



Estudio de Identificación y Valoración de Series

Grupo de Trabajo de Series y Funciones Comunes
Comisión Superior Calificadora de Documentos Administrativos

Nº entrada	SGAE/1677/2017
Nº propuesta	GTSC/17/2017-2

Identificación y valoración de la serie

1. Identificación

1.1. Denominación de la serie

Expedientes económicos de gasto: Gastos corrientes en bienes y servicios: Gastos diversos (Publicidad y Propaganda) (226. 02)

1.2. Organismo(s) /
Unidad(es) productora(s)

Serie común AGE: Unidades de administración financiera y gestión económica, unidades con capacidad de contratación / gestión de gasto).

1.3. Función

GESTIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS (GESTIÓN ECONÓMICA) Gestión del Gasto
--

1.4. Historia del contexto de producción de la serie

<p>Esta aplicación presupuestaria aparece definida en la clasificación económica del presupuesto desde fechas muy recientes, concretamente desde los Presupuestos Generales del Estado de 1984.</p> <p>Se incluye en el Capítulo 2 (Gastos corrientes en bienes y servicios). Este capítulo recoge los recursos destinados a atender los gastos corrientes en bienes y servicios necesarios para el ejercicio de las actividades del Estado, organismos autónomos, agencias estatales y otros organismos públicos que no originen un aumento de capital o del patrimonio público. Son imputables a este capítulo los gastos originados por la adquisición de bienes que reúnan algunas de las características siguientes:</p> <p>a) Ser bienes fungibles</p>
--



- b) Tener una duración previsiblemente inferior al ejercicio presupuestario
- c) No ser susceptibles de inclusión en inventario
- d) Ser, previsiblemente, gastos reiterativos.

No podrán imputarse a los créditos de este capítulo gastos destinados a satisfacer cualquier tipo de retribución por los servicios prestados o trabajos realizados por el personal dependiente de los departamentos, organismos autónomos, agencias estatales u otros organismos públicos respectivos, cualquiera que sea la forma de esa dependencia. Además se aplicarán a este capítulo los gastos en bienes de carácter inmaterial que puedan tener carácter reiterativo, que no sean susceptibles de amortización y que no estén directamente relacionados con la realización de las inversiones.

El concepto 226. Gastos Diversos, con su Subconcepto 02. Publicidad y Propaganda comprenden en la actualidad los siguientes gastos:

- Gastos de divulgación, y cualquier otro de propaganda y publicidad conducente a informar a la comunidad de la actividad y de los servicios del Estado, organismos autónomos, agencias estatales u otros organismos públicos, así como campañas informativas y divulgativas dirigidas a los ciudadanos.
- Se incluirán en este epígrafe los gastos que ocasionen la inserción de publicidad en Boletines Oficiales.
- Incluye los gastos de adquisición de objetos en los que figura el logotipo de la entidad, organismo, etc., para su distribución entre la pluralidad de personas con el fin de publicitar la actividad de la entidad.
- Incluye los gastos que se realicen en el marco del Plan de Publicidad a que se refiere la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

No se cargarán en este concepto gastos como las campañas de sensibilización y concienciación ciudadana que sean susceptibles de producir efectos en varios ejercicios, estas se imputarán al artículo 64 (Gastos de Inversiones de Carácter Inmaterial). Tampoco se incluirán los gastos en procesos electorales y consultas populares que se suelen encuadrar en el concepto 227, subconcepto 05.

Otros gastos muy comunes tales como la propaganda y publicidad se cargarán en otras aplicaciones



presupuestarias, generalmente todas pertenecientes al capítulo 2 (Material, Suministros y Otros).

1.5. Fechas extremas

1984*

a

* La fecha de eliminación se ha establecido a partir del año desde el que se tiene constancia de la existencia de esta aplicación presupuestaria.

