



JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS

SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA

Resolución 9090/2023

RESOL-2023-9090-APN-SMYCP#JGM

Ciudad de Buenos Aires, 10/03/2023

VISTO el Expediente EX-2023-25822223- -APN-DRRHHMYCP#JGM, la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nacional N° 24.156 y su reglamento aprobado por Decreto N° 1344 del 4 de octubre de 2007 y sus normas modificatorias; la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, los Decretos N° 2219 del 6 de julio de 1971 y su modificatorio, N° 984 del 27 de julio de 2009 y sus modificatorios, N° 14 del 11 de enero de 2011 y sus modificatorios, N° 7 del 10 de diciembre de 2019 y N° 50 del 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios; las Resoluciones N° 247 del 24 de agosto de 2016 de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA y N° 4 del 28 de febrero de 2020 de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA y su modificatoria N° 35412 del 11 de Noviembre de 2022, y;

CONSIDERANDO:

Que mediante el Decreto N° 984/2009 y sus modificatorios se estableció el mecanismo para la realización y contratación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, así como el correspondiente servicio publicitario creativo, arte y producción gráfica y audiovisual que realicen la ADMINISTRACIÓN PÚBLICA NACIONAL y los organismos comprendidos en los incisos a), c) y d) del artículo 8° de la Ley N° 24.156 y sus modificatorias, cualquiera fuera su fuente de financiamiento.

Que por el Decreto N° 14/2011 se estableció que la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS es la autoridad de aplicación de lo dispuesto en el Decreto N° 984/2009, y se le encomendó el dictado de las normas interpretativas, aclaratorias y complementarias para su ejecución e implementación.

Que mediante el dictado de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA se definió lo que es publicidad oficial, se creó un registro de proveedores, se fijaron criterios de asignación de publicidad oficial a ser empleados al momento de realizar la planificación de una campaña de comunicación y la selección de los proveedores destinatarios de la pauta oficial y se delimitó el contenido de las campañas de publicidad oficial excluyéndose de las mismas aquellos elementos que, por el tenor del mensaje a difundir, pudiera afectar en cualquier medida derechos consagrados en la Constitución Nacional y Tratados de Derechos Humanos y Sociales.



Que desde el dictado de aquella resolución se han emitido normas que la modificaron, excluyendo de su alcance a algunos organismos, derogando alguno de sus artículos o modificando las estructuras de los que deben aplicarlas, como fue el dictado del Decreto N° 823/2022 modificatorio del Decreto N° 984/2009.

Que asimismo en el tiempo transcurrido se han recogido conclusiones en cuanto a su aplicación que tornan conveniente su revisión y adecuación integral.

Que la agencia TELAM S.E, efectúa la planificación y contratación de espacios publicitarios y produce la publicidad oficial que le fuera requerida por las diferentes áreas del Gobierno Nacional, actuando al efecto como “Agencia de Planificación de Publicidad” y como “Agencia Creativa”, canalizando la misma por los medios de difusión públicos o privados que se encuentran a su vez inscriptos en su propio Registro de proveedores.

Que, por razones de practicidad y eficiencia, resulta adecuado proceder a la unificación de los Registros de Proveedores de Publicidad Oficial existentes en la Dirección Nacional de Publicidad Oficial (RENAPPO) y en TELAM SE, a efectos de evitar una superposición de ambos registros, transfiriéndose su funcionamiento a la órbita de esta última.

Que así también y entendiendo que la comunicación pública es un delicado instrumento que no debe utilizarse para promover y/o avalar, ya sea de forma directa o indirecta, discursos violatorios a los derechos personalísimos de sus ciudadanos deviene necesario rever los criterios oportunamente fijados.

Que asimismo determinados medios de comunicación deben velar por el cumplimiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y son responsables por los contenidos que se difunden.

