



Resolución de Secretaría de Comunicación Social

N° 02-2019-PCM/SCS

Lima, 15 de noviembre de 2019

VISTOS: El Informe N° D00037-2019-PCM/SCS-FVF de la Secretaría de Comunicación Social y el Informe N° D0001791-2019-PCM/OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica;

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 02-2018-PCM/SCS, se aprobó la Directiva N° 002-2018-PCM/SCS "Lineamientos para la difusión de publicidad estatal en redes sociales y procedimiento de reporte posterior al Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral", con el objetivo de establecer los lineamientos de carácter obligatorio para todas las entidades del Poder Ejecutivo que deben aplicar para la difusión de publicidad estatal en las diferentes redes sociales, así como el procedimiento a seguir para el cumplimiento del procedimiento de reporte posterior ante el Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral;

Que, una de las bases normativas para la formulación de la Directiva señalada en el considerando precedente, fue la Ley N° 30793, Ley que regula el gasto de publicidad del Estado Peruano (declarada inconstitucional el 23 de octubre de 2018 por el Tribunal Constitucional), la cual establecía que todas las entidades podían publicitar sus tareas de gestión únicamente en los medios de comunicación del Estado a tarifa de costo; prohibía toda publicidad en medios privados, bajo responsabilidad, y establecía el deber de las entidades, de suscribir cuentas en las principales aplicaciones de redes sociales, en especial, aquellas que tengan mayor difusión y número de usuarios y consignar en ellas sus comunicados, avisos y demás temas de difusión social;

Que, en periodo electoral, es obligación de todas las entidades dar estricto cumplimiento a lo dispuesto por el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N° 0078-2018-JNE, que establece disposiciones para el control y sanción de la difusión de publicidad estatal, así como de actividades relativas al deber de neutralidad, durante el periodo electoral;

Que, a través del Oficio N° 1766-2018-DCGI/JNE del 04 de septiembre de 2018, ratificado mediante el Oficio N° 2207-2018-DCGI/JNE del 31 de diciembre de 2018, al haber realizado una consulta al Ministerio de Economía y Finanzas sobre la definición de recurso público, el Jurado Nacional de Elecciones ha manifestado que a su consideración, la publicidad en las redes sociales a pesar de ser a título gratuito, debe someterse al Procedimiento de Reporte posterior establecido por el numeral 23.1 del artículo 23 del Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N° 0078-2018-JNE;



Que, mediante el Decreto Supremo N° 010-2018-MC, se aprobó el uso obligatorio del logotipo para la conmemoración del Bicentenario de la Independencia del Perú por parte de las entidades del Poder Ejecutivo, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales, a nivel nacional e internacional, en ceremonias, eventos y comunicaciones que se relacionen con la mencionada conmemoración y su Manual Básico de Aplicación;

Que, de conformidad con el artículo 39 del Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia de Consejo de Ministros, aprobado por el Decreto Supremo N° 022-2017-PCM, la Secretaría de Comunicación Social es el órgano de línea con autoridad técnico normativa, responsable de desarrollar, coordinar e implementar la política de comunicación social del Poder Ejecutivo, la publicidad del gobierno y la generación de contenidos de interés público que respondan a las necesidades de comunicación de la sociedad con los objetivos de la gestión gubernamental, teniendo entre sus funciones la de proponer normas y aprobar directivas, lineamientos y demás disposiciones en el marco de sus competencias;

Que, resulta necesario la modificación de la Directiva N° 002-2018-PCM/SCS "Lineamientos para la difusión de publicidad estatal en redes sociales y procedimiento de reporte posterior al Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral" a partir de la actualización de las disposiciones legales aplicables al uso de redes sociales para la difusión de contenidos, así como precisiones adicionales que coadyuven a que los sectores cumplan con las regulaciones, en el uso de redes sociales de sus cuentas oficiales;

En mérito a las facultades conferidas a la Secretaría de Comunicación Social en el Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia del Consejo de Ministros, aprobado por Decreto Supremo N° 022-2017-PCM y su modificatoria;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la modificación de la Directiva N° 02-2018-PCM/SCS "Lineamientos para la difusión de publicidad estatal en redes sociales y procedimiento de reporte posterior al Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral" aprobada mediante la Resolución de Comunicación Social N° 02-2018-PCM/SCS, adjunto como anexo a la presente Resolución, cuya vigencia será a partir del día siguiente de su publicación.

