

DECRETO N° 0565

SANTA FE, "Cuna de la Constitución Nacional", 27 de Febrero de 2014

VISTO:

El Expediente N° 00101-0238327-5 del registro del Sistema de Información de Expedientes - Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado - Secretaría de Comunicación Social- referido a la contratación de publicidad oficial; y,

CONSIDERANDO:

Que la Ley N° 10.801 dispuso incorporar el Artículo 108° bis a la Ley de Contabilidad de la Provincia (Decreto-Ley 1757/56), mediante el cual se admitió la delegación de facultades del Poder Ejecutivo a funcionarios por él designados, en todo lo vinculado con la materia de contrataciones y trámites de publicidad oficial;

Que si bien la Ley de Administración, Eficiencia y Control del Estado N° 12.510 derogó expresamente la mencionada Ley N° 10.801 y toda otra norma que reglamente su ejercicio -tales como los Decretos Nros. 2605/92 y 5/93 y sus modificatorias- (Artículo 262°); no obstante, en la actualidad, tales normas siguen siendo de aplicación en razón de lo estatuido en su Artículo 263°, que dispone que tal derogación sólo será efectiva en la medida que el Poder Ejecutivo reglamente gradualmente las materias contenidas en las normas abrogadas;

Que encontrándose pendiente de reglamentación la materia en trato, continúa vigente entonces el aludido Artículo 108° bis de la Ley de Contabilidad de la Provincia que concretamente permite al Poder Ejecutivo Provincial o al funcionario que éste designe, reconocer las erogaciones emergentes de la publicación de avisos oficiales, siempre que los medios a los cuales se ordene las publicaciones contaren con tarifas preventivamente aprobadas por la autoridad competente y se hubiere imputado oportunamente el crédito específicos con el que se deberá atender la erogación;

Que por su parte el Artículo 4° de la Ley Orgánica de Ministerios N° 12.817 establece que el Gobernador de la Provincia podrá delegar y, en su caso, autorizar a subdelegar funciones en niveles jerárquicos subordinados, determinando el modo y alcance de tal delegación o subdelegación a través de reglamentaciones adecuadas que garanticen en última instancia al delegante el ejercicio de sus propias atribuciones;

Que sentado ello, corresponde señalar que los Decretos Nros. 2605/92 y 5/93 -y sus modificatorios- regulan lo relativo a publicidad oficial en medios de comunicación radiales, televisivos y gráficos; sin embargo, siendo notorio el crecimiento de la fluidez comunicacional a través de las redes de comunicación electrónica, en la actualidad sólo las Resoluciones Ex Subsecretaría de Comunicación Social Nros. 69/05 y 1/06 y la Resolución Ex Subsecretaría de Información Pública y Com. Social N° 162/06 refieren a la misma en dichas redes;

Que asimismo, en cuanto a la publicidad en la vía pública como modalidad de difusión mediante la fijación cambiante de afiches en carteleras habilitadas, corresponde destacar que la misma tampoco fue contemplada en los decisorios vigentes en la materia, rigiéndose únicamente por las previsiones contenidas en la Resolución Ex Subsecretaría de Información Pública y Com. Social N° 150/05;

Que este último medio de comunicación permite mayor accesibilidad y cercanía con el ciudadano, facilitándose de ese modo el conocimiento de los actos de gobierno;

Que el deber de informar los actos de gobierno, sólo puede considerarse cumplido en forma íntegra cuando son utilizados todos los medios de comunicación posibles, y a cuyo conocimiento tenga acceso la mayor cantidad de ciudadanos;

Que por los motivos expuestos, resulta necesario regular todo aquello que resulte esencial a la contratación de publicidad oficial en sus diversas formas posibles, en un único decisorio que coadyuve a una mejor comprensión del intérprete y guarde un orden sistemático de las mismas, compilando bajo un sólo encuadre jurídico todos los textos normativos existentes en la materia e incorporando, incluso, aspectos no contemplados en aquellos;

Que, asimismo, acompañando a esta unidad normativa, se propicia rentar y adaptar a la misma el "Sistema de Gestión de Pautas Publicitarias", que tiene como objetivo ratificar la afectación preventiva del gasto en publicidad, abarcando todo el circuito de contratación publicitaria y contemplando, de modo integral y dinámico, las medidas de seguridad necesarias cuya utilización conlleva, -entre otros beneficios-, el de evitar errores, facilitar el control y la producción de informes de auditoría.