1.6. Legislación

Norma	Regula
Ley de Administración y Contabilidad de la Hacienda Pública, de 1 de julio de 1911	Relativo a los contratos para la ejecución de obras y servicio públicos
Orden del Ministerio de Gobernación del 23 de diciembre de 1941	Por la que se aprueba la propuesta formulada por el Administrador del BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO para la elevación de los precios de suscripción y de la publicidad en este periódico oficial
Orden de 26 de junio de 1957	Acordada en el Consejo de Ministros por la se dispone una nueva estructuración para los Presupuestos Generales del Estado y de sus organismos autónomos
Ley 85/1961, de 23 de diciembre	Sobre Presupuestos Generales del Estado para el bienio 1962-63
Decreto 6/1962, de 18 de enero	Sobre mecanización de la contabilidad de gastos públicos
Ley 198/1963, 28 de diciembre	Bases de contratos del Estado
Ley 61/1964, de 11 de junio	Por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad
Decreto 923/1965, de 8 de abril	Aprueba el texto articulado de la Ley de Contratos del Estado
Decreto 3410/1975, de 25 de noviembre	Aprueba el Reglamento General de Contratación del Estado
Ley 11/1977, de 4 de enero	General Presupuestaria
Orden de 15 de marzo de 1979	Por la que se dictan normas para la elaboración de los Presupuestos Generales del Estado y de los programas de actuación, inversiones y financiación de las Sociedades estatales para 1980
Orden de 15 de marzo de 1979	Resolución de la Dirección General de Presupuestos por la que se publican Códigos que definen las Rúbricas de la Estructura Presupuestaria
Real Decreto 324/1986, de 10 de febrero	Por el que se implanta en la Administración del Estado un nuevo sistema de información contable y se reestructura la función de ordenación de pagos
Real Decreto 2528/1986, de 25 de noviembre	Reforma el Reglamento General de Contratación del Estado



Real Decreto 640/1987, de 8 de mayo	Sobre pagos librados “a justificar
Ley 7/1988, de 5 de abril	Sobre funcionamiento del Tribunal de Cuentas
Real Decreto Legislativo 1091/1988 de 23 de septiembre	Por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General Presupuestaria
Ley 34/1988, de 11 de noviembre	General de Publicidad
Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 1 de febrero de 1996	Por la que se aprueban los documentos contables a utilizar por la Administración General del Estado
Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 1 de febrero de 1996	Por la que se aprueba la Instrucción Operatoria Contable a seguir en la ejecución del gasto del Estado
Orden del Ministerio de la Presidencia 1576/2002 de 19 de junio	Por la que se regula el procedimiento para el pago de obligaciones de la AGE
Real Decreto 725/1989, de 16 de junio	Sobre anticipos de caja fija
Orden de 26 de julio de 1989	Por la que se dictan normas para el desarrollo y aplicación del Real Decreto 725/1989, de 16 de junio sobre anticipos de Caja Fija
Real Decreto 2188/1995, de 28 de diciembre	Por el que se desarrolla el régimen de control interno ejercido por la Intervención General de la Administración del Estado
Ley 47/2003, de 26 de noviembre	General Presupuestaria
Ley 29/2005 de 29 de diciembre	De Comunicación y Publicidad Institucional
Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto	Por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado
Resolución de 19 de enero de 2009	De la Dirección General de Presupuestos, por la que se establecen los códigos que definen la clasificación económica
Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre	Por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público
Resolución de 20 de enero de 2014	De la Dirección General de Presupuestos por la que se establecen los códigos que definen la clasificación económica. (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas)

1.7. Trámite administrativo

Las fases de ejecución o gestión de los gastos públicos son dos: la ordenación del gasto y la ordenación del pago.

- La ordenación del gasto es el conjunto de actuaciones administrativas que permiten reconocer una obligación del pago. La fase de ordenación del gasto que es la que tiene lugar en la sede del Departamento u organismos gestor, conlleva:

1. La aprobación o autorización del gasto (Es el acto administrativo mediante el cual se autoriza la realización de un gastos determinado por una cuantía cierta o



aproximada, reservando a tal fin la totalidad o parte de un crédito presupuestario).

2. El compromiso del gasto (Es el acto administrativo mediante el cual la autoridad competente acuerda con un tercero la realización de gastos previamente aprobados, por un importe determinado o determinable).

3. El reconocimiento de la obligación (Es el acto mediante el que se declara la existencia de un crédito exigible contra la Hacienda Pública, derivado de un gastos aprobado y comprometido).