Artículo 2.- Establecer que los lineamientos aprobados en el artículo precedente son de aplicación obligatoria por todas las instancias del Poder Ejecutivo, tales como ministerios, organismos públicos, programas y proyectos adscritos, sin excepción.

Artículo 3.- Disponer la publicación de la presente Resolución de Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros y su anexo en el portal institucional de la Presidencia del Consejo de Ministros (www.pcm.gob.pe) y en el portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe).

Regístrese, comuníquese


ALEXANDRA DEL CARPIO FLORES
Secretaría de Comunicación Social
Presidencia del Consejo de Ministros



DIRECTIVA N° 02-2018-PCM/SCS

LINEAMIENTOS PARA LA DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD ESTATAL EN REDES SOCIALES Y PROCEDIMIENTO DE REPORTE POSTERIOR AL JURADO NACIONAL DE ELECCIONES EN PERIODO ELECTORAL

I. OBJETIVO

Establecer los lineamientos de carácter obligatorio que se deben aplicar para la difusión de publicidad estatal en las diferentes redes sociales, así como el procedimiento a seguir por cada entidad para el cumplimiento del procedimiento de reporte posterior ante el Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral, aplicables durante periodo electoral, a fin de evitar cualquier contingencia de tipo legal que derive en procedimientos sancionadores en contra de la entidad.

II. ALCANCE

La presente Directiva es de cumplimiento obligatorio para todas las entidades públicas del Poder Ejecutivo, conforme a lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.

III. BASE NORMATIVA

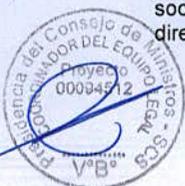
- 3.1 Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- 3.2 Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- 3.3 Decreto Supremo N° 022-2017-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la PCM y su modificatoria.
- 3.4 Decreto Supremo N° 056-2008-PCM, que dicta normas sobre información a ser consignada en la documentación oficial de los Ministerios del Poder Ejecutivo y los Organismos Públicos adscritos a ellos.
- 3.5 Decreto Supremo N° 010-2018-MC, que aprueba el uso obligatorio del Logotipo para la Conmemoración del Bicentenario de la Independencia del Perú y su Manual Básico de aplicación.
- 3.6 Resolución N° 0078-2018-JNE, que aprueba el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones.
- 3.7 Resolución Ministerial N° 113-2018-PCM, que establece como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación para todas sus instancias de utilizar el logo y la frase "El Perú Primero" en toda publicidad institucional informativa y aquella por la que se comunique a la población los servicios que se le brinda.
- 3.8 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 01-2018-PCM/SCS que aprueba la Directiva N° 01-2018-PCM/SCS - Normas y Lineamientos para el uso de la frase y logo institucional del Poder Ejecutivo "El Perú Primero".

RESPONSABILIDADES

Todas las entidades públicas del Poder Ejecutivo son responsables del debido y estricto cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente Directiva.

- 4.2 La Secretaría de Comunicación Social¹ es responsable de establecer los lineamientos, coordinar y supervisar la debida implementación de la política de comunicación del Poder Ejecutivo y por lo tanto, del adecuado uso de las redes sociales para la difusión de las

¹ La Secretaría de Comunicación Social es el órgano de línea con autoridad técnico normativa, responsable de desarrollar, coordinar e implementar la política de comunicación social del Poder Ejecutivo, la publicidad oficial del gobierno y la generación de contenidos de interés público que respondan a las necesidades de comunicación de la sociedad con los objetivos de la gestión gubernamental, teniendo entre sus funciones, proponer normas y aprobar directivas, para su difusión a través de los medios de comunicación social.



políticas, servicios, acciones y resultados de la gestión pública, que permita a los ciudadanos estar informados y puedan cumplir con sus deberes y ejercer sus derechos.

- 4.3 Asimismo, la Secretaría de Comunicación Social es responsable de absolver las consultas que surjan sobre la aplicación de la presente Directiva, por parte de las entidades públicas obligadas.

V. DISPOSICIONES GENERALES

- 5.1 El establecimiento de lineamientos permite la unificación de criterios para la formulación de estrategias de comunicación sectorial y otras pautas de importancia que permitan proyectar mensajes estandarizados, aplicando los formatos, los sellos y un lenguaje adecuados que permita a los ciudadanos estar informados y cumplir con sus deberes y ejercer sus derechos.
- 5.2 Para la generación de campañas comunicacionales, las entidades deberán tener aprobado un plan de estrategia publicitaria que especifique el objetivo de cada una de las campañas priorizadas, el presupuesto y los soportes que se usarán para su difusión.
- 5.3 Constituye publicidad estatal en redes sociales, toda información generada por una entidad, ya sea mediante banners digitales, videos cortos, imágenes u otros contenidos con el concepto de spot publicitario, que se cuelgue en las cuentas creadas a nombre de la entidad. Esta publicidad estatal difundida en redes sociales, ya sea pauta (pagada) u orgánica (gratuita), constituye material que en periodo electoral sí debe ser reportado ante del Jurado Electoral Especial de su jurisdicción².
- 5.4 No es considerada publicidad estatal aquellos contenidos digitales cuyo concepto sea de tipo periodístico o documental, rebotes de notas de prensa, conferencias, comunicados oficiales, mensajes a la nación u otros similares.
- 5.5 Para la difusión de contenidos en redes sociales, todas las entidades deben tener en cuenta las prohibiciones y restricciones establecidas en la Ley de Publicidad Estatal, así como aquellas establecidas por el Jurado Nacional de Elecciones durante periodo electoral³.
- 5.6 Toda información a ser publicitada en redes sociales, sea publicidad estatal u otro contenido de tipo periodístico o documental, deberá incluir obligatoriamente: a) el sello Gobierno del Perú; b) el sello del Estado conforme a lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 056-2008-PCM, que dicta normas sobre información a ser consignada en la documentación oficial de los Ministerios del Poder Ejecutivo y los Organismos Públicos adscritos a ellos, así como el logo y frase de gestión "El Perú Primero", conforme a la Resolución Ministerial N° 113-2018-PCM y la Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 01-2018-PCM/SCS que aprueba la Directiva N° 01-2018-PCM/SCS "Normas y

mediante el Oficio N° 1766-2018-DCGI/JNE del 05.09.2018, ratificado por el Oficio N° 2207-2018-DCGI/JNE del 12.12.2018, el Jurado Nacional de Elecciones considera que "la información difundida por la entidad a través de facebook, twitter, Instagram, youtube, es recurso público; para plasmarlo y subirlo en redes sociales, se está haciendo uso del internet, así como del tiempo del servidor público que se está encargando de elaborar el diseño de la imagen o video, de subirlo al internet y de mantenerlo actualizado"; sustentando su pronunciamiento en la definición de recursos públicos establecida en el anexo de la Ley N° 28112, Ley Marco de la Administración Financiera del Sector Público y la respuesta en consulta al Ministerio de Economía y Finanzas, que ratifica dicha posición.

En tal sentido:

- No podrán difundir ningún tipo de publicidad que haga mención o beneficie a un candidato a cargo de elección popular o partido político alguno.
- No podrá difundir publicidad que contenga el nombre, imagen, voz, cargo o cualquier otro medio que de forma indubitable identifique a algún funcionario o servidor público.
- No podrá difundir publicidad estatal que contenga o haga alusión a colores, nombres, frases o texto, símbolos, signos o cualquier otro elemento directa o indirectamente relacionado con alguna organización política.



Lineamientos para el uso de la frase y logo institucional del Poder Ejecutivo "El Perú Primero":

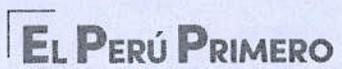
a)



b)



c)



- 5.7 Asimismo, es aplicable al material que se publique en redes sociales, lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 010-2018-MC, que establece el uso obligatorio del logotipo para la Conmemoración del Bicentenario de la Independencia del Perú, en comunicaciones que se relacionen con la mencionada conmemoración, conforme a las pautas establecidas en su Manual Básico de Aplicación.
- 5.8 Los logotipos señalados en el numeral 5.6) precedente, deberán ser usados en todas las publicaciones, sin excepción, por cuanto constituyen mandatos legales obligatorios que identifican los contenidos oficiales del Gobierno sin vulnerar las normas especiales aplicables en periodo electoral.
- 5.9 Sin perjuicio de ello, en periodo electoral⁴, es obligación de todas las entidades del Poder Ejecutivo dar estricto cumplimiento a lo dispuesto por el Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N° 0078-2018-JNE, el cual establece disposiciones para el control y sanción de la difusión de publicidad estatal, así como de actividades relativas al deber de neutralidad, durante el periodo electoral.

VI. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

6.1 SOBRE LOS CONTENIDOS DE LA PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

6.1.1 Para la difusión de publicidad estatal en redes sociales, las entidades deben tener en cuenta las siguientes prohibiciones y restricciones⁵:

- No podrán difundir ningún tipo de publicidad que haga mención o beneficie a un candidato a cargo de elección popular o partido político alguno.
- No podrán difundir publicidad que contenga el nombre, imagen, voz, cargo o cualquier otro medio que de forma indubitable identifique a algún funcionario o servidor público.
- No podrán difundir publicidad estatal que contenga o haga alusión a colores, nombres, frases o texto, símbolos, signos o cualquier otro

⁴ **Periodo electoral.**- Intervalo de tiempo que abarca desde el día siguiente de la convocatoria a un proceso electoral hasta la correspondiente resolución de cierre que emite el JNE.

⁵ Conforme a la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal y el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N° 0078-2018-JNE.



elemento directa o indirectamente relacionado con alguna organización política.

- d) No podrán difundir contenido gráfico, post, fotografías, redireccionar o mencionar enlaces de una plataforma que contenga información que incumpla las disposiciones que se establecen en la presente Directiva y las normas aplicables.

6.1.2 Asimismo, con relación a la redacción de los contenidos, textos y *copys* en redes sociales, es obligatorio el uso del "Manual de Estilo de Redes Sociales para el Poder Ejecutivo", herramienta que establece los criterios y lineamientos comunes sobre cómo comunicar desde las cuentas digitales oficiales de todas las entidades conformantes del Poder Ejecutivo, que permita generar contenidos estándares y administrar adecuadamente las cuentas en estas plataformas.

6.2 SOBRE LA DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD EN PERIODO ELECTORAL Y EL PROCEDIMIENTO DE REPORTE POSTERIOR ANTE EL JNE

6.2.1 Ninguna entidad o dependencia pública puede difundir publicidad estatal durante el periodo electoral. Excepcionalmente, se encuentra justificada la difusión de toda aquella publicidad estatal que se sustente en razón de una impostergable necesidad o utilidad pública y siempre que cumpla con las restricciones señaladas en el numeral 6.1.1) de la presente Directiva.

6.2.2 Entiéndase por "impostergable necesidad pública", a la indispensabilidad para la sociedad en su conjunto de hacer o no hacer determinada cosa, y que dado este carácter de indispensable, no permite que pueda ser diferido en el tiempo, lo cual es reforzado por la utilización del término impostergable. En consecuencia, al momento de evaluar la difusión de publicidad en redes sociales en periodo electoral, deberá responderse si existe la necesidad impostergable de difundir dichos contenidos. Por otro lado, el término "utilidad pública", puede entenderse como el provecho, conveniencia, interés que trasciende el estricto ámbito privado y debe ser más bien común a una sociedad. De ello, lo que subyace a la utilidad pública es que la acción del Estado esté destinada al interés público, al bien común y no dirigida a servir un interés particular⁶.

6.2.3 La publicidad estatal difundida a través de redes sociales debe reportarse al Jurado Nacional de Elecciones conforme al procedimiento de reporte posterior establecido en su Reglamento aprobado por Resolución N° 0078-2018-JNE, por el titular del pliego o a quien éste faculte, dentro del plazo de siete (7) días hábiles, computados desde el día siguiente del inicio de la difusión⁷.

6.2.4 Para ello, deberá presentarse el formato de reporte posterior dispuesto por el JNE, al Jurado Electoral Especial⁸ de acuerdo a la competencia territorial que se determina en función del lugar donde se encuentra ubicada la sede principal de la entidad estatal que difunde la publicidad, adjuntando además lo siguiente:

- a) Ejemplar del video o spot.

⁶ Conceptos extraídos del acápite IV) sobre Análisis de la publicidad estatal reportada de la Resolución N°01090-2018-JEE-LICN/JNE, referido a los conceptos de impostergable necesidad o utilidad pública, que refiere fueron delimitados por el Pleno del Jurado Nacional de Elecciones mediante las Resoluciones N° 0018-2016-JNE, N° 0019-2016-JNE y N° 0020-2016-JNE.

⁷ Numeral 23.1 del artículo 23 del Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N° 0078-2018-JNE.

⁸ Jurado Electoral Especial.- Órgano de carácter temporal, instalado para un determinado proceso electoral o consulta popular. Las funciones y atribuciones del JEE están establecidas en la LOJNE, LOE y demás normas pertinentes.



- b) Una descripción detallada del aviso o mensaje publicitario.
 - c) El guión de la publicidad.
 - d) Ejemplar o muestra fotográfica a color del diseño.
- 6.2.5 Luego de recibido el reporte, el Jurado Electoral Especial dispondrá, en el plazo máximo de un (1) día natural, que el Fiscalizador Electoral emita un informe sobre el contenido del aviso o mensaje publicitario. Posteriormente, con el informe del fiscalizador, el Jurado Electoral Especial resuelve en un plazo máximo de tres (3) días calendario, mediante resolución que aprueba o desaprueba el reporte posterior.
- 6.2.6 La Resolución que lo desaprueba dispondrá el retiro, cese o adecuación, según sea el caso, de la publicidad, bajo apercibimiento de imponer sanción de amonestación pública y multa, así como de remitir copia de los actuados al Ministerio Público para que proceda conforme a sus atribuciones, en caso de incumplimiento. Adicionalmente, la resolución que lo desaprueba dispone la remisión de copia de los actuados a la Contraloría General de la República para que proceda de acuerdo con sus atribuciones.
- 6.2.7 La resolución que desaprueba el reporte posterior puede ser apelada dentro del plazo de tres (3) días hábiles contados a partir del día siguiente de su notificación.
- 6.2.8 El incumplimiento del procedimiento del reporte posterior de la publicidad estatal dentro del plazo establecido, faculta al Jurado Nacional de Elecciones al inicio del proceso sancionador.
- 6.2.9 La publicidad estatal colocada o difundida con anterioridad a la convocatoria del proceso electoral debe ser retirada en el plazo máximo de siete (7) días hábiles, computados desde el día siguiente de la publicación de convocatoria en el diario oficial El Peruano, bajo responsabilidad del titular del pliego.
- 6.2.10 La publicidad preexistente que se considere justificada en razón de impostergable necesidad o utilidad pública, debe sujetarse al procedimiento de reporte posterior señalado de manera precedente dentro del plazo de siete (7) días hábiles contados desde el día siguiente de la publicación de la convocatoria a elecciones en el diario oficial El Peruano.

VII. DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

- 7.1 Todas las entidades son responsables de iniciar los procedimientos de reporte posterior cuando corresponda, y de informar a la Secretaría de Comunicación Social acerca de cualquier imposición de sanción administrativa por el Jurado Nacional de Elecciones a su entidad, debido al incumplimiento de la presente Directiva.
- 7.2 La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros, será responsable de precisar o atender cualquier consulta respecto a la aplicación de la presente Directiva.

ANEXO

- 8.1 Anexo "Reporte Posterior de Publicidad Estatal".



ANEXO: FORMATO DE REPORTE POSTERIOR DE PUBLICIDAD ESTATAL



Jurado Nacional de Elecciones
Resolución N.º 0078-2018-JNE

ANEXO 2

FORMATO DE REPORTE DE PUBLICIDAD ESTATAL EN RAZÓN DE NECESIDAD O UTILIDAD PÚBLICA EN PERIODO ELECTORAL

TIPO DE PUBLICIDAD: (especificar: banners digitales, videos cortos, imágenes)

1.	NOMBRE DE LA ENTIDAD	<input type="text"/>
2.	NOMBRE DEL TITULAR DEL PLIEGO	<input type="text"/>
3.	DOMICILIO DE LA ENTIDAD	<input type="text"/>
4.	DOMICILIO PROCESAL	<input type="text"/>
5.	MEDIO EMPLEADO (carteles, afiches, banderolas, revistas, etc.)	<i>Redes sociales utilizadas (Facebook, twitter, Instagram, youtube flickr)</i>
6.	UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD (de ser el caso)	<i>Cuenta institucional de la entidad en red social</i>
7.	PERIODO DE DIFUSIÓN	DEL <input type="text"/> AL <input type="text"/>
8.	PUBLICIDAD	

8.1. CUADRO

EMPRESA QUE ELABORÓ LA PUBLICIDAD ESTATAL	DATOS ESPECÍFICOS		
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSIÓN
<i>Mencionar a la empresa que produjo el banners digital, video corto, imágenes. En caso que haya sido la misma entidad, igual mencionarlo.</i>	<i>Banner digital, video corto, imagen</i>	<i>Número de banner digital, video corto, imagen difundidos</i>	<i>Señalar el valor de lo invertido: desde la producción hasta la difusión. Si producción no generó ningún costo, poner S/ 0.00.</i>
SUBTOTAL		<i>cantidad en números</i>	<i>monto en números</i>

FUNDAMENTO DE IMPOSTERGABLE NECESIDAD O UTILIDAD PÚBLICA

Se adjunta a la presente solicitud, la descripción de la publicidad, los guiones y diseños de (Banner digital, video corto, imagen).



TITULAR DEL PLIEGO O A QUIEN SE LE HAYA DELEGADO LA FACULTAD