Que al respecto, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 establece en su artículo 70: “La programación de los servicios previstos en esta ley deberá evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios basados en la raza, el color, el sexo, la orientación sexual, el idioma, la religión, las opiniones políticas o de cualquier otra índole, el origen nacional o social, la posición económica, el nacimiento, el aspecto físico, la presencia de discapacidades o que menoscaben la dignidad humana o induzcan a comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de los niños, niñas o adolescentes”.

Que por su parte el artículo 71 dispone que “Quienes produzcan, distribuyan, emitan o de cualquier forma obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad velarán por el cumplimiento de lo dispuesto por las leyes (...)”

Que el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sus reglamentaciones o las condiciones de adjudicación, dará lugar a la aplicación de sanciones a los titulares de registros.

Que el artículo 103 de la Ley N° 26522 prevé que el incumplimiento por los radiodifusores de las obligaciones establecidas en la ley, sus reglamentaciones o las condiciones de adjudicación, dará lugar a la aplicación de diversas sanciones entre las que figura, en su inciso d, la suspensión de publicidad.



Que si el propio marco normativo prevé como una de las sanciones posibles la suspensión para el medio de la posibilidad de vender sus espacios publicitarios tanto a públicos como a privados es razonable, atento los principios de unicidad y no contradicción, que el propio Estado establezca los mecanismos para no pautar, al menos temporalmente, en aquellos medios que han incumplido las obligaciones que la concesión de la licencia les imponía.

Que es responsabilidad de esta SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE, en consonancia con lo dispuesto en los artículos 70 y 71 de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, no proveer, ni siquiera de forma indirecta, a la difusión y propagación de mensajes de tal índole, mediante la asignación de publicidad oficial a medios que incurran en esas prácticas.

Que deviene necesario en consecuencia y corresponde a esta SECRETARÍA el dictado de una medida que acompañen los preceptos de la Ley N° 26.522 y respalde las acciones dispuestas por el Ente Regulador en la materia en los casos en que alguno de los proveedores de publicidad oficial alcanzados por dicha norma incurriera en conductas reprochables.

Que ha tomado la intervención propia de su competencia el servicio jurídico de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

Que la presente resolución se dicta en virtud de las facultades conferidas por los Decretos N° 357/2002 y sus modificatorios, el N° 984/2009 y sus modificatorios, y el N° 218/2022.

Por ello,

EL SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACION PÚBLICA DE LA JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Modifícase el Artículo 1° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 1° — Publicidad oficial. Se considera publicidad oficial, a los efectos de la presente resolución, a toda forma de comunicación, anuncio o campaña institucional, de carácter oneroso, gratuito o cedido por imperio legal, efectuada a través de cualquier medio de comunicación, que realice la ADMINISTRACIÓN PÚBLICA NACIONAL y los organismos comprendidos en los incisos a), c) y d) del artículo 8° de la Ley N° 24.156 y sus modificatorias, para difundir acciones o informaciones de interés público”.

ARTÍCULO 2°.- Modifícase el Artículo 3° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 3° — Podrán ser destinatarios de la pauta oficial, solamente aquellos medios y/o productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, que al momento de la asignación se encuentren inscriptos en el Registro Nacional de Proveedores de Publicidad Oficial (RENAPPO) o el que en el futuro lo reemplace.”





ARTÍCULO 3°.- Modifícase el Artículo 4° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 4° — Las partidas presupuestarias destinadas a la publicidad oficial se distribuirán por campañas. La SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA, planificará las mismas mediante el procedimiento que a tal efecto establezca acorde sus competencias.”

ARTÍCULO 4°.- Modifícase el Artículo 8° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 8° — Criterios Objetivos. Las partidas de publicidad oficial se asignarán a las distintas publicaciones y/o medio por campaña y utilizando los siguientes criterios objetivos:

a) Alcance del medio

En función de su circulación o audiencia, para cuya determinación se tendrán en cuenta los indicadores de referencia en cada mercado y los registros que el proveedor certifique mediante declaración jurada.

b) Pertinencia del mensaje

En función de la especialización del medio o plataforma y en relación a la audiencia o público objetivo del mensaje.

