



JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS

SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA

Resolución 35412/2022

RESOL-2022-35412-APN-SMYCP#JGM

Ciudad de Buenos Aires, 11/11/2022

VISTO el Expediente: EX-2022-114690944- -APN-DRRHMYCP#JGM, la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nacional N° 24.156 y su reglamento aprobado por Decreto N° 1344 del 4 de octubre de 2007 y sus normas modificatorias; los Decretos N° 2219 del 6 de julio de 1971 y su modificatorio, N° 984 del 27 de julio de 2009 y sus modificatorios, N° 14 del 11 de enero de 2011 y sus modificatorios, N° 7 del 10 de diciembre de 2019 y N° 50 del 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios; las Resoluciones N° 247 del 24 de agosto de 2016 de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA y N° 4 del 28 de febrero de 2020 de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA y su modificatoria N° 1221 del 2 de febrero de 2021, y

CONSIDERANDO:

Que mediante el Decreto N° 984/2009 y sus modificatorios se establecieron los criterios para la realización y contratación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, así como el correspondiente servicio publicitario creativo, de arte y producción gráfica y audiovisual que realice la ADMINISTRACIÓN PÚBLICA NACIONAL, el Banco de la Nación Argentina y sus empresas vinculadas, y las jurisdicciones y entidades comprendidas en el artículo 8° de la Ley N° 24.156, cualquiera fuera su fuente de financiamiento.

Que conforme surge del citado decreto, los organismos o entidades referidos deben encomendar la realización de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación a la entonces SECRETARÍA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, luego SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, hoy SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS conforme la estructura organizativa aprobada por el Decreto N° 50/2019 y sus modificatorios, quien las efectivizará a través de la agencia TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.

Que por el Decreto N° 14/2011 se estableció que la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS sea autoridad de aplicación de lo dispuesto en el Decreto N° 984/2009, y se le encomendó el dictado de las normas interpretativas, aclaratorias y complementarias para su ejecución e implementación.



Que la Resolución de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA N° 4/2020 aprobó el procedimiento para la realización de las campañas institucionales de publicidad, y de comunicación pública, modificada por su similar N°1221/2021.

Que el trámite inherente a la contratación y difusión de las campañas de publicidad institucional, debe necesariamente, respetar parámetros de control, eficiencia y adaptabilidad para responder a los requerimientos de los ciudadanos.

Que atento a la necesidad de adaptar la normativa al circuito de planificación de la publicidad oficial, con motivo de los cambios acaecidos en los procedimientos, y ante el tiempo transcurrido desde la última modificación, resulta menester propiciar una nueva Resolución dotando al proceso de una mayor celeridad y eficiencia para el trámite de campañas institucionales de publicidad y de comunicación pública que los Organismos de la Administración Pública Nacional requieran.

Que resulta necesario la optimización de los circuitos para la contratación de campañas institucionales de publicidad y comunicación pública y por tanto, sustituir el ANEXO I de la Resolución N°1221/21 de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

Que ha tomado la intervención propia de su competencia el servicio jurídico de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

Que la UNIDAD DE AUDITORIA INTERNA ha efectuado la intervención establecida en el artículo 101 del Reglamento de la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control aprobado por Decreto N° 1344/07.

Que la presente resolución se dicta en virtud de las facultades conferidas por el artículo 4° del Decreto N° 14/2011 y el Decreto N° 50/2019 y sus modificatorios.

Por ello,

EL SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°. – Sustitúyese el Anexo I de la Resolución N° 1221 del 2 de febrero de 2021 “PROCEDIMIENTO PARA EL TRÁMITE DE CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PUBLICIDAD Y DE COMUNICACIÓN” por el que como Anexo I forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°. - La presente Resolución comenzará a regir a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese, publíquese, dese a la DIRECCIÓN NACIONAL DE REGISTRO OFICIAL y archívese.