- La ordenación del pago es el conjunto de actuaciones que tienen por objeto satisfacer obligaciones contraídas mediante las oportunas salidas de fondos del Tesoro Público. La fase de ordenación del pago hace referencia a la salida material o virtual de fondos de la Tesorería y engloba: la ordenación del pago y el pago material.

1.8. Documentos básicos que componen el expediente

Los documentos se organizan en expedientes de cuentas a justificar o anticipos de caja (que son expedientes que se generan sin la previa aportación de la documentación justificativa de haberse realizado la prestación del servicio en la administración) y expedientes cuentas en firme.

En la legislación actual la ejecución del gasto viene plasmada en unos formularios de tipo contable previamente publicados en el Boletín Oficial del Estado, los documentos contables normalizados básicos son:

1. Aprobación o autorización del gasto (Documento A)
2. Compromiso de gasto o Disposición (Documento D)
3. Reconocimiento de la Obligación (Documento OK)
4. Cuando se realiza combinada la autorización, compromiso y reconocimiento de obligaciones (Documento ADOK)
5. Otros documentos contables: (Documento O: se emplea en la Deuda del Estado cuando se reconoce la obligación pero no se propone el pago), (Documento K: se emplea para proponer el pago), Documento I (se emplea para el registro de la concesión de un anticipo de Tesorería), Documento PR (se emplea para el registros de la prescripción de obligaciones reconocidas pendientes de proponer el pago (Documento O de Deuda Pública).

Por otro lado se adjunta documentación justificativa del pago: facturas, órdenes ministeriales, memorias justificativas, análisis del gasto,...

En el siguiente esquema se exponen estos documentos de acuerdo con el ejemplo concreto aportado como Anexo 2

Nº Identificación	Documento(s) resultante(s)	Órgano(s) productor(es)		
	Factura de la Empresa	Empresa Privada		
	Expediente Proposición de Gasto contiene: Oficio de remisión de la autorización, memoria- Informe y análisis del gasto	Jefa de la Sección de Inversiones e Instalaciones	Secretaría General	Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gasto contiene: (Adjunto del anterior):	Dirección General del Libro y	Firmado por: Director General del Libro y Bibliotecas y	Ministerio de Cultura



	Oficio de remisión de la memoria-informe justificativa de la propuesta de gastos	Bibliotecas	el Director del Centro de Coordinación Bibliotecario	
	Expediente Proposición de Gasto contiene: (Adjunto de los anteriores): Memoria Informe	Director del Centro de Coordinación Bibliotecario	Dirección General del Libro y Bibliotecas	Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gasto (Expediente seleccionado por el Interventor para el Muestreo) contiene: (Adjunto de los anteriores): Análisis del gasto	Director del Centro de Coordinación Bibliotecario	Dirección General del Libro y Bibliotecas	Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gastos contiene: Oficio de remisión de la Orden Ministerial aprobando el gasto	Jefe de la Sección Económica de la Secretaría General del Libro y Bibliotecas		Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gastos (Expediente seleccionado por el Interventor para el Muestreo) contiene: (Adjunto del anterior): Orden Ministerial de Aprobación del Gasto	Ministro		Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gastos (Expediente seleccionado por el Interventor para el Muestreo) contiene: Documentos contables Retención de Créditos pendientes de utilización (RC)	Jefe de Contabilidad (Impreso múltiple)		Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gastos (Expediente seleccionado por el Interventor para el Muestreo) contiene: Documento contable de autorización-compromiso de gastos	Dirección General del Libro y Bibliotecas (Impreso múltiple)	Firmado por: Secretario General/Interventor/ Director del Centro de Coordinación Bibliotecaria	Ministerio de Cultura