Que han tomado intervención de su competencia la Dirección General de Asuntos Jurídicos del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado (Dictamen N° 50/2013) y Fiscalía de Estado (Dictamen N° 0044/2014).

Que el presente se dicta en ejercicio de las atribuciones conferidas a este Poder Ejecutivo por el artículo 72 inciso 4° de la Constitución Provincial;

POR ELLO:

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

DECRETA:

ARTICULO 1°.- Establécese que la totalidad de las reparticiones de la administración pública centralizada, organismos descentralizados, entes autárquicos, empresas y sociedades del Estado Provincial y, en general, cualquier órgano o ente público provincial en el cual la Provincia tuviere participación; deberán comunicar al Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, a través de la Secretaría de Comunicación Social, el presupuesto asignado para publicidad a los efectos de elaborar, en conjunto con la misma la planificación de la política de comunicación respectiva del área, organismo, ente o empresa de que se trate.

ARTICULO 2°.- Exceptúase de lo dispuesto en el artículo precedente, la publicidad oficial resultante del cumplimiento de disposiciones legales y reglamentarias que prescriben, con carácter obligatorio, el requisito de la difusión pública de procedimientos, actos o medidas de gobierno.

ARTICULO 3°.- La Secretaría de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado participará en forma directa en la planificación de la inversión en publicidad no comprendida en los alcances del Artículo 2°, quedando a su criterio definir si la contratación y posterior reconocimiento y pago de la misma se realizará por su intermedio o desde el organismo, ente o empresa respectivo y con cargo a sus recursos presupuestarios específicos.

ARTICULO 4°.- Establécese que el reconocimiento y pago de publicidad oficial será dispuesto por resolución del Señor Secretario de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, hasta el monto que pueden disponer en forma conjunta con el Señor Ministro de Economía, los Señores Ministros, Secretarios de Estado y Fiscal de Estado, en los procedimientos de contratación sustanciados conforme con lo dispuesto por el Artículo 106° de la Ley de Contabilidad (Decreto Ley N° 1757/56, modificada por el Artículo 2 de la Ley N° 12.489 y actualizada por Decreto N° 3226/05) y sus reglamentaciones, o normas que las sustituyan en el futuro. En cuanto excedan de dicho monto, el reconocimiento y pago será dispuesto por decreto del Poder Ejecutivo.

ARTICULO 5°.- En caso de ausencia, vacancia, o impedimento del señor Secretario de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, las facultades contempladas en el artículo precedente serán ejercidas -con idénticos alcances- por la Subsecretaría de Planificación Publicitaria de esa dependencia.

ARTICULO 6°.- Dispónese que, a los fines de determinar el ámbito de competencia para ordenar el reconocimiento y pago de las facturaciones emergentes de la emisión de publicidad oficial, serán considerados los montos involucrados en cada orden publicitaria individualmente considerada, con independencia de que pueda disponerse en forma concomitante y simultánea en un mismo acto administrativo el reconocimiento y pago de facturaciones correspondientes a varias órdenes publicitarias.

ARTICULO 7°.- Establécese que las tramitaciones inherentes al reconocimiento y pago de erogaciones emergentes de la emisión de publicidad oficial, quedarán excluidas de la intervención de la Dirección Provincial de Contrataciones y Gestión de Bienes, dependiente del Ministerio de Economía, y no será de aplicación a las mismas las disposiciones del Decreto-Acuerdo N° 2808/79 y los artículos 48° a 57° del Decreto-Acuerdo 809/79 o las que las sustituyeren en el futuro.

ARTICULO 8°.- Autorízase a la Secretaría de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, a disponer la aprobación de las tarifas propuestas por los medios masivos de comunicación, agencias de publicidad y productoras de contenidos para la publicación de avisos oficiales, debiendo expedirse siempre en forma previa sobre la equidad y razonabilidad de las mismas.

En caso de ausencia, vacancia o impedimento del funcionario a cargo de la Secretaría mencionada en el párrafo precedente, las facultades cuya delegación se dispone en él serán ejercidas -con idénticos alcances-, por la Subsecretaría de Planificación Publicitaria de su dependencia.

ARTICULO 9°.- Las órdenes de publicidad deben expresar, como mínimo, su número correlativo, el medio de comunicación al cual se encomienda la difusión del mensaje, la fecha de emisión o publicación del mismo, su texto y duración, el monto autorizado conforme a las tarifas aprobadas y vigentes a la fecha de emisión de aquella, y en su caso, las imágenes, dimensiones o particularidades que fueran menester.