c) Zona geográfica

En función que los mismos posean una comprobable cobertura de una determinada zona o región geográfica en la cual se encuentre circunscripta la audiencia o público objetivo del mensaje.

d) Fomento del federalismo

En función que los medios o plataformas receptores de publicidad se encuentren distribuidos en toda la geografía del país procurando un desarrollo armónico de la comunicación entre todas las regiones conforme su población y demás características.

e) Fomento a la pluralidad de voces

En función que los medios o plataformas sean gestionados por organizaciones sociales sin fines de lucro que acrediten debidamente su fin social, que emitan en lenguas de pueblos originarios y/o que emitan en las categorías de baja potencia según las definiciones técnicas que establece el Ente Nacional de Comunicaciones.

f) Cumplimiento de los artículos 70 y 71 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522

A los efectos de la asignación de publicidad oficial se considerará asimismo si el proveedor debidamente inscripto hubiera sido sancionado por violación a los artículos 70 y 71 de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.





Notificada fehacientemente la aplicación de una sanción por el motivo expuesto se podrá disponer la suspensión temporal de asignación de publicidad oficial a los proveedores alcanzados, pudiendo asignárseles igualmente en casos debidamente fundados en la necesidad del mensaje o porque el público objetivo del mismo no pudiera ser alcanzado por otro proveedor.

La suspensión dispuesta se mantendrá hasta que el ENACOM comunique que se ha dado cumplimiento a la sanción.”

ARTÍCULO 5°.- Modifícase el Artículo 9° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 9° — Al momento de la realización de cada una de las campañas de publicidad oficial se procurará atender la mayor cantidad posible de los criterios enunciados debiendo en cada caso establecerse el orden de prioridad entre ellos de acuerdo al mensaje a difundir y las necesidades comunicacionales puntuales.”

ARTÍCULO 6°.- Modifícase el Artículo 10° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 10. El Registro Nacional de Proveedores de Publicidad Oficial (RENAPPO) funcionará en la órbita de TELAM S.E. el que determinará sus características, usos y la información a requerir a los pretendidos proveedores.”

ARTÍCULO 7°.- Modifícase el Artículo 11° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 11. — Sin perjuicio de lo previsto en el artículo precedente el Registro deberá consignar como mínimo los siguientes datos:

- a. Identificación del medio y de sus propietarios o miembros societarios.
- b. Licencia, autorización, habilitación o inscripción para aquellos medios alcanzados por la Ley N° 26.522 y/o la Ley N° 27.078
- c. Ámbito geográfico de cobertura de cada uno de los medios de comunicación.
- d. Domicilio legal constituido.
- e. Cuadro tarifario actualizado.
- f. Declaración Jurada de Intereses prevista en el Decreto N° 202/2017.
- g. Acreditación del tiempo de permanencia en la actividad. En el caso de los medios que difunden sus contenidos por internet, esa antigüedad no podrá ser menor a un año, o más de 250.000 usuarios únicos mensuales y 5 empleados en relación de dependencia, sostenido durante el último trimestre, para poder registrarse.



h. Información sobre si se cuenta con algún código de ética periodística o manual de buenas prácticas, o si se ha adherido a algún protocolo voluntario, relativos a la no discriminación, protección de la infancia y la niñez, y/o tratamiento de noticias relativas a la violencia de género, tanto a nivel nacional o internacional.”

ARTÍCULO 8°. – Modifícase el Artículo 12° de la Resolución N° 247/2016 de la entonces SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 12. — La SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA deberá difundir dos veces al año la información relativa a la distribución de publicidad oficial, consignando quienes resultaron destinatarios de la pauta en relación a la totalidad de los postulantes”.

ARTÍCULO 9°. - La presente Resolución comenzará a regir a partir del día de su publicación en el Boletín Oficial.

ARTÍCULO 10°. - Comuníquese, publíquese, dese a la DIRECCIÓN NACIONAL DE REGISTRO OFICIAL y archívese.

Juan José Ross

e. 13/03/2023 N° 15141/23 v. 13/03/2023

Fecha de publicación 19/08/2025

