de la compulsa semestral de precios, es decir, el único precio efectivo que esta Ciudad paga por la página siete del diario Clarín, que es el diario de mayor tiraje y que determina lo que les corresponde percibir a los medios vecinales” (fs. 234 vta.). Puso de manifiesto que el precio que abona el GCBA por publicidad en el diario Clarín no es el valor bruto publicado en el tarifario de dicho matutino, “...sino el resultante de una compulsa de precios, estando fijado el mismo en la actualidad en un 83% del valor bruto publicado en el tarifario, adjudicado a la central de medios Sentidos S.A.” (fs. 234 vta.).

Añadió que es dentro de ese marco que debe considerarse el art. 13 de la ley n° 2587, norma que al referirse a la tarifa publicitaria a percibir por los medios vecinales establece que aquella resulta de aplicar los porcentajes previstos según el tipo de medio al valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad. A partir de esa apreciación, afirmó que la resolución cuestionada “...respeto el espíritu y el texto de la Ley y no afecta en modo alguno derechos de terceros... preserva el principio de razonabilidad en la asignación del presupuesto público y, en la búsqueda de un equilibrio financiera en las finanzas públicas, resguarda la sustentabilidad en el tiempo de la política de apoyo del Gobierno de la Ciudad a los medios vecinales” (fs. 235 vta.).

Con base en tales argumentos, concluyó que no se verificaba en la especie el *fumus bonis iuris*.

En relación con el peligro en la demora, sostuvo que no había elementos objetivos en la sentencia que permitieran reconocer la presencia de un daño actual o inminente en relación con la aplicación de la resolución n° 813/2018, sobre todo, en virtud de que –a su entender- no existía prueba alguna que acredite que la norma

mencionada “...impida, suprima o torne ilusorios los derechos de los medios vecinales” (fs. 236).

Luego, añadió que “...cuando la cuestión atañe de modo directo al interés de la comunidad –la utilización del erario público- el más alto tribunal acentúa los parámetros de ponderación para el dictado de la providencia cautelar”, motivo por el cual, según entiende, a los requisitos ordinarios exigibles por el ordenamiento ritual, se le agrega el vicio notorio, el peligro irreparable y la consideración de interés público (por sobre el interés particular de los actores); cuestiones que no fueron consideradas por el *a quo* (fs. 236 vta.).

Más adelante, se exployó sobre la razonabilidad de la resolución impugnada y el régimen general de compra de espacios de publicidad mediante el sistema de compulsa de precios. En este último marco, aseveró que el GCBA abona un precio diferenciado por la publicidad que difunde a través de cada medio y explicó que “...la suma a pagar para cada cliente o institución resulta SIEMPRE objeto de algún descuento respecto del tarifario, y tal es la práctica habitual y corriente en el mercado” (fs. 238). Destacó que esa realidad del mercado publicitario no siempre fue así y que, de hecho, al momento de sancionarse la ley n° 2587, “el proceso que desemboca en ella era incipiente. Por eso (entre otras razones) la evolución de la tarifa bruta de los medios en general crece por encima de la inflación, mientras que los precios netos... evoluciona por debajo de la inflación” (sic., fs. 238).

Sobre esas bases, sostuvo que “[h]acer foco en la tarifa bruta sería avalar una ficción, con la resultante mala aplicación de los recursos públicos”; destacando –a su vez- que el apoyo a los medios vecinales –en los últimos años- “viene registrando un incremento presupuestario periódico y sostenido” (fs. 238 vta.).

Agregó que tal evolución torna insustentable la política de apoyo a los medios vecinales o, por lo menos, inconsistente con otras necesidades de comunicación del GCBA. En tal orden de ideas, explicó que la inversión en publicidad del Gobierno se asigna según criterios objetivos que persiguen la maximización del impacto esperado; y se distribuye atendiendo al presupuesto anual de publicidad a distribuir; la cantidad y tipo de campañas proyectadas y el mix de medios óptimo para cada campaña. Luego, destacó que “[e]ste criterio puede verse afectado en caso de profundizarse la tendencia descrita, dado que los medios vecinales tienen en general un alcance local,

*restringido a su área de influencia, sin que existan criterios formalizados y homogéneos de medición de su audiencia e impacto” (fs. 239 vta.).*

Finalmente, por una parte, cuestionó la contracautela impuesta por considerarla insuficiente; y, por la otra, con sustento en que el sentenciante no ponderó el daño al interés general que genera la tutela concedida que no resultaría atendido adecuadamente con la caución juratoria prestada.

A fs. 246/252, la actora contestó el traslado del recurso; y, a fs. 253, la causa fue elevada a esta Alzada. Recibida, se remitió en vista al Ministerio Público Fiscal quien tomó intervención a fs. 257/260 vta. y dictaminó propiciando rechazar los agravios vinculados a la ausencia de configuración de la verosimilitud de derecho y el *periculum in mora*.

A fs. 262, se elevaron los autos al acuerdo de Sala.

**II.** Cabe recordar que, con respecto a las medidas cautelares la doctrina, la jurisprudencia y la legislación tradicionalmente han exigido como recaudos de admisibilidad la verosimilitud del derecho, el peligro en la demora y la no afectación del interés público, sin perjuicio de la complementaria fijación de una contracautela. Estos recaudos coinciden con los que prevé la ley n° 2145 (art. 14 –t.c. ley n° 5666-).

