



*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

Buenos Aires, 27 MAR 2013

VISTO la Actuación N° 4/2012 del Registro de esta DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, la Ley N° 26.522, y,

CONSIDERANDO:

Que mediante el Artículo N° 19 de la Ley N° 26.522 fue creada la DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, encontrándose dentro de sus misiones y funciones la de atender las consultas, denuncias y reclamos del público de los servicios de comunicación audiovisual.

Que con fecha 5 de diciembre de 2012 se recibió la presentación de la señora Letizia BARBERO quien consultaba "si es legal, dentro de la nueva ley de medios, que en el desarrollo de los programas televisivos, por caso GRADUADOS de TELEFÉ, se incluyan publicidades una vez finalizado el espacio publicitario. Sinceramente me siento tratada como una mera consumidora, dado que el bombardeo publicitario dentro del programa, realizado por los propios actores, es denigrante. ¿Para qué existe la obligación de informar sobre el inicio y la finalización de los espacios publicitarios si esto no se está cumpliendo en muchos programas y canales diversos?".

Que en el marco de las actuaciones motivadas por dicha presentación, se realizó un estudio de la normativa aplicable, tanto de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), como del Decreto Reglamentario 1.225 de fecha 31 de agosto de 2010, y de las resoluciones pertinentes emitidas por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA).

*Ch*





*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

Que asimismo se chequearon los capítulos de la serie GRADUADOS emitidos los días 12, 13 y 18 de diciembre de 2012, cuyas copias de sus emisiones, que incluyen el programa y la tanda publicitaria, fueron remitidas por AFSCA a solicitud de esta Defensoría del Público.

Que con fecha 9 de enero de 2013 se solicitó a la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, en tanto autoridad de aplicación de la Ley N° 26.522, que "remita toda normativa, reglamentación o acuerdo que se refiera a la publicidad no tradicional" y que informe si se ha iniciado algún sumario administrativo por incumplimiento de la normativa referente a la publicidad no tradicional.

Que el mencionado Organismo mediante nota recibida el 30 de enero de 2013 respondió al pedido en primer lugar reseñando los Artículos de la Ley N° 26.522 y de su decreto reglamentario referido a la publicidad no tradicional, indicando que "la publicidad en general es regulada por los Artículos 81 y 82 de la LSCA. La misma prevé, en general, que la publicidad debe estar separada del resto de la programación (inciso e del artículo 81) y que 'la reglamentación establecerá las condiciones para la inserción de promociones, patrocinios y publicidad dentro de los programas' (artículo 82), a esta se las da por llamar publicidad no tradicional (PNT)".

Que asimismo continúa reseñando que el Artículo 82 inciso f) del decreto reglamentario establece que "La AFSCA podrá permitir la inclusión de promociones, patrocinios y publicidad durante la programación, siempre y cuando no perjudique la integridad y el valor de las emisiones y se compute dentro de los tiempos máximos de emisión fijados por ley".

*CMA*





*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

Que en virtud de esas normas, informó que se aprobó la Resolución 499/10 que en su artículo 10 prevé: "Serán contabilizadas dentro del tiempo máximo de emisión publicitaria autorizado para los distintos servicios de comunicación audiovisual, las siguientes modalidades de publicidad no tradicional: patrocinio, menciones de marcas en todas las modalidades, emplazamiento de producto en todas las formas, exposición de productos, marcas o logotipos, zócalos, banners o placas y animaciones o cualquier dispositivo audiovisual creado o a crearse con la finalidad expuesta". El artículo 12 de la misma agrega que "En ningún caso podrá insertarse publicidad no tradicional en programas de género infantil, informativo, educativo y religioso".

Que por lo expuesto, sostiene la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL que "de acuerdo a la legislación y regulación vigente la publicidad no tradicional solo está prohibida en los programas de género infantil, informativo, educativo y religioso, y por lo tanto, la utilización de publicidad no tradicional del programa televisivo "GRADUADOS" emitido por TELEFÉ no incumple la normativa vigente".

Que se analizaron además, en el marco de estas actuaciones, las pautas sobre topes al tiempo de emisión de publicidad que disponen la Ley N° 26.522 y su decreto reglamentario.