A estos efectos sólo se aceptarán como válidas las órdenes de publicidad que emite el Sistema de Gestión de Pautas Publicitarias. El sistema emitirá una única orden de publicidad con dos copias, el original será conformado por los funcionarios responsables del área y servirá como constancia del trámite, y el duplicado, que será remitido vía correo electrónico al domicilio que a esos fines hubiere constituido el medio de comunicación de que se trate, se remitirá acompañando la documentación pertinente para gestionar el pago.

ARTICULO 10°.- Establécese que no serán de aplicación los artículos 6°, 8° y 9° respectivamente, cuando se trate de difusión de publicidad contextual en plataformas digitales interactivas o de difusión de publicidad oficial o de actividad de gobierno en medios de comunicación o medios digitales on line, a través de la modalidad de auspicio o patrocinio, las cuales tendrán un régimen especial para la contratación y pago. En tales supuestos, la relación contractual quedará conformada a través de la aceptación de los términos y condiciones de uso por los cuales se rige cada plataforma digital, la cual consolidará un acuerdo legal entre las partes

de tipo virtual, siendo la forma de pago para esta modalidad publicitaria por anticipado y al momento de efectivizar la contratación de la campaña, a través de una tarjeta de crédito corporativa.

ARTICULO 11°.- Autorízase al Secretario de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado a dictar las disposiciones inherentes al procedimiento y requisitos para la aprobación de tarifas relativas a cada medio de comunicación, de acuerdo a su criterio y en observación de la normativa vigente en la materia.

ARTICULO 12°.- Facúltase a la Secretaría de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado a resolver todas aquellas cuestiones operativas, relativas a la implementación del presente decreto y vinculadas a la temática tratada en el mismo.

ARTICULO 13°.- La Secretaría de Comunicación Social y la Subsecretaría de Planificación Publicitaria del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, podrán instrumentar -por sí o por terceros- controles asistemáticos y selectivos con relación a la publicidad emitida en los medios televisivos, radiales, gráficos, en Internet, en plataformas digitales interactivas, en la vía pública, en cine o teatro, a través de patrocinio o auspicio, y/o en cualquier otro medio de comunicación no contemplado en el presente decreto y que tenga por objeto difundir publicidad oficial.

ARTICULO 14°.- Modifícase el artículo 3° del Decreto 48/09, el que quedará redactado de la siguiente manera:

“ARTICULO 3.- La Secretaría de Comunicación Social, del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado no podrá pautar por sí o por cuenta y cargo de otros organismos oficiales, la emisión de avisos publicitarios a través de medios, agencias o productoras que no se encontraren inscriptas en el Registro de Medios de Comunicación, Agencias de Publicidad y Productores de Contenido, cuya creación se dispone por el presente; y deberá verificar la subsistencia de la inscripción en ocasión de disponer los controles previos al reconocimiento y pago de las facturaciones respectivas conforme al procedimiento establecido en la normativa vigente”.

ARTICULO 15°.- Derógase el Decreto N° 2605/92; Decreto N° 5/93 -y su anexo de normas sobre certificación de emisión de publicidad oficial-; Decreto N° 214/07, Decreto N° 920/08, Resolución Ex Subsecretaría de Comunicación Social Nro. 69/05 -y su anexo de normas sobre certificación de publicidad oficial en Internet- y su modificatoria Resolución Ex Subsecretaría de Información Pública y Com. Social Nro. N° 1/06 y Resoluciones Ex Subsecretaría de Información Pública y Com. Social Nros. 150/05, 14/05, 162/06 y 10/05.

ARTICULO 16°.- Apruébanse las “Normas Generales sobre Certificación de Emisión de Publicidad Oficial” que constan en el “ANEXO UNICO” que forma parte integrante del presente decreto.

ARTICULO 17°.- Los actos emitidos en ejercicio de las autorizaciones que se confieren por medio del presente serán comunicados al Poder Ejecutivo por intermedio del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado dentro de los treinta (30) días corridos computados a partir del dictado de cada uno de los decisorios que se emitan por parte del órgano delegado.

ARTICULO 18°.- Refrédase por el Señor Ministro de Gobierno y Reforma del Estado.