En lo que respecta al primero de los requisitos, corresponde señalar que el dictado de las providencias precautorias no exige un examen de certeza sobre la existencia del derecho pretendido; aún más, el juicio de verdad en esta materia se encuentra en oposición a la finalidad del instituto, que supone atender a aquello que no excede el marco de lo hipotético, dentro del cual agota su virtualidad (Fallos: 316:2060, entre otros precedentes).

En efecto, la verosimilitud del derecho sólo requiere la comprobación de la apariencia del derecho invocado por el actor (esta sala, in re “García Mira, José Francisco c/ Consejo de la Magistratura s/ impugnación de actos administrativos”, expte. n° 8569/0, pronunciamiento del 03/03/04).

El peligro en la demora, por su parte, exige una apreciación atenta de la realidad comprometida, con el objeto de establecer cabalmente si las secuelas que pudieran llegar a producir los hechos que se pretenden evitar, pueden restar eficacia al ulterior

reconocimiento del derecho en juego, originado por la sentencia dictada como acto final y extintivo del proceso (Fallos: 319:1277).

Estos requisitos se encuentran de tal modo relacionados que, a mayor verosimilitud del derecho, es menor la exigencia del peligro del daño, e inversamente cuando existe el riesgo de un daño extremo e irreparable el rigor del *fumus* se debe atemperar (esta sala, in re "Ticketek Argentina SA c/ GCBA", expte. n° 1075, resolución del 17/07/01 y sala II in re "Tecno Sudamericana SA c/ GCBA s/ impugnación de actos administrativos", expte. n° 322/0, del 23/05/01, entre muchos otros precedentes).

Es pertinente destacar, por otra parte, que las medidas cautelares no causan estado. Por el contrario, éstas pueden cesar, ser sustituidas por otras más prácticas y menos gravosas, ampliadas o disminuidas. Es decir, tienen carácter provisional (confr. Fenochietto, Carlos E., "Código Procesal Civil y Comercial de la Nación. Comentado, anotado y concordado con los códigos provinciales", Ed. Astrea, 1999, t. 1, pág. 700). De allí que la firmeza de la resolución que concede una medida cautelar no impide examinar su eventual prolongación, modificación o extinción a pedido de parte.

**III.** Ante todo, es preciso recordar que la ley de amparo prevé expresamente -en su art. 14 (t.c. ley n° 5666)- los requisitos que deben evaluarse al momento de resolver una pretensión cautelar.

En efecto, el artículo mencionado determina -en cuanto ahora importa- que "[e]n las acciones de amparo contra autoridades públicas son requisitos necesarios para el otorgamiento de toda cautelar la acreditación simultánea de los siguientes presupuestos: . a. Verosimilitud del derecho. b. Peligro en la demora. c. No frustración del interés público. d. Contracautela. El/la Juez/a interviniente debe determinar la índole de la contracautela para cubrir los daños y perjuicios que pudieran derivarse de su otorgamiento, sin que esto puede implicar un menoscabo a la tutela cautelar".

En ese marco, los argumentos vertidos por la recurrente en relación con la necesidad de verificar, *prima facie*, la ilegalidad o arbitrariedad manifiesta del acto; que la suspensión haya sido solicitada a la Administración y ésta la haya denegado; y que el beneficio invocado no sea susceptible de ser reparado por los cauces ordinarios, exceden la exigencias que la regla jurídica transcrita en el párrafo anterior impone, motivo por el cual corresponde desestimar tales argumentos.



**IV.** Resuelto lo anterior, es preciso reseñar las normas jurídicas involucradas en el caso.

Así, ante todo, cabe referirse a la **ley n° 2587** (t.c. ley n° 5666), cuyo objeto es “...regular la contraprestación publicitaria de los Medios Vecinales de Comunicación Social con el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y establecer un sistema anual de estímulo a la calidad en la producción periodística” (art. 1°).

Por su parte, el art. 2° define a los Medios Vecinales de Comunicación Social como “...aquellos medios de comunicación social gratuitos, con domicilio legal y actividad comprobables en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que tienen por objeto la difusión de información de interés público relacionada con nuestra ciudad y/o sus habitantes”, excluyendo de esta categoría “...los medios temáticos, los no gratuitos y aquéllos que tienen por objeto la difusión institucional de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, tales como organizaciones políticas, religiosas, gremiales y/o colectividades, o de toda otra parcialidad” (énfasis añadido).

También, es dable señalar que dicho marco legal prevé –en su art. 13- que “[l]a tarifa publicitaria que perciben mensualmente los Medios Vecinales de Comunicación Social es la que resulta de aplicar los porcentajes que se establecen en este artículo al valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, según su soporte:// a) Medios Vecinales de Comunicación Social en soporte papel y de radiodifusión: uno por ciento (1%) del valor indicado.// b) Programas radiales vecinales de Comunicación Social: setenta y cinco por ciento (75%) de lo establecido en el inciso a).//c) Medios Vecinales de Comunicación Social en sitio web: cincuenta por ciento (50%) de lo establecido en el inciso a).//También perciben una asignación publicitaria extra de igual monto en virtud de la publicación de la convocatoria a inscripción en el Registro de Medios Vecinales de Comunicación Social” (el resaltado es propio).