	sobre créditos retenidos (AD)			
	Expediente Proposición de Gastos (Expediente seleccionado por el Interventor para el Muestreo) contiene: Oficios de remisión de la memoria informe justificativa de la propuesta de gastos ocasionados	Dirección General del Libro y Bibliotecas	Firmado por: Director General del Libro y Bibliotecas y el Director del Centro de Coordinación Bibliotecario	Ministerio de Cultura
	Expediente Proposición de Gastos (Expediente que seleccionado por el Interventor para el muestreo) contiene (Adjunto de los anteriores): Memoria-Justificativa de la propuesta de gastos ocasionados.	Director del Centro de Coordinación Bibliotecario	Dirección General del Libro y Bibliotecas	Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Oficio de remisión de los justificantes de rendición de la cuenta	Jefa de Sección de Inversiones e Instalaciones		Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Documento contable de Obligación reconocida y propuesta de pago (OK)	Dirección General del Libro y Bibliotecas (Impreso múltiple)	Firmado por: Secretario General/Interventor/ Director del Centro de Coordinación Bibliotecaria	Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Informe de aprobación de cuenta "pagos en firme"	Intervención Delegada	Firmado por: Director General, Jefe de Contabilidad e Interventor Delegado	Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Orden Ministerial de Aprobación del Gasto	Ministro		Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Certificado de la Cuenta de pagos en firme	Dirección General del Libro y Bibliotecas	Firmado por: Director del Centro de Coordinación Bibliotecaria, Jefe de Sección Económica	Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta	Jefe de	Firmado: Secretario	Ministerio



	rendida de pagos en firme: Certificado de que se ha realizado el gasto	Negociado de la Secretaria General del Libro y Bibliotecas	General de la Dirección General del Libro y Bibliotecas	de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme: Certificado de conformidad con la factura del Director General del Libro y Bibliotecas	Dirección General del Libro y Bibliotecas		Ministerio de Cultura
	Expediente de cuenta rendida de pagos en firme (Adjunto del anterior): Factura de la Empresa	Empresa particular		

1.9. Organización / Ordenación de la serie

Se ordena por departamentos y ejercicios presupuestarios. Se ordenan por número de expediente dentro de los ejercicios, pero no se organizan por categorías presupuestarias (Capítulo, Concepto, Subconcepto,...)
La documentación de esta serie puede presentarse de varias formas:

1. Como expediente económico en firme; Actualmente, los expedientes en firme no forman físicamente una serie diferenciada, sino que a partir de la puesta en marcha de la aplicación SOROLLA y sus antecedentes, suelen archivar por orden de tramitación, independientemente del capítulo y concepto de gasto (que anteriormente constituían el criterio para su ordenación y archivo)
2. Formando parte de cuentas justificativas de anticipos de caja fija o a justificar
3. Formando parte de colecciones de documentos contables sueltos.
4. Integrados (en el caso de los expedientes económicos en firme) como parte del expediente de contratación.

1.10. Continuación de la serie

Se produce actualmente

Cerrada

1.11. Documentación relacionada

Series relacionadas

Denominación	Productor	Tipo de relación
Expedientes económicos de gasto: publicaciones (24 y	Serie común	Antecedente (gastos en publicidad cargados a ese concepto hasta 1984)



códigos anteriores)		
Expedientes contables	Intervenciones Delegadas de los Ministerios. Ministerio de Hacienda	Recapitulativa
Expedientes de Intervención (Intervención del reconocimiento de las obligaciones del gasto y de la comprobación de la inversión, intervención formal de la ordenación del pago e intervención material del pago)	Ministerio de Hacienda. Intervención General de la Administración del Estado	Recapitulativa
Expedientes contables	Tribunal de Cuentas	Recapitulativa
Expedientes de Contratación: Contrato de publicidad, Contrato de difusión publicitaria, Contrato de creación publicitaria, Contrato de patrocinio publicitario	Departamentos Ministeriales (Juntas Consultivas de Contratación)	Complementaria
Registros de gastos (Aplicación Sorolla,...)	Departamentos Ministeriales	Recapitulativa

Otra documentación relacionada

Denominación	Productor	Tipo de información
Boletines Oficiales y Publicaciones	Ministerio de la Presidencia	Complementaria
Expedientes de pago de anuncios	Boletín Oficial del Estado	Complementaria
Planes Nacionales y Publicidad y Comunicación Institucional	Ministerio de la Presidencia	Recapitulativa
Informe anual de publicidad y comunicación.	Ministerio de la Presidencia	Recapitulativa