ARTICULO 19°.- Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

B O N F A T T I

Rubén Darío Galassi

ANEXO UNICO

NORMAS GENERALES SOBRE CERTIFICACION DE EMISION DE PUBLICIDAD OFICIAL

ARTICULO 1°.- La certificación de la emisión de publicidad oficial pautada directamente con medios de comunicación o por intermedio de agencias publicitarias, productoras de contenidos o intermediarios que comercialicen espacios en los distintos medios de comunicación, en adelante “o similar”, se regirá por las presentes normas, siendo la Secretaría de Comunicación Social y la Subsecretaría de Planificación Publicitaria dependientes del Ministerio de Gobierno y Reforma- del Estado, y demás dependencias a su cargo, directamente responsables de su estricto cumplimiento.

En particular, se abstendrán de dar curso a las tramitaciones inherentes al reconocimiento y pago de erogaciones emergentes de la publicidad oficial en tanto no verifiquen el estricto cumplimiento de las presentes normas, obligación ésta última extensible a todos los organismos y reparticiones que deban intervenir en dichas tramitaciones, en cualquier estado de las mismas.

ARTICULO 2°.- La Secretaría de Comunicación Social y la Subsecretaría de Planificación Publicitaria dependientes del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado, a través de los organismos competentes, serán las encargadas de llevar y controlar el Registro de Firmas -cualquiera sea su modalidad- de sujetos autorizados por los Directivos o personas facultadas para ello, conforme la estructura jurídica o societaria de los distintos medios de comunicación, para certificar la efectiva emisión de los avisos publicitarios

oficiales pautadas con los mismos, o para ser emitida a través de ellos.

Los sujetos que registraren su firma en el Registro mencionado en el párrafo precedente, serán los únicos que podrán suscribir las planillas de certificación horaria o documentación que haga sus veces a los fines de tramitar el cobro de las facturaciones correspondientes a la emisión de publicidad oficial.

En virtud de ello, los medios audiovisuales deberán comunicar de inmediato al organismo de aplicación de las presentes normas cualquier modificación producida respecto de las autorizaciones oportunamente otorgadas.

Los medios de comunicación audiovisual del interior de la provincia o situados fuera del territorio provincial, podrán certificar - por ante escribano público, autoridad judicial, policial o entidad bancaria la firma de los sujetos autorizados para emitir las certificaciones de publicidad respectivas.

ARTICULO 3°.- Las planillas de certificación horaria de la publicidad emitida o la documentación que haga sus veces, revestirán -a todos los efectos legales- carácter de declaración jurada, y la constatación por cualquier medio fehaciente de su falseamiento total o parcial dará lugar a la inmediata desestimación del trámite respectivo, sin perjuicio de las acciones legales a que hubiere lugar.

ARTICULO 4°.- La efectiva emisión de la publicidad pautada será certificada por los medios de comunicación en que la misma haya sido difundida aún cuando haya sido contratada por intermedio de agencias publicitarias, productoras de contenidos o similar, tengan éstas o no concedidos por aquellos la comercialización de espacios exclusivos o de determinadas bandas horarias. En los casos en que las agencias publicitarias, productoras de contenidos o similar acrediten la exclusividad de la comercialización de los espacios por intermedio de los titulares del medio de comunicación, podrán certificar la emisión de la publicidad en forma directa, con el previo cumplimiento de todas las disposiciones legales vigentes.

ARTICULO 5°.- La Secretaría de Comunicación Social dependiente del Ministerio de Gobierno y Reforma del Estado o los organismos o agentes de su dependencia que la misma determine, controlarán las certificaciones correspondientes, cuyo contenido se limitará estrictamente a lo siguiente:

- a) Dar fe que la planilla de certificación horaria o documentación que haga sus veces, ha sido suscripta por el funcionario con firma registrada para ello;
- b) Constatar el estricto cumplimiento de lo dispuesto en las presentes normas;
- c) Verificar, en todos los casos, que las facturaciones presentadas para el cobro se correspondan estrictamente con las tarifas oportunamente aprobadas y con la pauta publicitaria ordenada, salvo que encuadre en la excepción prevista en el artículo siguiente.

ARTICULO 6°.- Será utilizado el procedimiento que refiere al Sistema de Gestión de Pautas Publicitarias o el que en el futuro lo sustituya.

ARTICULO 7°.- Establécese que estas disposiciones generales serán de aplicación para las modalidades habituales de contratación de publicidad oficial, como la publicidad gráfica, publicidad en radio y televisión, publicidad en programas o micros televisivos y/o radiales, publicidad en sitios de Internet, publicidad en la vía pública, publicidad en pantallas de cine o teatro, publicidad en plataformas digitales interactivas, así como también para otras modalidades con medios de comunicación que puedan surgir en el futuro, no obstante dictarse respecto de cada una de ellas las resoluciones específicas que las regularán en cada caso.