

**Vistos:**

**El articulado de la ley de servicios de comunicación audiovisual no. 26522 y las previsiones del Decreto 1225/2010**

**Considerando:**

**Que la primera de las normas citadas prevé en su artículo 59 que para la comercialización de espacios en los servicios comprendidos en la ley es obligatoria la inscripción en el Registro Público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias.**

**Que se encuentran obligadas a dicho trámite las Agencias de Publicidad que cursen publicidad y las empresas que intermedien en la comercialización de publicidad.**

**Que el citado artículo 59 mandata a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual a mantener actualizado el indicado Registro.**

**Que el artículo 61 de la ley 26522 establece que ningún prestador de servicios de comunicación audiovisual podrá difundir avisos publicitarios de cualquier tipo, provenientes de agencias de publicidad o productoras publicitarias que no hayan dado cumplimiento a las obligaciones de registro establecidas en el artículo 59 de la misma norma legal.**

**Que el artículo 4 de la ley 26522 prevé la actuación de las agencias de publicidad, de las productoras publicitarias y de las empresas de publicidad.**

**Que la reglamentación del artículo 59 prevista por el Decreto 1225/2010 establece en su inciso i) la determinación de los requisitos pertinentes para la implementación del Registro Público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias.**

**Que la reglamentación del artículo 61 de la ley 26522 permite que los anunciantes se inscriban para el cursado de avisos publicitarios a través de los medios contemplados en esta ley.**

**Que es menester establecer las condiciones por las cuales los anunciantes habrán de sujetarse a las exigencias del artículo 61 de la ley 26522, en concordancia con las obligaciones previstas en su artículo 59.**

**Que es necesaria la presencia de una empresa publicitaria que intermedie entre el anunciante y el prestador de servicios de comunicación audiovisual.**

**Por ello:**

**EL DIRECTORIO DE LA AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**RESUELVE:**

**Artículo 1º.**

**Para la inscripción previa exigida en la reglamentación del artículo 61 de la Ley 26522, respecto de la difusión de avisos publicitarios de cualquier tipo por los anunciantes, estos deberán constituir como tercero interviniente una empresa de publicidad -en los términos del artículo 59 de la ley-, cuyo objeto social sea actuar como Agencia Publicitaria o Central de Medios.**

**Artículo 2º. De forma.**

**Vistos:**

**El articulado de la ley de servicios de comunicación audiovisual no. 26522 y las previsiones del Decreto 1225/2010; y**

**Considerando:**

**Que el artículo 81 de la ley 26522 establece en su inciso (a) que los avisos publicitarios deberán ser de producción nacional cuando fueren emitidos por servicios de radiodifusión abierta, o por medio de las señales o canales propios en los casos de los servicios por suscripción o que se inserten en señales nacionales.**

**Que la reglamentación de dicho inciso del artículo 81 establecida por el Decreto 1225/2010 permite que a fines de no entorpecer la exportación de productos publicitarios audiovisuales se admita la difusión de mensajes publicitarios de origen distinto al nacional con la condición de que proceda de un país con el que existan condiciones de reciprocidad para la difusión de contenidos audiovisuales publicitarios.**

**Que la mencionada norma prescribe que la agencia o anunciante interesado invoque y acredite tal circunstancia.**

**Que es facultad de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual aplicar, interpretar y hacer cumplir la ley 26522 y sus normas reglamentarias, así como dictar los reglamentos, resoluciones y normas de procedimiento que resulten necesarios para el mejor cumplimiento de sus funciones.**

**Que es menester establecer qué extremos serán requeridos a los interesados cuya solicitud habrá de atender la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual respecto de la cuestión en estudio, dada la obligación de acreditación los mismos que establece la reglamentación del artículo 81.**

**Que el artículo 24 de la Resolución 3609/SECOM/1999 ratificada por el Decreto 739/1999 establece en su inciso c) que “los Acuerdos de Reciprocidad a suscribirse deberán contemplar, ineludiblemente, reciprocidad de tratamiento para aquellos servicios definidos como "de Radiodifusión por Satélite con recepción directa del mismo", tales como los denominados servicios de Televisión Directa al Hogar mediante el uso de satélites del Servicio Fijo por Satélite (DTH-SFS) o servicios de Radiodifusión brindados por medio de satélites del Servicio de Radiodifusión por Satélite (SRS), como asimismo todos aquellos servicios satelitales actuales o futuros, que involucren la transmisión de programación y/o contenidos, mediante audio, video o las posibles combinaciones de ambos.”**

**Que lo expuesto importa la previsión de la legislación argentina respecto de la reciprocidad de tratamiento y no meramente declaratoria en el contexto de los servicios de comunicación audiovisual.**

**Que el texto de la ley 25000, ratificatoria del Anexo IV del Acuerdo General de Telecomunicaciones del Acuerdo General de Comercio y Servicios, excluye los servicios de comunicación audiovisual de la lista de compromisos de liberalización al establecer que queda “fuera del alcance de esta lista a la "distribución por cable o radiodifusión de programas de radio o de televisión, en concordancia con el punto 2.b del Anexo sobre Telecomunicaciones del AGCS.”**