El **decreto n° 933/2009** –reglamentario de la ley n° 2587- define, en el art. 1° del Anexo, que “...la contraprestación dineraria que percibirán los Medios Vecinales de Comunicación Social que cumplan con los requisitos establecidos en la Ley, tendrá como resultado la emisión de la Pauta Institucional”, entendiendo por tal “...la

*difusión de los actos de Gobierno o servicios que la Ciudad brinda a la comunidad a través de los medios de comunicación”* (el subrayado no está en el original).

Además, al reglamentar el precedentemente transcrito art. 13 de la ley, dispone que “[I]a *contraprestación por publicidad que perciban los Medios Vecinales de Comunicación Social se determina tomando como base de cálculo, para el porcentaje que establece la Ley según el soporte de que se trate, el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tirada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, correspondiente a la anteúltima semana de cada mes. Esta determinación procederá, siempre y cuando las ediciones de cualquiera de los días de esa semana no coincidan con un precio promocional producto de rebajas o descuentos de cualquier naturaleza aplicados sobre su valor normal, habitual o corriente. En tal caso, se calculará sobre el valor inmediato anterior que no hubiera sufrido descuentos promocionales o de cualquier otra naturaleza, teniendo en cuenta que la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido”* (el subrayado no está en el original).

Por su parte, la **resolución n° 813/2018** -que los actores cuestionan- aprobó “... la aplicación del valor resultante de la Compulsa Semestral de Precios de la página siete (7) del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad, a los fines de fijar la tarifa publicitaria de los Medios Vecinales de Comunicación Social” (art.1°, énfasis añadido), para lo cual “[I]a Dirección General de Planeamiento de Medios incluirá al diario pago de mayor tiraje en la Ciudad dentro de los medios a compulsar semestralmente” (art. 2°).

Dicha norma, en sus considerandos, señaló que “...de acuerdo a lo previsto por la Compulsa de Precios, la tarifa publicitaria será la que surja de aplicar el mejor descuento ofrecido por los oferentes, sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por el medio al momento de la contratación” (considerando 6°, el resaltado es propio).

También expuso que la medida obedece a la variación de precios registrada en la economía nacional durante los últimos años, circunstancia que implicó un incremento periódico en los precios de la publicidad en medios gráficos y con ello el valor de la página 7 del diario de mayor tiraje de la Ciudad (considerando 7°) y que “...a fin de mantener el equilibrio financiero en resguardo de las finanzas públicas, resulta conveniente establecer que la tarifa publicitaria mensual que reciban los Medios

*Vecinales... sea la que surja de aplicar el valor resultante de la Compulsa de Precios, esto es el que efectivamente abona el Gobierno de la Ciudad...*” (considerando 8°, el subrayado no está en el original).

V. Definido el marco normativo, corresponde adentrarse al análisis de los agravios referidos a la ausencia del *fumus bonis iuris*.

a. Para comenzar, se advierte que la cuestión a dilucidar reside en determinar, liminarmente, si –como adujo la apelante- el precio que paga el GCBA (como consecuencia del sistema previsto en la resolución n° 813/2018) respeta el art. 13 de la ley n° 2587 y la reglamentación que el decreto n° 933/2009 hace de dicho artículo, por constituir el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad.

b. En ese marco, es preciso observar –liminarmente- que las sumas que desde febrero de 2018 el recurrente entregaría a los actores en concepto de pauta institucional (cf. decreto n° 933/2009, art. 1°) no surgirían, en principio, de la simple constatación de la tarifa (que cualquier anunciante debería abonar), correspondiente “al valor más bajo del espacio publicitario de toda la página 7 del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad” como establece –lisa y llanamente- el art. 13 de la ley n° 2587 y que constituye la base de cálculo para los porcentajes que, según la naturaleza del medio determina la ley (cf. art. 13, anexo, decreto n° 933/2009).

En efecto, tras el dictado del decreto n° 813/2018, esos importes constituyen el valor más bajo “que el GCBA abonaría” por el espacio publicitario de toda la página 7 del diario de mayor tiraje en la Ciudad; ello, como consecuencia de la realización de una compulsa de precios donde los oferentes proponen los mayores descuentos que ellos pueden afrontar sobre tales espacios a los fines de resultar vencedores en dicha compulsa y obtener los beneficios que la contratación con el GCBA les pudiera producir.

Vale destacar, *ab initio*, que la apreciación procedente ha sido expresamente reconocida por el demandado –en su apelación- al señalar que la suma a la que se arriba por aplicación de la resolución n° 813/2018 (es decir, surgida de la compulsa semestral

de precios) es ajustada a derecho pues es “el único precio efectivo que esta Ciudad paga por la página siete del diario Clarín, que es el diario de mayor tiraje y que determina lo que les corresponde percibir a los medios vecinales” (énfasis añadido, fs. 234 vta.).