2. Valoración

2.1. Utilización

	Plazo	Norma / motivo
<i>Uso frecuente</i>	1-2 años	<i>Ejercicio presupuestario del pago: posibles comprobaciones u otras incidencias durante el ejercicio siguiente.</i>



<i>Uso esporádico</i>	<i>6 años</i>	<i>Valor contable (Ver abajo 2.2. Valores primarios, otros)</i>
-----------------------	---------------	---

2.2. Valores primarios

<i>Valor administrativo</i>	<i>1-2 años</i>	<i>Valores administrativos ligados al ejercicio presupuestaria</i>
<i>Valor fiscal</i>	<i>Hasta 7 años</i>	<i>Ver otros valores (Contable)</i>
<i>Otros</i>	<i>7 años</i>	<p><i>Valor fiscal y contable: Comprobación ingresos y gastos a efectos del control presupuestaria. Fiscalización por el Tribunal de Cuentas: reglas 23.3 y 24 de la Instrucción de Contabilidad para la AGA aprobada por O EHA/3067/2011, de 8 de noviembre: “Regla 23. Archivo y conservación de los justificantes de operaciones y de los soportes de las anotaciones contables...</i></p> <p><i>3. A los efectos de la acreditación de las operaciones registrada en el Sistema de Información Contable, los justificantes y sus respectivos documentos contables deberán conservarse durante el plazo de seis años contados desde la fecha de remisión al Tribunal de Cuentas.</i></p> <p><i>Regla 24. Conservación de los registros contables: Los registros de las operaciones anotadas en el SIC se conservarán durante un periodo de seis años contados desde la fecha de remisión al Tribunal de Cuentas...</i></p>

2.3. Valores secundarios

<i>Testimonial</i>		<i>Posibles valores testimoniales susceptibles de conservación por muestreo</i>
<i>Histórico</i>		<p><i>Carece de valores históricos. Aunque la propaganda y la publicidad son elementos importantes en el aparato de los estados, sobre todo en los dictatoriales, como sucede durante la Dictadura Franquista, la documentación conservada en el</i></p>



		<p>Archivo General de la Administración y en otros archivos sobre el Ministerio de Información y Turismo y la Delegación Nacional de Propaganda, Prensa y Radio cubre perfectamente el estudio de esta temática para el Franquismo.</p> <p>El expediente de gastos de publicidad y propaganda carece de valores secundarios, no tiene un valor testimonial ni histórico, sólo aporta información de carácter contable que aparece en otras series documentales, tampoco aporta información adicional sobre la propaganda, es un expediente que aparece hasta cuaduplicado en su gestión, su información aparece recogida en series recopilatorias, expedientes de contratación y otras series complementaria que incluyen documentos con más valor histórico e informativo.</p>
--	--	---

3. Acceso y seguridad de la información

3.1. Condiciones generales de acceso a la serie documental

La serie es de acceso libre, sin necesidad de autorización	<input type="checkbox"/>
La serie incluye contenidos susceptibles de protección (requiere solicitud de acceso)	<input checked="" type="checkbox"/>

3.2. El acceso a la serie documental está afectado o regulado por normativa específica ¹

Régimen	Norma reguladora	
Información ambiental	Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente	<input type="checkbox"/>
Información catastral	Ley del Catastro Inmobiliario (texto refundido aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2004, de 5 de marzo)	<input type="checkbox"/>
Secreto censal	Ley Orgánica 5/1985, de 19 junio, del Régimen Electoral General	<input type="checkbox"/>
Secreto fiscal o tributario	Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria	<input type="checkbox"/>
Secreto	Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la función estadística pública	<input type="checkbox"/>

¹ De conformidad con el segundo apartado de la Disposición adicional primera de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (LTAIBG), se regirán por su normativa específica, y por dicha Ley con carácter supletorio, aquellas materias que tengan previsto un régimen jurídico específico de acceso a la información.