**Que la convención de protección a la diversidad cultural celebrada por la UNESCO, ratificada por nuestro país según la ley No. 26305 prevé entre sus considerandos que : “...las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial...” y que “los procesos de mundialización, facilitados por la evolución rápida de las tecnologías de la información y la comunicación, pese a que crean condiciones inéditas para que se intensifique la interacción entre las**

**culturas, constituyen también un desafío para la diversidad cultural, especialmente en lo que respecta a los riesgos de desequilibrios entre países ricos y países pobres”,**

**Que en dicha Convención el artículo 6 establece entre los derechos de los Estados en el plano nacional las Partes “podrán adoptar medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios.”**

**Que el párrafo 6.2.b prevé explícitamente “medidas que brinden oportunidades, de modo apropiado, a las actividades y los bienes y servicios culturales nacionales, entre todas las actividades, bienes y servicios culturales disponibles dentro del territorio nacional, para su creación, producción, distribución, difusión y disfrute, comprendidas disposiciones relativas a la lengua utilizada para tales actividades, bienes y servicios;” así como “c) medidas encaminadas a proporcionar a las industrias culturales independientes nacionales y las actividades del sector no estructurado un acceso efectivo a los medios de producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales;”**

**Que el artículo 8.2.b prevé que “ Las Partes podrán adoptar cuantas medidas consideren necesarias para proteger y preservar las expresiones culturales en las situaciones a las que se hace referencia en el párrafo 1, de conformidad con las disposiciones de la presente Convención.”**

**Que el artículo 16 establece que “ Los países desarrollados facilitarán los intercambios culturales con los países en desarrollo, otorgando por conducto de los marcos institucionales y jurídicos adecuados un trato preferente a los artistas y otros profesionales de la cultura de los países en desarrollo, así como a los bienes y servicios culturales procedentes de ellos.”**

**Que el artículo 20. 1. B determina que los estados, sin subordinar esta Convención a los demás tratados: b) cuando interpreten y apliquen los demás tratados en los que son Parte o contraigan otras obligaciones internacionales, tendrán en cuenta las disposiciones pertinentes de la presente Convención.**

**Que los contenidos publicitarios se encuentran regulados como servicios de comunicación audiovisual.**

**Que las previsiones de admisión de la publicidad de origen extranjero debe ser considerada una excepción a la regla general y que para su viabilidad deben tomarse en cuenta los principios de los convenios internacionales que rigen la totalidad de las circunstancias que hacen a los compromisos asumidos.**

**Que el artículo 12 inciso 33 de la ley 26.522 faculta a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual a dictar los reglamentos, las resoluciones y las normas de procedimiento que resulten necesarios para el mejor ejercicio de sus funciones entre las que se encuentran de acuerdo al inciso 20 de dicho artículo la mantener y actualizar los registros públicos a que se refiere la ley 26522.**

**Que lo propio surge del artículo 12 inciso 9 cuando mandata a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual a mantener actualizados los registros de consulta pública creados por esta ley, que deberán publicarse en el sitio de Internet de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.**

**Que la reglamentación de artículo 59º. por vía del Decreto 1225/2010 determina en su inciso h) que debe constar en el registro público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias la nómina de clientes, productos y medios pautados;**

**Por ello**

## **EL DIRECTORIO DE LA AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

### **RESUELVE:**

**Artículo 1º: Determínase que los interesados en solicitar autorización para la emisión de piezas o avisos de publicidad de origen no nacional a través de los servicios de comunicación audiovisual, deberán invocar y acreditar los siguientes extremos:**

- a) Que proceda de un país con el que existan condiciones de reciprocidad para la difusión de contenidos audiovisuales mediante nota en la que se adjunten los instrumentos regulatorios específicos
- b) Que la cantidad de piezas publicitarias emitidas en servicios audiovisuales provenientes de dicho país sea equivalente a la cantidad de avisos (medidos en segundos) a la cantidad piezas objeto de exportación a dicho país en condiciones de reciprocidad de tratamiento de difusión mediante las declaraciones juradas de facturación, importación, de ingresos o de exportación pertinentes.
- c) Que los avisos de producción nacional a exportar sean ser declarados en el registro previsto en el artículo 59 de la ley y contar con las certificaciones de cumplimiento de las obligaciones previsionales, fiscales , sindicales, derechos intelectuales y sociales correspondientes.
- d) Que los avisos de origen distinto al nacional a difundir sean declarados por la Agencia interviniente, dejando constancia del cumplimiento de las obligaciones tributarias, fiscales y sociales que pudieran corresponder.

A los efectos de la determinación de reciprocidad de tratamiento, las estimaciones correspondientes a esta cuota se realizarán sobre año vencido discriminando por cada país.