También, la recurrente convalidaría la apreciación de esta Alzada al advertir que el precio que abona el Gobierno por publicidad en el diario Clarín no es el valor bruto publicado en el tarifario de ese matutino, “...sino el resultante de una compulsa de precios, estando fijado el mismo en la actualidad en un 83% del valor bruto publicado en el tarifario, adjudicado a la central de medios Sentidos S.A.” (énfasis añadido, fs. 234 vta.).

Así las cosas, sin perjuicio de lo que pueda decirse oportunamente en cuanto al fondo de la materia debatida, tal como advierte la señora Fiscal de Cámara, en principio, “...la demandada ha utilizado un método de cálculo que, por lo pronto, se apartaría de las pautas dadas a tal efecto por el Decreto reglamentario N°933/2009..., el cual, junto con la Ley N° 2587, conforman el bloque de juridicidad al que deben ajustar su actuación los órganos intervinientes...”, pues “...no se tomó el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario de mayor tiraje en la Ciudad, sino del mejor descuento ofrecido por los oferentes sobre el precio de la tarifa bruta vigente prevista por medio de la contratación...” (fs. 260).

c. Ahora bien, a continuación, no puede dejar de observarse que el GCBA justificó la modificación al régimen previsto por la ley y su decreto reglamentario “...en la búsqueda de un equilibrio financiero en las finanzas públicas” que resguarde “...la sustentabilidad en el tiempo de la política de apoyo del Gobierno de la Ciudad a los medios vecinales” (fs. 235 vta.).

Tal afirmación –dicho en términos preventivos- permite, por un lado, suponer que la aplicación que hasta el dictado de la resolución se hacía de la ley y su decreto reglamentario conllevaba incrementos que incidían en el equilibrio financiero de los recursos públicos de la Ciudad; y, por el otro, inferir consecuentemente que –cuanto menos, en forma ocasional- la utilización del régimen previsto en la aludida resolución importaría una disminución de las sumas que los medios vecinales percibirían en concepto de pauta institucional.

Frente a dicha circunstancia, debe recordarse –de modo liminar- que el decreto n° 933/2009 previó –al reglamentar el art. 13 de la ley n° 2785- que “[1]a *contraprestación por publicidad que perciban los Medios Vecinales de Comunicación Social se determina tomando como base de cálculo, para el porcentaje que establece la Ley según el soporte de que se trate, el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tirada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, correspondiente a la anteúltima semana de cada mes. Esta determinación procederá, siempre y cuando las ediciones de cualquiera de los días de esa semana no coincidan con un precio promocional producto de rebajas o descuentos de cualquier naturaleza aplicados sobre su valor normal, habitual o corriente. En tal caso, se calculará sobre el valor inmediato anterior que no hubiera sufrido descuentos promocionales o de cualquier otra naturaleza, teniendo en cuenta que la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido” (el subrayado no está en el original).*

Así pues, se advierte –en este estado embrionario del proceso- que lo que el sistema impediría –sea cual fuere la decisión que se adopte oportunamente sobre la resolución n° 813/2018- es que los medios vecinales de comunicación social reciban sumas inferiores (en concepto de pauta institucional) a las percibidas en un período anterior. Es decir, el decreto, en principio y dicho de modo provisional, garantizaría que tales medios puedan ser beneficiados con montos mayores; pero no puedan ser perjudicados mediante el pago de menores valores por tal concepto.

En tal entendimiento inicial, *prima facie*, puede sostenerse que la resolución n° 813/2018 incumpliría lo dispuesto en el art. 13 del anexo del decreto n° 933/2009, *in fine*.

**d.** La resolución impugnada tampoco acataría el aludido art. 13, anexo, decreto n° 933/2009 en cuanto exige que la determinación de la base de cálculo no debe realizarse sobre ediciones que coincidan con un precio promocional (es decir, un precio rebajado o al que se le aplicó un descuento “de cualquier naturaleza”). En efecto, la divergencia se advierte, en esta instancia cautelar, al observar que la compulsa de precios constituye justamente un sistema donde los proveedores ofrecen descuentos

sobre las tarifas de los medios de comunicación, quedando entonces tales rebajas incluidas, en principio, dentro del concepto “descuento de cualquier naturaleza”.

Además, más allá de las intenciones que pudieron perseguirse con la modificación realizada por medio de la resolución n°813/2018, lo cierto es que, en principio, aquella finalidad podría desvirtuar el sistema previsto a favor de los medios vecinales de comunicación social con relación a la pauta institucional, en particular, los objetivos de fomento y asistencia que el plexo normativo conformado por la ley n° 2587 y el decreto n° 933/2009 garantizan a favor de aquellos.

e. A ello, debe añadirse además, siempre en el estado liminar de esta contienda, que dicha resolución desatendería que la determinación de los importes (que el GCBA debe entregar a los medios vecinales registrados con sustento en la ley n° 2587), en principio, debería ser definida mensualmente.

Ello encuentra sustento, *prima facie*, también en el art. 13 del anexo (decreto n° 933/2018) cuando dispone que “[I]a *contraprestación por publicidad que perciban los Medios Vecinales de Comunicación Social se determina tomando como base de cálculo, para el porcentaje que establece la Ley según el soporte de que se trate, el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tirada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, correspondiente a la anteúltima semana de cada mes*” (el resaltado es propio).