Juan José Ross



ANEXO I

“PROCEDIMIENTO PARA EL TRÁMITE DE CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PUBLICIDAD Y DE COMUNICACIÓN”

A. PLANIFICACIÓN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD OFICIAL

ARTÍCULO 1º. – LA SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, a través de la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL hará un relevamiento de las campañas de comunicación institucional emitidas, a efectos de la planificación del presupuesto anual para publicidad y propaganda del próximo ejercicio, el que estará fundado en la experiencia e información histórica obtenida; en las necesidades comunicacionales de los Organismos y en la información solicitada o suministrada por las jurisdicciones y entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8º de la Ley N° 24.156, clasificando las campañas, de acuerdo a su naturaleza, en motivacionales, preventivas, educativas, jurídico-legales y de gestión.

Las jurisdicciones y entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8º de la Ley N° 24.156 que requieran la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación, deberán remitir a la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, su propuesta de publicidad y de comunicación según sus respectivos objetivos y las prioridades previstas en sus programas de acción y sus presupuestos anuales, antes del 15 de septiembre de cada año. A tales efectos, la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS brindará la asistencia técnica que pudieren requerir las distintas jurisdicciones y entidades.

El MINISTERIO de EDUCACIÓN incluirá propuestas referidas a proyectos de comunicación educativa, con contenidos en áreas de interés público general, sobre la base de los principios generales de utilidad, necesidad y relevancia pública. A tal fin, la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS actualizará periódicamente las áreas temáticas que se consideren de interés estratégico.

La SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS DE DIFUSIÓN y la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA podrán proponer, en el ámbito de sus competencias, la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación que resulten de interés público.

La SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, evaluará las propuestas presentadas, y formulará las adecuaciones necesarias a la planificación de cada organismo según corresponda.

B. TRÁMITE DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

- INGRESO DE LAS ACTUACIONES

ARTICULO 2º. - La solicitud de publicidad institucional deberá remitirse a la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, para su admisión o rechazo. A los



efectos de la remisión de la solicitud, deberá observarse lo siguiente:

A) Las campañas impulsadas por cualquier organismo integrante de la Administración Pública Nacional, en tanto y en cuanto no tengan presupuesto asignado para atender gastos en materia de Publicidad y Propaganda, serán afectadas a los créditos presupuestarios de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS. Los organismos requirentes deberán remitir el formulario "Propuesta de Campaña de Publicidad Institucional" que como Anexo A IF-2022-122063386-APN-SMYCP#JGM forma parte integrante del presente, suscripto por el titular del organismo o el responsable por éste autorizado, excepto en los casos que las campañas sean impulsadas por la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS o por la propia SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

B) Los restantes organismos y entidades a que refiere el Artículo 8º de la Ley N° 24.156 de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nacional, cuando soliciten una campaña, deberán remitir el formulario "Propuesta de Campaña Publicidad Institucional" que como Anexo B IF-2022-122063349-APN-SMYCP#JGM forma parte integrante del presente, en el que se dejará constancia de la afectación preventiva correspondiente al presupuesto estimado de gastos, suscripto por el titular del organismo o responsable debidamente autorizado y el titular del Servicio Administrativo Financiero (SAF) de la entidad o funcionario de nivel equivalente.

ARTÍCULO 3º.- Al momento de la admisión de la campaña para los casos comprendidos en el inc A) del art 2º, la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA determinará, en base a criterios de oportunidad, conveniencia y/o ante la necesidad de una eficiente ejecución presupuestaria, si la campaña se realizará en su totalidad a través de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA debiendo a tal fin los proveedores facturar a nombre de ésta o bien dicho trámite será canalizado a través de TELAM S.E.

Para el supuesto en que la facturación se realice a nombre de la Agencia TELAM S.E., la transferencia de fondos correspondientes a la inversión aprobada, se realizará con destino a esta última luego de aprobada la admisión de la campaña, conforme lo dispuesto en el artículo 7 de la presente.

A tal fin, TELAM SE emitirá a favor de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA su facturación por la totalidad del monto de inversión previsto en la campaña.

La SECRETARÍA abonará a TELAM la suma total facturada, con la consiguiente obligación de TELAM a informar semanalmente el estado de avance de la planificación, instrumentación y ejecución de la campaña publicitaria, con detalle de los medios de difusión con los que hubiere pautado, los montos acordados y demás detalles asociados a los servicios prestados.