estadístico		
Secreto sanitario	Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad Ley 41/2002, de 14 noviembre, básica reguladora de la autonomía del paciente y de derechos y obligaciones en materia de información y documentación clínica	<input type="checkbox"/>
Otro (indicar)		<input type="checkbox"/>
Materias clasificadas	Ley 9/1968, de 5 de abril, sobre Secretos Oficiales	<input type="checkbox"/>
	Órgano que efectuó la clasificación	
	Referencia del acto de clasificación	
	Documentos, informaciones o datos objeto de clasificación y grado o categoría de clasificación	

3.3. Contenidos sujetos a un régimen especial publicidad

Contenidos afectados	Referencia normativa
<p>La información económica, presupuestaria y estadística está sujeta a publicidad activa según el artículo 8: “1. Los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de este título deberán hacer pública, como mínimo, la información relativa a los actos de gestión administrativa con repercusión económica o presupuestaria que se indican a continuación:</p> <p>a) Todos los contratos, con indicación del objeto, duración, el importe de licitación y de adjudicación, el procedimiento utilizado para su celebración, los instrumentos a través de los que, en su caso, se ha publicitado, el número de licitadores participantes en el procedimiento y la identidad del adjudicatario, así como las modificaciones del contrato. Igualmente serán objeto de publicación las decisiones de desistimiento y renuncia de los contratos. La publicación de la información relativa a los contratos menores podrá realizarse trimestralmente. d) Los presupuestos, con descripción de las principales partidas presupuestarias e información actualizada y comprensible sobre su estado de ejecución y sobre el cumplimiento de los objetivos de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera de las Administraciones Públicas.</p> <p>e) Las cuentas anuales que deban rendirse y los informes de auditoría de cuentas y de fiscalización por parte de los órganos de control externo que sobre ellos se emitan”.</p> <p>Resulta de especial interés dar publicidad a los expedientes de contratación y la los gastos en publicidad que se realizan a través de lo Planes Nacional de Publicidad Institucional, porque la falta de transparencia por parte de la administración pública para este tipo de gastos se ha puesto en tela de juicio en más de una ocasión: “Esta falta de transparencia en la gestión del erario público junto, la</p>	<p>Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno</p>



adjudicación de los contratos publicitarios o el solapamiento de publicidad institucional durante el periodo electoral ha suscitado duras críticas por parte de la doctrina y de la jurisprudencia, lo que se han querido paliar con una norma jurídica ad hoc Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional (LPCI)”. Vid.: MARTÍNEZ PASTOR, Esther. Publicidad Institucional de las Administraciones Públicas: marco jurídico y controversias En: Revista interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades. [Separata del número 8 de la Revista Comunicación y Hombre], pp.51-63	
--	--

3.4. Contenidos susceptibles de protección ²

Contenidos afectados ³		Referencia normativa
Datos cuya divulgación puede afectar a intereses públicos (PU)		
Datos cuya divulgación pueda afectar a intereses privados (PR)	Puede haber referencias a cuentas corrientes y otros datos sensibles de perceptores	Ley de Contratos del Sector Público, art. 46.5 y 140
Datos de carácter personal (DP)		

3.5. Medidas propuestas para favorecer el acceso a expedientes de acceso restringido (posibilidad y modalidad de disociación de datos o acceso parcial)⁴

--

3.6. Medidas específicas de seguridad requeridas por la serie

Medida propuesta	Referencia normativa

² Si es necesaria una Relación detallada de contenidos susceptibles de protección, utilícese el Anexo correspondiente.

³ Se puede utilizar la tabla “Código para clasificar el tipo de contenido susceptible de protección, de acuerdo con los límites establecidos en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (LTAIBG)” incluida en las Instrucciones de Complimentación.

⁴ Se puede utilizar la tabla “Medidas para favorecer el acceso a expedientes de acceso restringido” incluida en las Instrucciones de Complimentación.



--	--

4. Observaciones

--

5. Relación de anexos

A.2.- Breve Historia Institucional del Gasto de la Publicidad y la Propaganda.

A.2.- Ejemplo del Expediente: Publicación de diversos anuncios para la exposición "El Escorial en la Biblioteca Nacional". Fondo: Secretaría General del Libro y Bibliotecas. Ministerio de Cultura. Nº de Expediente: 6081/103. Signatura: AGA, 62/12567 (Archivo General de la Administración).