Tal discrepancia –constatada dentro del limitado marco de análisis que permite una tutela preventiva- fue puesta de resalto también por la señora Fiscal de Cámara al sostener –como se señalara más arriba- que “...*la demandada ha utilizado un método de cálculo que, por lo pronto, se apartaría de las pautas dadas a tal efecto por el Decreto reglamentario N°933/2009..., el cual, junto con la Ley N° 2587, conforman el bloque de juridicidad al que deben ajustar su actuación los órganos intervinientes...*”, pues dicho cálculo “...*no se estableció en forma mensual, sino semestral*” (fs. 260).

Por eso, *ab initio*, la fijación de tal importe a través de una compulsa “semestral”, decidida mediante una resolución, no se ajustaría a la letra de la norma jurídica de rango superior (decreto n° 933/2009).

En otras palabras y siempre en términos preventivos, el decreto reglamentario prevé un mecanismo mensual para definir el valor de la pauta institucional que no sería,

*prima facie*, contemplado por la resolución impugnada al establecer que el precio surge de una compulsa semestral.

f. A partir de las consideraciones realizadas, es dable concluir, dentro del acotado marco de conocimiento de las medidas cautelares que la resolución n° 813/2018 no se ajustaría al bloque normativo que regula la materia (ley n° 2587 y decreto n° 933/2009), habiendo, *ab initio*, modificado –por un lado- el alcance dado por el legislador al art. 13 de la ley n° 2587 cuando alude al “*valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*” que no coincidan con un precio promocional o al que se le aplique un descuento de cualquier naturaleza (art. 13, ley n° 2587); y, por el otro, al haber establecido que los importes se calculan semestralmente en lugar de mensualmente (cf. decreto n° 933/2009, Anexo, art. 13). Tampoco se ajustaría *prima facie* la regla jurídica que dispone que “...*la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido*” (art. 13, *in fine*, anexo del decreto n° 933/2009).

Por todo ello, es dable afirmar que no le asiste la razón a la recurrente en cuanto sostiene que, en la especie, no se encuentra configurado el recaudo de procedencia analizado, es decir, la verosimilitud del derecho.

g. Más aún, conforme sostuvo el apelante, “...*en virtud de la inflación registrada en la economía nacional, los precios de la publicidad en medios gráficos y con ello el valor de la página 7 del Clarín vienen registrando un aumento constante*”; y “[l]a inversión en medios vecinales acompaña esta tendencia... en muchos casos por encima de los índices de inflación” (fs. 238 vta.), tales circunstancias –a su entender- justificarían la modificación en el sistema de cálculo de la pauta institucional respecto de los medios vecinales de comunicación social –operada a través de la resolución impugnada-, sin haber podido demostrar –en esta etapa cautelar y frente a los argumentos de la actora en la demanda y del *a quo* en su sentencia- que la aludida resolución respeta, *prima facie*, las pautas previstas en el art. 13 de la ley n° 2587 y su reglamentación mediante el art. 13, del anexo del decreto n° 933/2009.

**h.** Es preciso destacar, a mayor abundamiento, que la ley n° 2587 puntualmente regula –cf. su art. 1°- la contraprestación publicitaria de los Medios Vecinales de Comunicación Social con el GCBA; es decir, en principio, dicho régimen jurídico no alcanzaría a otros medios de comunicación que no sean los medios vecinales. Por eso, se les aplica las reglas jurídicas propias que habrían sido dictadas a su respecto, sin poder hacerles extensivos otros preceptos, máxime cuando estos resultan menos favorables al disfrute de los derechos reconocidos expresamente a su favor por el legislador.

En otras palabras, se trataría de un régimen propio, específico y limitado a estos últimos que, conforme la mencionada regla, poseen la característica de ser gratuitos y tienen por misión la difusión de información de interés público relacionada con la ciudad y sus habitantes.

**VI.** Desestimados los agravios vinculados a la configuración del *fumus bonis iuris*, corresponde adentrarse al análisis del *periculum in mora*.

Sobre este requisito, el recurrente afirma que no existen elementos objetivos que permitan sostener que la reforma introducida por la resolución impugnada ocasiona un perjuicio a la actora que “...impida, suprima o torne ilusorios los derechos de los medios vecinales” (fs. 236).

**a.** Frente a tal planteo, es preciso explicar que no es necesario para tener por configurado el recaudo que nos ocupa que los derechos se vean completamente cercenados de forma tal que su ejercicio quede “impedido o suprimido” o que “se haya tornado ilusorio”, pues resulta suficiente que se constate que el menoscabo de los derechos que la supuesta actuación de la demanda genera a la contraria pueda restar eficacia a un hipotético pronunciamiento ulterior favorable.

**b.** Sentado lo anterior, se observa –tal como destaca la señora Fiscal de Cámara a fs. 260 vta.- que “...el objeto del nuevo modo de cálculo de la tarifa publicitaria era reducir el precio a fin de lograr un equilibrio financiero” (ver considerando 8 de la resolución cuestionada).



