

Fecha: 29-05-2024  
 Medio: El Mercurio  
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Las dudas en torno a quién visó en La Moneda el polémico video de Jeannette Jara

Pág.: 2  
 Cm2: 408,1  
 VPE: \$ 5.360.155

Tiraje: 126.654  
 Lectoría: 320.543  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Unidad de *marketing* de la Secom debería haber aprobado propuesta:

# Las dudas en torno a quién visó en La Moneda el polémico video de Jeannette Jara

Chile Vamos acudirá hoy a la Contraloría General de la República para denunciar pieza audiovisual que tuvo costo de \$47 millones.

JORGE SOTO

Ribetes inesperados ha causado la discusión de la reforma previsional a pocos días de la Cuenta Pública presidencial.

Uno de ellos ha sido la campaña encabezada por el Ministerio del Trabajo que según la oposición va en contra de lo establecido por la Contraloría General de la República, la cual ha objetado campañas publicitarias del Ejecutivo cuando se trata de proyectos de ley que no han sido aprobados por el Congreso.

En el dictamen número 47311, el ente fiscalizador objetó los gastos en los que incurrió en el año 2002 el gobierno de Ricardo Lagos para promocionar los beneficios del Plan Auge.

Aquel problema ha abierto varios flancos dentro de La Moneda. ¿Cuál fue el rol de la Secretaría de Comunicaciones en la aprobación del *spot*? Versiones apuntan a que la repartición dependiente de la ministra secretaria general de Gobierno, Camila Vallejo, y encabezada por Pablo Paredes no habría aprobado la idea de los equipos del Ministerio del Trabajo. Trascendidos que son descartados por parte de la cartera liderada por Jeannette Jara, quienes sostienen que todas las campañas que quieren hacer los ministerios son visadas por el área de *marketing* que encabeza la publicista Monseerrat Bauzá.

Desde la Secom indicaron que la campaña de Jara fue visada por los equipos jurídicos del Ministerio del Trabajo, los que aparentemente no habrían alertado sobre los vicios legales del *spot*. Sin embargo, desde la Secom no informaron si ellos aprobaron la campaña que finalmente apareció en redes sociales y que tuvo un costo de \$47 millones.

Con todo, en el Gobierno indican que no bajarán la campaña hasta esperar la determinación de Contraloría.

Sobre ese punto hay cierto optimis-



La campaña del Gobierno ha sido difundida en redes sociales y en las cuentas institucionales.

mo por otros fallos ligados a este tema.

Uno de ellos tiene que ver con el despliegue de ministros por Chile indicando los beneficios que traería la reforma tributaria. En ese sentido, el ex-contralor Jorge Bermúdez afirmó que “no existen elementos para suponer que las actividades realizadas y los eventuales gastos incurridos en ellas se hayan destinado a fines proselitistas o de propaganda política, en contravención al principio de probidad administrativa”.

## Chile Vamos acude a Contraloría

Hoy, a las 10:45 horas, los jefes de bancada de Chile Vamos, Frank Sauerbaum (RN); Juan Antonio Coloma (UDI) y Jorge Guzmán (Evópoli), pedirán a Contraloría que se pronuncie sobre la legalidad del *spot*.

En un escrito impulsado por RN se establece que “de los incisos finales transcritos supra del artículo 21 de la Ley de Presupuestos en régimen, queda en evidencia la prohibición de utilizar recursos para campañas que favorezcan al Gobierno si no se pudieren enca-

sillar dentro de los fines institucionales. De hecho, dentro del catálogo de actividades que pudieren calificarse ‘gastos de publicidad y difusión para el cumplimiento de las funciones institucionales’, no se encuentran políticas públicas en fase de diseño ni menos proyectos de ley en trámite legislativo”.

El diputado Sauerbaum indicó: “En la dramatización del video se minimiza la posición de la oposición, se simplifica el debate de manera tendenciosa y se desvirtúa el proyecto de ley con una vinculación a la Pensión Garantizada Universal, política pública vigente”.

Coloma añadió: “La objeción de ilegalidad que alegamos es que tanto el Seguro Social como el 6% de cotización fueron rechazadas por la Cámara de Diputados. Por lo tanto, no existe en el proyecto y es evidente que no se puede promover algo que no está”.

El diputado Guzmán por su parte dijo: “El Ministerio del Trabajo ha cometido una falta grave a los principios de probidad y al principio de legalidad al financiar una campaña millonaria de carácter publicitario para una política pública que aún no existe en nuestro país”.