**2º. (procedimientos, plazos, y circunstancias de trámite determinados por la autoridad de aplicación)**

**3º. De forma**



**Vistos:**

**El articulado de la ley de servicios de comunicación audiovisual no. 26522 y las previsiones del Decreto 1225/2010; y**

**Considerando:**

**Que el artículo 59 de la ley de servicios de comunicación audiovisual establece la conformación del Registro Público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias.**

**Que la inscripción en el mismo es obligatoria para la comercialización de espacios en los servicios de radiodifusión.**

**Que la inscripción comprende a las agencias de publicidad que cursen publicidad en los servicios regidos por esta ley y a las empresas que intermedien en la comercialización de publicidad de los servicios regidos por la ley 26522.**

**Que la autoridad de aplicación deberá mantener actualizado el registro y establecer un mecanismo de consulta pública vía Internet;**

**Que la reglamentación de dicho artículo por vía del Decreto 1225/2010 determina en su inciso h) que debe constar en el registro la nómina de clientes, productos y medios pautados;**

**Que la reglamentación del artículo de referencia en el inciso i) establece que habrán de constar allí asimismo otros requisitos que sean establecidos por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL —AFSCA—.**

**Que el artículo 12 inciso 33 de la ley 26.522 faculta a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual a dictar los reglamentos, las resoluciones y las normas de procedimiento que**

**resulten necesarios para el mejor ejercicio de sus funciones entre las que se encuentran de acuerdo al inciso 20 de dicho artículo la mantener y actualizar los registros públicos a que se refiere la ley 26522.**

**Que lo propio surge del artículo 12 inciso 9 cuando mandata a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual a mantener actualizados los registros de consulta pública creados por esta ley, que deberán publicarse en el sitio de Internet de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.**

**Que aunque relacionadas con la actividad publicitaria, no son las mismas tareas las que desarrollan las agencias de publicidad que las productoras publicitarias.**

**Que a los fines de la transparencia del los registros es menester distinguir ambas actividades, entendiendo asimismo que los requisitos del inciso h requieren tratamiento diferenciado cuando corresponda;**

**Que análogamente a las exigencias de acreditación de las obligaciones de licenciarios y prestadores de los servicios de comunicación audiovisual, la regularidad en el cumplimiento de las obligaciones emergentes de la actividad que prestan debe ser considerada para el conocimiento público de la situación de quienes intervienen en el mercado de los servicios previstos por la ley 26522.**

**Por ello:**

**EL DIRECTORIO DE LA AUTORIDAD DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL RESUELVE:**

**Artículo 1º.**

**La Registración pública de las Agencias de Publicidad y de las Productoras Publicitarias, se deberá realizar en forma diferenciada según la actividad que cumplan de acuerdo a las definiciones previstas en el artículo 4 de la ley y su reglamentación.**

**Artículo 2º.**

**Estos registros se conformarán respetando las actividades específicas, tanto de las Agencias y de las Empresas de Publicidad, como de las Productoras Publicitarias**

**Artículo 3º.**

**Incorpóranse a las constancias a acreditar para la registración de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias lo siguiente:**

- 1. Las agencias de publicidad, las empresas publicitarias y las productoras publicitarias deberán no ser deudor moroso de obligaciones fiscales, previsionales, sindicales, de seguridad social o de las entidades gestoras de derechos, ni ser deudor del gravamen y/o multas instituidas en la ley.**
- 2. A los efectos de la interpretación del alcance de la exigencia de la acreditación del cumplimiento de las de las obligaciones fiscales, laborales y sociales prevista en la ley, esta acreditación deberá ser realizada mediante la presentación de certificado de libre deuda expedido por la/s entidad/es recaudatoria respectiva y en su competencia, en relación al conjunto de las actividades de la empresa que lo solicite.**

**Artículo 4º.**

**La actualización de las exigencias establecidas en el inciso h del artículo 59 según la reglamentación establecida en el Decreto 1225/2010 y en la presente resolución será:**

**(ACÁ HAY VARIAS OPCIONES – POR PERÍODO O POR CAMPAÑA – QUIZÁS SEA CONVENIENTE PONER POR PERIODO (IGUAL QUE LOS LICENCIATARIOS) PARA LAS AGENCIAS Y POR PRODUCTO GRABADO PARA CAMPAÑA EN EL CASO DE LAS PRODUCTORAS.)**

**Artículo 5º. (procedimientos, plazos, y circunstancias de trámite determinados por la autoridad de aplicación)**

**Artículo 6º. De forma**

**será por semestre calendario para el caso de las nóminas de cliente**

**Capítulo III. Encabezamiento: Regulación general sobre el capítulo:**

**“Los registros previstos en el presente capítulo deberán ser actualizados anualmente para lo cual se deberán acreditar el mantenimiento de las condiciones societarias y el cumplimiento de las obligaciones sociales, laborales, autorales y fiscales mediante certificación expedida por las entidades recaudadoras respectivas.”**