Esa reducción del precio, teniendo en cuenta las características que la ley exige a los medios vecinales que resulten beneficiarios de la pauta institucional, en particular, su carácter gratuito (art. 2º, ley n° 2587), permiten sostener –de modo provisional- que las mermas dinerarias que pudieran sufrir como consecuencia de la reducción del pago (impuesta con la finalidad de alcanzar un equilibrio financiero para la demandada) los colocan en una situación –*ab initio*- riesgosa que podría vulnerar el ejercicio de las actividades para las que fueron creados, máxime teniendo en cuenta que el propio decreto reglamentario n° 933/2009 –a fin de evitar dicho riesgo- habría establecido que, en principio, “...*la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido*” (art.13, anexo).

Tales circunstancias justifican –en este estado inicial del proceso- tener por acreditado el peligro en la demora y, consecuentemente, a partir de esos fundamentos, cabe desestimar los planteos referidos a su falta de configuración.

**VII.** A esta altura del análisis, es dable señalar que las cuestiones (esgrimidas por el recurrente) relativas a los incrementos que las tarifas brutas del sector publicitario pudieron haber experimentado en los últimos tiempos; así como las apreciaciones realizadas sobre el sistema de descuentos que –de modo habitual- rige en la materia; o las referidas a las necesidades de comunicación del GCBA; y también aquellas ligadas a los criterios que rigen la inversión y distribución del presupuesto anual de publicidad; o las que aluden al alcance local de los medios vecinales -restringido a su área de influencia-; y las vinculadas a la falta de criterios homogéneos y formales de medición de su impacto y audiencia; exceden el marco de análisis de la tutela preventiva cuestionada en la medida en que si bien se vinculan a la política pública del GCBA en materia de publicidad oficial (al igual que el objeto de este pleito), no se ha demostrado la interrelación de tales cuestiones con los expresos términos de la ley n° 2587 y de su decreto reglamentario n° 933/2009.

**VIII.** Es dable añadir que si bien es una obviedad que el pago de la pauta institucional a los medios vecinales de comunicación social proviene del presupuesto de la Ciudad, la forma de cálculo de las sumas a abonar han sido determinadas por el legislador en la ley n° 2587 y reglamentadas por el señor Jefe de Gobierno mediante el

decreto n° 933/2009, excediendo las competencias del poder judicial expedirse sobre la conveniencia o el mérito de dichas decisiones, en la medida en que se respete el principio de legalidad y de jerarquía normativa.

En consecuencia, no se advierte que sea la tutela cautelar concedida la que posterga los beneficios de la comunidad priorizando a los actores y tampoco la que avala una mala aplicación de los recursos públicos, como sostuvo el recurrente.

En otras palabras, no es función del poder judicial definir la política pública adoptada en la materia y la determinación de las prioridades, siendo esa una función reservada al legislador que debe ser ejecutada -dentro de ese marco- por el Ejecutivo.

**IX.** Finalmente, resta expedirse respecto de los agravios vinculados con la contracautela impuesta. La recurrente la consideró insuficiente y afirmó que el sentenciante no ponderó el daño al interés general que genera la tutela concedida; añadiendo que dicho interés no resultaría atendido adecuadamente con la caución juratoria prestada.

A fin de resolver este planteo, es preciso realizar sendas consideraciones que resultan atinentes a ese fin.

En primer lugar, no debe perderse de vista que el presente caso tramita por la vía rápida y expedita del amparo.

En segundo término, no puede obviarse que los medios vecinales de comunicación social -para ser beneficiarios de la ley n° 2587- deben revestir la calidad de gratuitos.

En tercer orden, cabe recordar que el objeto de este pleito no sólo persigue una cuestión patrimonial sino también el respeto de sendos derechos fundamentales (legalidad y jerarquía normativa; transparencia de los actos de gobierno; ejercicio de actividad cultural; y libertad de expresión).

También, debe ponderarse -por un lado- que la fijación de una caución real o personal no puede constituir un obstáculo para el efectivo ejercicio del derecho de defensa.

Por el otro, es necesario apreciar que el presente agravio fue vinculado al supuesto daño que la medida cautelar genera al interés general; y ese perjuicio

-conforme el análisis realizado en los considerandos precedentes- no fue debidamente justificado.

La valoración conjunta de las circunstancias precedentes conducen a considerar suficiente la caución fijada por el *a quo* y, por ende, al rechazo del agravio; máxime cuando el art. 14 de la ley n° 2145 prescribe que la fijación de la contracautela no puede implicar un menoscabo a la tutela cautelar.

**X.** En síntesis, conforme lo expuesto, corresponde rechazar el recurso de apelación deducido por el GCBA y, consecuentemente, confirmar –de acuerdo a los fundamentos aquí expuestos- la resolución apelada, con costas a la demandada vencida conforme el principio objetivo de la derrota (arts. 26, ley n° 2145; y 62 y 63, CCAyT).

#### **Disidencia de la jueza Mariana Díaz:**

**I.** A fin de evitar reiteraciones innecesarias, doy por reproducidos los considerandos I a IV del voto de la mayoría.

**II.** Definido el marco normativo, corresponde analizar los agravios referidos a la ausencia del *fumus bonis iuris*.

**a.** Para comenzar, se advierte que la cuestión a dilucidar reside en determinar, liminarmente, si –como adujo la apelante- el precio que paga el GCBA (como consecuencia del sistema previsto en la resolución n° 813/2018) respeta el art. 13 de la ley n° 2587 y la reglamentación que el decreto n° 933/2009 hace de dicho artículo.