Nº entrada	SGAE/1677/2017
Nº propuesta	GTSC/17/2017-2

Petición de Dictamen

Título

Expedientes económicos de gasto: Gastos corrientes en bienes y servicios: Gastos diversos (Publicidad y Propaganda) (226. 02)

Organismo(s) / Unidad(es) productora(s)

Serie común AGE: Unidades de administración financiera y gestión económica, unidades con capacidad de contratación / gestión de gasto).

Plazos de Transferencia

A) Servicios Centrales

- al Archivo Central	7 (Muestras)
- al Archivo Intermedio	15 (Muestras)
- al Archivo Histórico	50 (Muestras)

A) Servicios Periféricos

- al Archivo Central	7 (Muestras)
- al Archivo Histórico Provincial o equivalente	15 (Muestras)

Selección

- Conservación Permanente

Justificación

- Eliminación Parcial

Forma de selección	Plazo	Justificación

- Eliminación Total

Plazo	Justificación
7 años ET	Aunque la propaganda y la publicidad son elementos importantes en el aparato de los estados, sobre todo en los dictatoriales, como sucede durante



la Dictadura Franquista, la documentación conservada en el Archivo General de la Administración y en otros archivos sobre el Ministerio de Información y Turismo y la Delegación Nacional de Propaganda, Prensa y Radio cubre perfectamente el estudio de esta temática para el Franquismo.

El expediente de gastos de publicidad y propaganda carece de valores secundarios, no tiene un valor testimonial, ni histórico, sólo aporta información de carácter contable, que además aparece en otras series documentales, no aporta información adicional sobre la propaganda, es un expediente que aparece hasta cuadruplicado en su gestión, su información aparece en series además recopilatorias y los expedientes de contratación, series complementarias, añadan documentos con más valor histórico e informativo.

Muestra: Se conservarían un expediente de propaganda, otro de publicidad y otro de publicaciones por año, para ver el trámite del organismo.

- Sustitución del soporte

En aplicación RD 1671/2009
de desarrollo de la Ley 11/2007

Soporte alternativo	Plazo	Justificación

Acceso

La serie es de acceso libre, sin necesidad de autorización	<input type="checkbox"/>
La serie incluye contenidos susceptibles de protección (requiere solicitud de acceso)	<input checked="" type="checkbox"/>

- Duración de la restricción

Años
Otros

Previa solicitud (datos sensibles de
adjudicatarios no cuantificables en años)



--

Efectos inmediatos de la valoración

Este dictamen es aplicable a cualquiera de las presentaciones físicas de la serie documental descritas en el apartado 1.9. (Organización / Ordenación de la serie) del estudio de identificación y valoración

Como regla general, los expedientes deberían conservarse durante toda su vida útil (7 años) en los archivos de oficina, que asumirán su eliminación y muestreo pasado dicho plazo, con la ayuda y supervisión que en su caso proceda del Archivo Central o Unidad de coordinación archivística departamental.

Cuando los expedientes de este subconcepto se archiven indiscriminadamente con el resto de conceptos presupuestarios, quedará a discreción de cada organismo, a este efecto que, dependiendo de cuál sea la Unidad de custodia de la documentación en ese momento (Unidad de Gestión Económica o Archivo Central) y de acuerdo entre ambas, se decida si:

- a) filtrar primero (a partir de listados extraídos de SOROLLA o equivalente) los expedientes del subconcepto 226.02, a fin de aplicar el plazo de eliminación de 7 años, o bien;
- b) aguardar al plazo máximo de conservación de expedientes de gasto, para proceder a la eliminación conjunta de todos ellos; garantizando en todo caso la conservación y transferencia al Archivo Central de las muestras y excepciones previstas para todos los distintos tipos de expedientes de gastos incluidos en el conjunto

Responsable del estudio

Fecha 03-10-2017

Cargo

**Jefe de Valoración y
Acceso (Archivo
General de la
Administración)**

Firma

Nombre

Ana Naseiro Ramudo

17/10/2017 Aprobado con cambios Grupo de Trabajo Series Comunes CSCDA

15/11/2017 Versión consolidada con observaciones de Ministerio del Interior y Grupo de Trabajo de Coordinación de Archivos MEySS (TGSS)



Anexo 1. Breve Historia Institucional del Gasto de la Publicidad y la Propaganda

A modo de reseña histórica estría bien comentar un poco la importancia que tiene la Publicidad y la Propaganda en los estados europeos contemporáneos y en concreto en España, sobre todo después de la utilización de la misma en la Alemania nazi, la cual se podría decir que es la pionera en el uso de esta para la propia propaganda del régimen.