- INFORME DE PROPUESTA DE CAMPAÑA – APROBACIÓN.

ARTICULO 4º.- Recibida la solicitud de campaña, se remitirán los actuados a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, quien será el área responsable de su instrumentación, pudiendo por sí o mediante sus unidades orgánicas dependientes solicitar, a tales efectos, los informes y aclaraciones que estime pertinentes y propiciar las adecuaciones respectivas, así como efectuar las mediciones cualitativas y cuantitativas que resulten



necesarias.

ARTICULO 5°. –La SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS DE DIFUSIÓN tomará la intervención de su competencia para la elaboración o aprobación, según corresponda, del contenido del mensaje a difundir y confeccionará a tal fin un Informe Técnico con el análisis del mismo, los objetivos comunicacionales y el detalle de las piezas publicitarias en atención al formato de emisión sugerido.

Asimismo, en los casos que resulte necesario el servicio creativo o de producción de la campaña institucional, evaluará las siguientes alternativas de realización:

- Con sus equipos de profesionales y recursos técnicos.
- Mediante la utilización de los recursos de la jurisdicción o entidad originante.
- Mediante TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.
- Mediante CONTENIDOS PUBLICOS SOCIEDAD DEL ESTADO.
- A través de una unidad organizativa perteneciente a cualquier jurisdicción o entidad comprendida en el artículo 8º de la Ley Nº 24.156, bajo su supervisión.
- Mediante la contratación de un servicio creativo o de producción externo, para lo cual la SUBSECRETARÍA DE GESTIÓN OPERATIVA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, iniciará el trámite correspondiente.

ARTICULO 6°. - La DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL elaborará un Informe de propuesta de campaña que deberá contener el alcance, la intensidad, el tipo de medio y grado de inversión propuesta, en el que considerará, para su estimación, el mensaje a difundir, los canales de comunicación seleccionados, su intensidad, la tarifa aplicable, la comisión de agencia de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO y el recupero estimado de gastos directos según corresponda, todo ello en base a la información prevista en el REGISTRO NACIONAL DE PROVEEDORES DE PUBLICIDAD OFICIAL (RENNAPO).

ARTÍCULO 7°. Conjuntamente con el Informe de Propuesta de Campaña la DIRECCION NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL elaborará un proyecto de Resolución con su ANEXO RP (Requerimiento Publicitario) según -modelo que como anexo C se acompaña a la presente IF-2022-122063310-APN-SMYCP#JGM - para la aprobación de la Campaña en cuestión, que elevará a consideración del SECRETARIO, previa intervención de la DIRECCIÓN DE ASUNTOS LEGALES DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA y de la SUBSECRETARÍA DE GESTIÓN OPERATIVA DE MEDIOS PÚBLICOS para la afectación preventiva de crédito presupuestario, según la campaña de que se trate.

Para el caso de campañas a que se refiere el Artículo 2º inciso A) del presente Reglamento, la aprobación de la campaña involucrará también la aprobación del gasto global, imputable al presupuesto administrado por la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.



- EFECTIVIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

ARTÍCULO 8°. - Luego de la Aprobación de la Campaña mediante Resolución suscripta por el titular de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA, la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL dará intervención a TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO, para que ésta realice la planificación de medios de comunicación de la campaña en base al universo de proveedores registrados respetando los parámetros fijados.

- EMISIÓN DE LA ORDEN DE PUBLICIDAD (OP)

ARTICULO 9°. - Aprobada la planificación de medios por parte de la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL, TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO procederá a implementar, en el acto y mediante la emisión de las pertinentes Ordenes de Publicidad (OP), la contratación de los servicios necesarios para la difusión de la campaña.

ARTÍCULO 10°. - En las órdenes de publicidad que se emitan podrán proponerse esquemas tarifarios que signifiquen mejores condiciones económicas de contratación y que atiendan de igual modo a los objetivos de comunicación de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA. A tal efecto respetará criterios objetivos en la formulación de dichas propuestas, considerando las particularidades de cada medio en lo relativo a su alcance (circulación o audiencia) de conformidad con los indicadores existentes en el mercado y a su cobertura geográfica y público objetivo. Las propuestas formuladas, y volcadas en las órdenes de publicidad, podrán ser aceptadas o rechazadas por los medios.

ARTÍCULO 11°. - Concluido el procedimiento de trámite de campaña el titular de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA suscribirá el DOCUMENTO FINAL DE APROBACIÓN DE CAMPAÑA con el nombre de la misma, el organismo solicitante, la duración, la inversión cumplida, y demás datos relevantes junto con el listado de órdenes de publicidad emitidas.

C. FACTURACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD (trámite de expedientes de PAGO)

ARTICULO 12°. - Cuando se trate de las campañas previstas en el Artículo 2° inciso A) del presente Reglamento, y la misma no haya sido aprobada en los términos del artículo 3 del presente Anexo, la facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados deberá ser ingresada en el sistema de Trámites A Distancia (TAD) y emitida a nombre de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA (CUIT 30-71512142-1- IVA EXENTO) dependiente de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, sin perjuicio de la subsistencia de los derechos y obligaciones que correspondan a dichos prestadores o proveedores y a TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO en función de la relación contractual entablada entre esas partes.

Cuando se trate de las campañas previstas en el Artículo 2° inciso A) del presente Reglamento y la misma se realice a través de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO conforme a lo previsto en el segundo párrafo del artículo 3° de este Anexo I, la facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados deberá ser ingresada en el sistema de Trámites A Distancia (TAD) y emitida a nombre de la TELAM S.E. (CUIT 30-70823302-8- IVA RESP. INSCRIPTO).



Cuando se trate de las campañas previstas en el Artículo 2° inciso B) del presente Reglamento, la facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados deberá ser ingresada en el sistema de Trámites A Distancia (TAD) y emitida a nombre y CUIT del organismo o entidad solicitante de la campaña, sin perjuicio de la subsistencia de los derechos y obligaciones que correspondan a dichos prestadores o proveedores y a TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO en función de la relación contractual entablada entre esas partes.

La factura deberá ser emitida el día en que finalice la prestación del servicio, y deberá ser presentada dentro de los DIEZ (10) días contados a partir de la fecha de emisión.

Las facturas deberán identificar la orden de publicidad y, preferentemente, los datos que de ella resulten, tales como la campaña de que se trate y el organismo de origen, además de los datos legales correspondientes. TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO evaluará y autorizará, dentro de sus facultades, las excepciones que considere pertinentes.

ARTICULO 13°. - Emitida la publicidad institucional, y presentada y admitida la factura y certificación de emisión -efectuada con carácter de declaración jurada y con los requisitos que establezca TELAM S.E. de acuerdo al tipo de publicidad ordenada- por parte del proveedor ante TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO, ésta deberá realizar los controles propios de su competencia y proceder a su conformación, vinculándola al requerimiento publicitario y a la Orden de Publicidad que corresponda.

TELAM SE verificará el correcto cumplimiento de las prestaciones contratadas, sin perjuicio de las acciones de control muestral que pueda desarrollar al respecto la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

ARTÍCULO 14°. - Efectuados dichos controles TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO deberá remitir a la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL de la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA el expediente electrónico con la siguiente documentación debidamente conformada por autoridad competente:

- a) Declaración de que la contratación de bienes y servicios, oportunamente encomendada, se realizó con ajuste a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, debidamente suscripta por autoridad competente de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.
- b) Certificación de la real y efectiva prestación de los servicios.
- c) Facturas a cancelar a favor de los prestadores o proveedores, presentadas en los términos del Artículo 13° del presente Reglamento.
- d) La Orden de Publicidad correspondiente suscripta por autoridad competente de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.
- e) La Pauta emitida y suscripta por autoridad competente de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.



La remisión que realice TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO deberá tener lugar dentro de los SIETE (7) días hábiles de recibida la documentación por parte del prestador o proveedor, en los términos del Artículo 9º del presente Reglamento, en forma completa y correcta.