**b.** En ese marco, es preciso observar–en términos liminares- que no surgiría de manera clara que las previsiones contenidas en la reglamentación objetada se aparten de los lineamientos establecidos en la ley n° 2587.

**b.1.** En efecto, esta última establece que la tarifa publicitaria que deben percibir los medios vecinales se calcula sobre el valor más bajo del espacio publicitario de toda

la página siete del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad. Por su parte la resolución impugnada dispone que ese valor más bajo es el que surge de la compulsión semestral de precios de esa misma página siete.

Conforme la descripción precedente, no es posible afirmar –en este estado inicial del proceso- que la resolución no respete el parámetro establecido en la ley y el decreto, pues el importe que surge de la compulsión semestral, en principio, podría ser considerado el más bajo que exige la ley.

En otras palabras, no se evidencia *prima facie* que este aspecto de la resolución cuestionada constituya efectivamente un exceso reglamentario sin perjuicio de lo que pudiera resolverse al momento de expedirse sobre el fondo de la materia objeto de este pleito.

**b.2.** También los actores cuestionaron la resolución en cuanto establece que el valor de cálculo de la pauta institucional –con sustento en el sistema de compulsión- se defina de modo semestral cuando, a su entender, el decreto reglamentario prevé que ese monto debe ser fijado mensualmente.

Sin embargo, bajo la directiva dispuesta en la ley es posible interpretar –en esta instancia preventiva- que cuando la resolución dispone que las propuestas que los oferentes realizan en el marco de la compulsión semestral debe realizarse sobre “...*el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete del diario pago de mayor tirada en la Ciudad, correspondiente a la anteúltima semana de cada mes*”, estaría refiriéndose a cada mes en que deba llevarse a cabo dicho procedimiento concursal.

En tal sentido, *ab initio*, no sería posible afirmar –en el limitado ámbito de estudio que ameritan las medidas precautorias- que la resolución impugnada transgreda este aspecto del art. 13 del anexo de la decreto n° 933/2009.

**b.3.** Los actores también impugnaron aquella resolución con sustento en que mientras el decreto reglamentario de la ley n° 2587 previó que la base de cálculo de la contraprestación por publicidad que deben percibir los medios vecinales no puede coincidir con una edición que contenga un precio promocional (producto de rebajas o descuentos de cualquier naturaleza); aquella resolución –según su criterio, en

contraposición con la regla superior- admitió un sistema (compulsa de precios) que se caracteriza por ofertar los mayores descuentos posibles a fin de resultar beneficiado por la contratación. Y es sobre dicha base reducida que –según entienden los demandantes- el GCBA determinará los valores que percibirán los medios vecinales en concepto de pauta institucional.

Sobre el particular, cabe insistir –en términos provisionales- que una cosa es la exigencia normativa de que la base de cálculo de la pauta institucional que reciban los medios vecinales deba sustentarse en una edición sin descuentos y otra diferente es que, a partir de dicha base sin descuento, se realice la compulsa semestral que permitirá establecer el valor más bajo de la página siete del diario de mayor tiraje en la Ciudad sobre la cual se calcularán las cifras a percibir por los medios vecinales en concepto de pauta institucional.

En tal entendimiento inicial, no se advierte, en principio, transgresión al decreto n° 933/2009 por parte de la resolución cuestionada.

**b.4.** Establecido lo anterior, toca analizar el restante planteo articulado por el accionante.

Para fundar la invalidez de la resolución, la parte actora afirmó que el decreto agregó “...una garantía mayor en protección del criterio objetivo y la certidumbre” (fs. 6), al estipular que “...el valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tirada durante la tercer semana de cada mes procederá, siempre y cuando las ediciones de cualquiera de los días de esa semana no coincidan con un precio promocional producto de rebajas o descuentos de cualquier naturaleza aplicados sobre el valor normal, habitual o corriente”, debiendo en tal caso, calcularse “...sobre el valor inmediato anterior que no hubiera sufrido descuentos promocionales o de cualquier otra naturaleza, teniendo en cuenta que la Pauta Institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido” (fs. 6 vta.).

Además sostuvo que “...la Resolución N° 813/2018 permite que la pauta institucional pueda ser inferior al mayor valor percibido”, siendo ello “...lo que ha ocurrido en el mes de febrero de 2018” (fs. 10 vta.). Insistió en que el “[e]l mandato de que la pauta institucional no podrá ser inferior al mayor valor percibido se quebranta al emplear el sistema tarifario dispuesto por la Resolución N° 813/2018”, pues a partir

de su aplicación, “...los Medios Vecinales están recibiendo una menor asignación por contraprestación publicitaria, en comparación con la recibida durante el año 2017 y el mes de enero de 2018” (fs. 11).

Ahora bien, el marco jurídico descrito en la presente conduce a señalar que – en el acotado marco de esta etapa del proceso- los argumentos bajo los cuales la actora impugnó la resolución n° 813/2018 no pueden tener favorable acogida. Ello así, en atención a que los términos de la citada norma se encontrarían *prima facie* en consonancia con las previsiones de la ley n° 2587, en cuanto allí se dispuso que “[1]a tarifa publicitaria que perciben mensualmente los Medios Vecinales de Comunicación Social es la que resulta de aplicar los porcentajes que se establecen en este artículo al valor más bajo del espacio publicitario de toda la página siete (7) del diario pago de mayor tiraje en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires” (cfr. art. 13).

