

Preguntas frecuentes Sistema de Asignación de Publicidad Electoral (SAPE)

1. ¿Cuál es la normativa que regula la distribución de los espacios de publicidad electoral en medios de comunicación audiovisual en la provincia de Santa Fe?

La Ley N° 13.461 –Capítulo I- de los Espacios de Publicidad Electoral en los Medios de Comunicación Audiovisual, su decreto reglamentario N° 644/14, Decreto N° 1711/15, reglamentario de la Ley N° 13.461 –Capítulo I-, Artículo N° 13.

2. ¿Cómo se distribuye el crédito total en segundos de publicidad electoral que contrata el Poder Ejecutivo?

El crédito en segundos de publicidad en los medios de comunicación audiovisual se distribuye entre todas las agrupaciones políticas que oficialicen precandidaturas para las elecciones primarias y candidaturas para las elecciones generales a autoridades provinciales y municipales, de conformidad con los porcentajes establecidos en el Artículo 6° de la Ley N.º 13.461, de acuerdo a la regla general establecida en su Artículo 4°. La distribución se realiza entre aquellas agrupaciones que participen de la misma categoría electoral, atendiendo al distrito electoral al que correspondan. Cada agrupación política procederá luego a la distribución interna en porcentajes iguales a cada una de las listas oficializadas.

3. ¿Cuáles son los medios de comunicación audiovisual que difundirán la publicidad electoral?

Los medios de comunicación audiovisual intervinientes serán los que cuenten con habilitación (licencia o autorización) otorgada por el ENACOM y con tarifas oficiales aprobadas por el Gobierno de la Provincia, vigentes al treinta y uno de diciembre del año inmediato anterior al de la realización de los comicios, y que hayan enviado a la Secretaría de Comunicación la Declaración Jurada oportunamente requerida. A estos fines el Poder Ejecutivo publicará el listado de servicios televisivos y radiales en el sitio web oficial del Gobierno de la Provincia: www.santafe.gov.ar

4. ¿Cuáles son las especificaciones obligatorias que deben tener los spots de campaña y cuál es el plazo de entrega del material a los medios?

Los anuncios electorales, tanto en medios radiales como televisivos, deberán iniciarse con la locución “Espacio asignado por el gobierno de la Provincia de Santa Fe”, y la mención, en audio e imagen –al finalizar la publicidad- del número o letra de lista o fórmula, denominación de la agrupación política, la categoría o cargo a elegir, y los nombres que componen la fórmula o los primeros candidatos de las listas.

En cuanto a las especificaciones técnicas y de formato, deberán ser confeccionados bajo los estándares que establezca cada medio de comunicación audiovisual, debiendo los mismos garantizar la accesibilidad integral de personas con dificultades para acceder a los contenidos, mediante la implementación de subtítulo, audio descripción y/o intérprete de Lenguaje de Señas Argentinas. Cumpliendo con estas especificaciones obligatorias cada agrupación gestiona las cuestiones técnicas específicas y de formato con el medio de comunicación que difundirá el mensaje de campaña.

5. ¿Cuál es la duración de los módulos electorales para radio y para televisión?

El módulo electoral tendrá una duración de NUEVE (9) segundos para la radio y de DOCE (12) segundos para la televisión. Por lo tanto, los spots de campaña deberán durar ese lapso de tiempo o sus múltiplos, de conformidad a la cantidad de módulos que se hayan adjudicados por día, franja horaria y medio de comunicación. Dicha duración incluye los mensajes de inicio y cierre de spots establecidos por la normativa vigente.

6. ¿Cómo pueden contactar los Medios de Comunicación Audiovisual a las Agrupaciones Políticas?

Desde el SAPE, dentro de Grilla, se podrán exportar los datos de los responsables técnicos de campaña de cada Agrupación Política para facilitar la comunicación entre las partes.

7. ¿Cómo pueden contactar las Agrupaciones Políticas a los Medios de Comunicación Audiovisual?

Desde el SAPE, dentro de Grilla, se podrán exportar los datos de los titulares y/o responsables de los distintos Medios de Comunicación Audiovisual para facilitar la comunicación entre las partes.

8. ¿Cuál es el plazo en que las Agrupaciones Políticas deben remitir los materiales a difundir a los servicios de comunicación Audiovisual?