D - SUPERVISIÓN. CONFORMIDAD

ARTICULO 15°. - Recibidos los actuados por la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL, ésta procederá a verificar que las actuaciones cuenten con la documental prevista en el artículo precedente, y de corresponder, elaborará un proyecto de resolución que, previa intervención del SUBSECRETARIO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, será remitido para su consideración al SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

E. APROBACIÓN DE LO ACTUADO

ARTICULO 16°. - La SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA evaluará el procedimiento y, en caso de corresponder, aprobará lo actuado, previa intervención del servicio jurídico competente. La resolución a través de la cual se apruebe lo actuado será remitida a la SUBSECRETARÍA DE GESTIÓN OPERATIVA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, a TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO o a cada organismo o entidad solicitante de campaña, según se trate de las que refiere el Artículo 2º, inciso A) o inciso B) respectivamente, del presente Reglamento, a efectos de la liquidación y pago de las facturas presentadas.

Para el caso de campañas a que se refiere el Artículo 2º inciso A), la aprobación de lo actuado involucrará también la aprobación del gasto imputable al presupuesto administrado por la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

F. PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS

PUBLICIDAD CON FINES COMERCIALES:

ARTICULO 17°. - Las entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8º de la Ley N° 24.156 cuya actividad consista en la venta de bienes y/o servicios, y que compitan en dicha actividad con oferentes de similares características de orden privado, podrán resultar exceptuados de los procedimientos establecidos en esta norma cuando la publicidad sea considerada de carácter comercial por la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

ARTÍCULO 18°. - Para el caso de participación o apoyo económico en ferias, congresos, exposiciones y/o eventos en los que la contribución sea exclusivamente en calidad de sponsoreo y no implique difusión propia de la publicidad oficial en medios de comunicación, podrá la entidad llevar a cabo dicha actividad sin intervención previa de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA.

AVISOS LEGALES:





ARTÍCULO 19°. - Las solicitudes de contratación de Avisos Legales, deberán ser ingresadas por la Mesa de Entradas de la SECRETARÍA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA hasta SIETE (7) días hábiles previos a la fecha de publicación del aviso legal solicitado. El mismo será remitido a la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL que será la encargada de su tramitación.

Se dará intervención al SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA para la admisión del trámite del aviso en cuestión, con la instrucción a las áreas correspondientes para que tomen la intervención de su competencia.

ARTÍCULO 20°. - La solicitud deberá indicar el contenido del mensaje, los canales de comunicación que entienda más idóneos en función de dicho contenido, la intensidad de la campaña y toda otra información que, a criterio del organismo de origen, resulte relevante para el análisis del aviso propuesto. Los organismos que atiendan la erogación publicitaria con presupuesto propio deberán incluir además la indicación del monto global a invertir y la declaración del funcionario competente de contar con la partida presupuestaria para hacer frente a dicho gasto.

ARTÍCULO 21°. - La DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL elaborará un informe circunstanciado y remitirá un proyecto de DOCUMENTO FINAL DE APROBACIÓN DE AVISO a consideración del SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA, el cual contendrá el nombre del aviso, el organismo solicitante, la duración, los canales de comunicación, la inversión cumplida, y demás datos relevantes junto con el listado de órdenes de publicidad emitidas.

ARTÍCULO 22°. - En el caso de avisos legales impulsados por organismos a los que alude el Artículo 2º inciso A) del presente Reglamento, previa intervención de la SUBSECRETARÍA DE GESTIÓN OPERATIVA DE MEDIOS PÚBLICOS para la verificación preventiva de crédito presupuestario, el SECRETARIO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN PÚBLICA dispondrá, en caso de considerarlo procedente, la correspondiente autorización remitiendo a la DIRECCIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD OFICIAL para su instrumentación por intermedio de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.

ARTÍCULO 23°. - Para los procedimientos de facturación, certificación y pago se observarán las previsiones del punto C.

NOTA: El/los Anexo/s que integra/n este(a) Resolución se publican en la edición web del BORA
-www.boletinoficial.gob.ar-

e. 14/11/2022 N° 92824/22 v. 14/11/2022

Fecha de publicación 15/11/2024