La interpretación que propicia la parte de las normas en juego no permite dar por configurada la verosimilitud en el derecho, toda vez que admitirla supondría privar de efectos a un precepto que se adecuaría al texto de la ley que vino a reglamentar. En este sentido, no debe perderse de vista que en la citada resolución n° 813/2018 se aprobó la implementación del mecanismo (compulsa semestral de precios) utilizado por el demandado para calcular y abonar el valor de los avisos que publica (cfr. Res. 197/SECM/16, mod. por Res. 52/SECM/18), a fin de establecer la pauta publicitaria prevista en la ley n° 2587, no habiéndose demostrado por el momento que el citado sistema contravenga las previsiones de la ley mediante la cual se instauró el derecho que alega lesionado.

Por lo demás, siendo que los alcances que la actora pretende asignar al decreto n° 933/2016 –en particular, su vinculación con la ley n° 2587, y la relación de sus previsiones con lo dispuesto en la resolución n° 813/2018- requeriría un análisis impropio de la instancia cautelar, es dable concluir que la protección requerida excede el limitado marco de conocimiento que permiten las medidas precautorias.

**b.5.** En esa línea, la complejidad de las cuestiones a las que remite el análisis de los planteos formulados por la accionante, impide dar por acreditado el *fumus bonis iuris* exigible para otorgar el anticipo de tutela solicitado.

Esta Sala ha tenido oportunidad de señalar que el peticionante de una medida cautelar no puede quedar relevado del deber de comprobación de la verosimilitud de su derecho, para lo cual habrá de arrimar los elementos idóneos para producir convicción en el ánimo del tribunal sobre la apariencia de certeza o credibilidad (*in re*, “Stagnaro, José c/ GCBA s/ Impugnación actos administrativos”, EXP 176/0; “Calabretta, Alejandro Antonio c/ G.C.B.A. y otros s/ Amparo, Exp nº 8311/0; Martínez Botos, Raúl, *Medidas cautelares*, Universidad, Buenos Aires, 1996, pág. 41, y jurisprudencia allí citada); resultado que –de acuerdo a lo manifestado– no se verifica en este caso (ver apartado V.b.).

En otras palabras, si bien es cierto que las medidas cautelares no exigen un examen de certeza respecto del derecho invocado, limitándose a la verificación de la apariencia de tal, también es verdad que —tal como sostuvo la Corte Suprema de Justicia de la Nación— “*Si bien el dictado de medidas cautelares no exige el examen de certeza sobre la existencia del derecho pretendido...quien lo solicita tiene la carga de acreditar "prima facie", entre otros extremos, la existencia de verosimilitud en el derecho invocado, ya que resulta exigible que se evidencien fehacientemente las razones que la justifiquen*” (CSJN, “Galera Lucas c/ Provincia de Córdoba, 11/03/2003).

**III.** Sentado lo anterior, cabe recordar que, ante la falta de verosimilitud del planteo propuesto a conocimiento del Tribunal, resulta innecesario expedirse sobre el peligro en la demora (esta Sala, *in re* “Eg3 Red S.A. c/ G.C.B.A. s/ Medida Cautelar”, EXP nº 5467/0; “Malacalza, Alberto c/ G.C.B.A. s/ Otros procesos incidentales”, EXP nº 5764/1; “Máxima S.A. AFJP c/ G.C.B.A. s/ Impugnación de actos administrativos”, EXP. nº 9775/0).

**IV.** Sólo a mayor abundamiento, es dable agregar que la forma en que se resuelve no desatiende la protección que el ordenamiento jurídico habría reconocido a los medios vecinales de comunicación social, toda vez que no quedan privados de las sumas que, en concepto de pauta institucional, reciben. Ello sin perjuicio del resultado al que se arribe en la sentencia de fondo con relación al modo de cálculo reclamado en la demanda.

V. De acuerdo a lo manifestado, debe hacerse lugar al recurso de apelación deducido por el GCBA y, en consecuencia, revocar el decisorio de grado, con costas a la vencida en virtud del principio objetivo de la derrota (art. 14, CCABA).

Por todo lo expuesto, y de conformidad con lo dictaminado la señora Fiscal ante la Cámara, Tribunal –por mayoría- **RESUELVE**: 1) Rechazar el recurso de apelación deducido por el GCBA y, consecuentemente, confirmar –de acuerdo a los fundamentos aquí expuestos- la resolución apelada. 2) Imponer las costas a la demandada vencida conforme el principio objetivo de la derrota (arts. 26, ley n° 2145 –t.c. 2018-; y 62 y 63, CCAyT).

Regístrese, notifíquese a las partes por Secretaría y al Ministerio Público Fiscal en su despacho. Oportunamente, devuélvase

Mariana DIAZ  
Jueza de Cámara  
Contencioso Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
*(en disidencia)*

Carlos F. BALBIN  
Juez de Cámara  
Contencioso, Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Fabiana H. SCHAFRIK de NUÑEZ  
Jueza de Cámara  
Contencioso Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires