

Protocolo de actuación para el contralor de la PUBLICIDAD OFICIAL de acuerdo a la competencia otorgada por el art. 774 de la Ley 19.924 en la redacción dada por el art. 658 de la Ley 20.212.

Sujeto comprendidos.

Cualquier organismo público que realice publicidad de alcance nacional, en cualquier medio de comunicación social, esto es, servicios o plataformas de información y comunicación (art. 774)

Beneficiarios: radios comerciales AM, radios comerciales FM, radios comunitarias, señales de TV comercial abierta, señales propias de TV para abonados y prensa escrita -formato papel- del interior.

Condición del beneficio: aquellos medios con realización y producción propias y radicadas en localidades del interior que tengan como área de servicio o distribución principal el lugar de su radicación u otras localidades del interior del país.

PUBLICIDAD OFICIAL: (alcance).

La publicidad oficial es una herramienta de los organismos públicos para informar, comunicar y explicar a través de los medios de comunicación social respecto a los servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan, con la finalidad de cumplir sus cometidos y garantizar el derecho a la información y el ejercicio de los derechos civiles de los beneficiarios de las mismas o las personas en general.

Quedan comprendidas en la misma:

-Publicidad institucional entendidas como la publicidad oficial destinada a informar de las acciones, la imagen y características de los organismos públicos, su rendición de cuentas, y las campañas públicas adoptadas por el Estado en materia de planes sociales y políticas públicas y todos otros actos de difusión emanados de un organismo público que comprometan fondos públicos.

- Publicidad de bienes y servicios prestados, producidos y/o comercializados por empresas y entes del dominio comercial e industrial del Estado.

La publicidad debe ser de *alcance nacional*, es decir aquella donde el público receptor de la misma se encuentre radicado en el país, dejando afuera aquella cuyo objetivo sea informar o captar como clientes a personas fuera de las fronteras de la República.

A efectos del presente, se entenderá por *Publicación Oficial*, al material impreso o digital en formato de gaceta, libro, revista o informe u otro similar, que produce, publica, o distribuye institucionalmente el organismo público. También se considera publicación oficial, a toda aquella que legal o reglamentariamente deba hacerse mediante su publicación en el Diario Oficial.

Las Publicaciones Oficiales definidas en este inciso, no serán consideradas como Publicidad Oficial a los efectos de la aplicación del art. 774 de la Ley 19.994.

CONTRATACIÓN:

A los efectos de la contratación, los organismos deberán contemplar en su estrategia publicitaria anual, los porcentajes mínimos establecidos en la Ley y el Decreto.

En este sentido, deberán contratar los porcentajes mínimos previstos por la normativa con los medios que estén inscriptos en el Registro de Publicidad Oficial y, cumplido ello, tienen la libertad de contratarla en cualquier medio, esté inscripto o no en el mencionado Registro.

CRITERIO DE DISTRIBUCIÓN:

De acuerdo al art. 6 del Decreto 392/022, en la redacción dada por el Decreto 393/022, los medios alcanzados por esta reglamentación son: radios comerciales AM, radios comerciales FM, radios comunitarias, señales de TV comercial abierta, señales propias de TV para abonados y prensa escrita -formato papel- del interior del país.

La distribución se realizará de acuerdo a los siguientes porcentajes mínimos definidos.

Para los **organismos que no se encuentran en competencia** se dispone lo siguiente:

- se destinará un 0,5% del monto total destinado a publicidad oficial, por cada departamento del interior, lo que implica un total de 9% del mencionado monto.
- El 11% restante se distribuirá entre los distintos tipos de medios de la siguiente manera:
 - * 4,5% para señales de televisión abierta y señal propia de TV para abonados que produzcan contenido en la localidad repartiéndose **en partes iguales entre los medios habilitados**;
 - * 4,5% para radio AM comercial, FM comercial repartiéndose **en partes iguales entre los medios habilitados**;
 - * 1,9% para prensa escrita formato papel, repartiéndose según **frecuencia de publicación**;
 - * 0,1% para radios FM comunitarias repartiéndose **en partes iguales** entre los medios habilitados.

En el caso de que el **organismo se encuentre en competencia** (en particular entes autónomos y servicios descentralizados del dominio industrial y comercial del Estado – art. 774 Ley 19.924), se deberá distribuir de acuerdo a la metodología que se detalla a continuación:

- se destinará un 0,25% del monto total destinado a la publicidad oficial por cada departamento del Interior, lo que implica un total de 4,5% del monto total.

El 5,5% restante se distribuirá entre los distintos tipos de medios del interior según el criterio del organismo contratante.

* 2,25% para señales de televisión abierta y señal propia de TV para abonados que produzcan contenido en la localidad repartiéndose **en partes iguales** entre los medios habilitados;

* 2,25% para radio AM comercial, FM comercial repartiéndose **en partes iguales** entre los medios habilitados;

* 0,95% para prensa escrita formato papel, repartiéndose según **frecuencia de publicación**;

* 0,05% para radios FM comunitarias repartiéndose **en partes iguales** entre los medios habilitados.

FORMA DE CONTROL.

El art. 7 del Decreto 392/022 estipula que antes del 30 de marzo de cada año, los organismos públicos deberán rendir cuentas al Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Industria, Energía y Minería, de la publicidad realizada el año anterior, brindando detalle del monto invertido en publicidad y de los montos adjudicados a cada medio de comunicación del interior del país.

A efectos de dar cumplimiento al control establecido por el art. 774 de la Ley 19.992 en su inciso final, la URSEC coordinará con el MIEM la remisión de la información presentada por los sujetos obligados, luego del vencimiento del plazo establecido en el art. 7 del Decreto.

CRITERIOS DE DETERMINACION DE LOS MONTOS TOTALES A EFECTOS DEL IVA

Para el caso de aquellos organismos obligados que deduzcan el Impuesto al Valor Agregado, se controlará el monto sin el referido tributo.

En los demás casos se considerará el monto total con el IVA incluido, para el caso que el monto facturado contenga el impuesto.

SANCIONES.

De acuerdo al art. 774 de la Ley 19.924, en la redacción dada por el art. 658 de la Ley 20.212, le corresponde a URSEC el control del cumplimiento de la normativa, así como el establecimiento de las sanciones correspondientes.