Que de acuerdo con el Artículo 82 inciso b) de la Ley 26.522, el tiempo máximo de emisión de publicidad es de DOCE (12) minutos por hora de emisión, autorizando la acumulación de ese límite máximo en bloques de hasta CUATRO (4) horas por día de programación (Artículo 82, inciso f). Es decir, que los canales pueden pautar hasta CUARENTA Y OCHO (48) minutos de publicidad por bloque de CUATRO (4) horas,

*Car*





*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

comprendiendo la publicidad de tanda —excluyendo la promoción de programación propia— y la publicidad no tradicional.

Que tomando en consideración estos parámetros legales, el 8 de febrero de 2013 se remitió nota a TELEVISIÓN FEDERAL S.A. (TELEFÉ) solicitando informe "en forma detallada cómo mide y computa el tiempo máximo de emisión de publicidad por hora de emisión y cómo realiza la acumulación del límite máximo horario" del Artículo 82 de la Ley 26.522 y particularmente cómo hizo esa medición los días 12, 13 y 18 de diciembre de 2012.

Que el día 5 de marzo de 2013 TELEFÉ informó que "...a medida que llegan las órdenes de publicidad cursadas por los clientes, del Área de Administración de Ventas se van asignando los espacios publicitarios y las promociones de la programación, tratando de evitar los excesos de más de 12 minutos por hora. En caso de que la demanda sea mayor a esos 12 minutos [...] se puede seguir agregando tanda publicitaria siempre y cuando no se exceda del máximo de 48 minutos dentro del bloque horario de cuatro horas..."

Que asimismo TELEFÉ acompañó las planillas internas en las que se vuelca un conteo de la publicidad emitida en cada hora y la organización de los bloques de CUATRO (4) horas que inician cuando comienza la programación, a las 06:28 horas de la mañana.

Que se cotejaron los tiempos de emisión de publicidad en la franja horaria de 21:30 a 23:00 horas —en la que se emitía GRADUADOS— informados por TELEFÉ, con los que surgieron de la revisión de las emisiones del mencionado programa, obteniéndose resultados prácticamente iguales, con diferencias marginales no significativas de segundos.

Que lo actuado permite responder a la presentación que dio origen a estas actuaciones concluyendo que la inclusión de publicidad en las emisiones del programa GRADUADOS sometidas a estudio cumple con la normativa vigente.





*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

Que sin perjuicio de ello, y teniendo en cuenta que este Organismo tiene entre sus funciones la convocatoria a instancias abiertas y participativas de debate sobre distintos aspectos atinentes al funcionamiento de los medios de comunicación, esta Defensoría del Público considera que éste sería el marco propicio para canalizar y discutir propuestas de revisión de la normativa vigente en materia de inserción de publicidad dentro de los programas de televisión.

Que por ello, el tema será objeto de consideración en la futura organización de los foros precedentemente aludidos.

Que la presente se dicta en uso de las facultades conferidas por el Artículo 20 de la Ley N° 26.522 y la Resolución Conjunta de la HONORABLE CÁMARA DE SENADORES y la HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN de fecha 14 de noviembre de 2012, Expediente N° 3933-S-2012 y 7764-D-2012.

Por ello,

LA DEFENSORA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

AUDIOVISUAL

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º: Téngase por concluidas las presentes actuaciones por los fundamentos expuestos en los Considerandos de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Instrúyase a la DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN DE DERECHOS Y ASUNTOS JURÍDICOS de esta Defensoría del Público para que, en el futuro, en los foros de debate cuya organización tiene a cargo, incluya la temática de la inserción de publicidad

*CM*





2013- "Año del Bicentenario de la Asamblea General Constituyente de 1813"

*Defensoría del Público de Servicios de  
Comunicación Audiovisual*

dentro de los programas de televisión y la sujeción a los criterios que sostiene la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

ARTÍCULO 3º: Póngase la presente Resolución en conocimiento de la denunciante, de la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA) y de TELEVISIÓN FEDERAL S.A. (TELEFÉ).

ARTÍCULO 4º: Regístrese, difúndase en el sitio de internet del Organismo, y oportunamente archívese.

RESOLUCIÓN N°

021

Lic. Cynthia Ottaviano  
Defensora del Público  
de Servicios de Comunicación Audiovisual