Las Agrupaciones Políticas deberán remitir los materiales a difundir, sea en formato físico o electrónico, a los Servicios de Comunicación Audiovisual hasta 48 horas hábiles anteriores al inicio de la franja horaria gestionada y en horario comercial.

9. ¿Qué plazos tienen las Agrupaciones Políticas para gestionar en las grillas los espacios asignados por el Gobierno de Santa Fe para la publicidad electoral?

Las Agrupaciones Políticas pueden gestionar los espacios asignados hasta 48 horas inmediatamente anteriores al inicio de la franja horaria de emisión. Vencido dicho plazo el sistema quedará inutilizable, perdiendo las Agrupaciones los espacios asignados.

10. ¿Cuáles son los plazos en los que el Medio de Comunicación Audiovisual debe gestionar en el Sistema los espacios EMITIDOS?

Transcurrida la franja horaria de emisión del mensaje, el Medio de Comunicación Audiovisual podrá gestionar en el sistema la emisión del spot. Contará con 96 horas, contadas desde la finalización de la franja horaria respectiva, para realizar dicha operación. Vencido ese plazo el sistema no permitirá cargar la emisión de los mensajes difundidos, en cuyo caso los Medios de Comunicación Audiovisual perderán el derecho al cobro de los mismos.

11. En el supuesto en que un Medio de Comunicación Audiovisual rechace algún material recibido, ¿Cuál es el plazo en el que la Agrupación Política debe cambiar el estado a “CONFIRMADO” luego de haber subsanado la causal de rechazo de un spot?

La Agrupación Política podrá subsanar la causal de rechazo y de corresponder, enviar nuevamente el material corregido, hecho lo cual debe proceder al cambio del estado en la grilla a “Confirmado”, gestión que podrá ser realizada hasta 12 horas anteriores al inicio de la franja horaria correspondiente al aviso de campaña pretendido, de lo contrario, perderá el espacio asignado.

12. ¿Cómo toma conocimiento la Agrupación Política de que un material remitido al Medio de Comunicación ha sido rechazado?

Cuando un Medio de Comunicación Audiovisual rechaza un material, sea por incumplimiento de especificaciones legales o técnicas, en el sistema aparecen ALERTAS, la Agrupación Política deberá ingresar a esa pestaña para verificar qué tipo de problema tiene el medio que efectúa el rechazo. Asimismo, el Servicio de Comunicación deberá informar de forma fehaciente de esta situación a las Agrupaciones Políticas, vía correo electrónico, indicando los motivos específicos del rechazo.

13. ¿Qué formas de contacto deben utilizar tanto las Agrupaciones Políticas como los Medios de Comunicación Audiovisual para evacuar consultas relativas a la utilización del Sistema?

Ambas partes deben evacuar toda consulta vinculada al funcionamiento del Sistema a través de la Mesa de Ayuda, opción Consultas, puesta a disposición dentro del SAPE. Cuentan además con una Guía de Usuarios para Agrupaciones Políticas y una para Medios de Comunicación Audiovisual, también incorporadas al SAPE y publicadas en el sitio web oficial.

Asimismo, cualquier otra consulta que no pueda ser evacuada por dichos canales, los medios de comunicación audiovisual podrán dirigirse:

- **Vía e-mail:** publicidadelectoral@santafe.gov.ar
- **Vía Whatsapp:** 342-534-9066

A efectos de la asistencia de consultas de los Medios de Comunicación Audiovisuales, la Dirección General de Publicidad contará con una guardia de atención de lunes a viernes, entre las 7:30 hs y 20.30hs.

Por su parte, los responsables técnicos de las Agrupaciones Políticas, podrán requerir asistencia:

- **Vía e-mail:** bartoliniandres@gmail.com
- **Vía Whatsapp:** 341-359-7600

14. Se recomienda a las Agrupaciones Políticas y Medios Audiovisuales la revisión periódica y permanente de las alertas del Sistema SAPE, y que sean cumplidos los plazos en las cargas de modificaciones de estados en el Sistema.

ACLARACIÓN: Los plazos vinculados a la gestión de los espacios publicitarios en la grilla del Sistema de Asignación de Publicidad Electoral (SAPE) debieron ser ajustados a los fines de optimizar el funcionamiento del sistema y en beneficio de los actores del proceso electoral