Al igual que sucedió en otros países europeos, durante la Dictadura Franquista el control por parte del aparato estatal de la propaganda y la publicidad fue no sólo una finalidad sino también un medio para legitimar el Régimen Nacional-Católico y su ideología. La publicidad y la propaganda pública y privada eran supervisadas por el régimen a través del Ministerio de Información y Turismo por medio de la Junta Central de Publicidad y el Jurado de Publicidad y a través de la Secretaría General del Movimiento por medio del control de los medios de comunicación social a través de la Vicesecretaría, primero, y luego de la Delegación Nacional de Propaganda, Prensa y Radio. Mediante estos y otros organismos se censuraban los medios de comunicación.

Durante esta época no se realizaba tanto la contratación de agencias de publicidad para las campañas de propaganda, sino más bien se trataba de realizar una publicidad indirecta mediante un control previo y censor de los medios de comunicación y agencias de publicidad en relación a la transmisión de ideologías y pensamientos contrarios a la Administración y el Gobierno Franquista, evitando así ideologías contrarias al régimen.

La propaganda institucional también se ejercía directamente por el Estado a través de un control férreo de los principales medios de comunicación, como el cine que además de ser censurado incluía la proyección del NODO, noticiario del franquismo, y instrumento básico de las propaganda del régimen. La Secretaria del Movimiento Nacional ejercía una actividad importante de propaganda para el Estado a través del control directo de la televisión, la radio y la prensa. Además de los medios de comunicación el régimen empleó la educación como una vía de transmisión de las ideas políticas nacional-católicas, y por tanto, también como un elemento más de propaganda.

Tras el régimen franquista, la Democracia desmanteló todo el aparato propagandístico del régimen dictatorial configurando una nueva etapa en la propaganda y publicidad institucional basada en el imperio de la Ley. La legislación sobre Publicidad y Comunicación Institucional señala en su exposición de motivos: “La utilidad pública como



objetivo de estas campañas implica la erradicación de aquellas que tengan como finalidad ensalzar la labor del Gobierno. Se garantiza así que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos, que son los ciudadanos, y no a quien las promueve”.

El Gobierno es, indudablemente, sujeto y objeto de información y valoración política; pero, en cuanto responsable último de la Administración General del Estado y en razón, precisamente, de la función ejecutiva que constitucionalmente se le encomienda, es emisor de una serie de mensajes dirigidos a los ciudadanos que se engloban bajo la denominación genérica de campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

La aplicación presupuestaria Publicidad y Propaganda es reciente en cuanto a concepto diferenciado de otros gastos dentro de los presupuestos generales del estado, por ello antiguamente se imputaba dicho gasto a diversas aplicaciones presupuestarias, generalmente relacionadas con el pago de publicaciones. En un principio no había una diferenciación como en la actual legislación entre el subconcepto 02 y el artículo 24 (Gastos de Publicaciones).

En los presupuestos generales de 1934-1953, podemos observar su evolución y ver como este gasto era incluido dentro del capítulo 2 (Material), artículo 3 (Impresiones, encuadernaciones y publicaciones).

A partir de 1958 aparece en el capítulo 3º (Gastos de los Servicios), artículo 4º (Publicaciones), y en los presupuestos de 1959 se recogía en el capítulo 300 (Gastos de los Servicios), Artículo 340 (Publicaciones).

Haciendo una evaluación histórica de los diferentes presupuestos vemos por ejemplo que en el año 1979 no existe una diferenciación en los códigos de las publicaciones y la propaganda, y esta se incluye dentro del capítulo 2 (Compra de Bienes y Servicios).

Este gasto aparece definido como tal en la clasificación económica del presupuesto desde fechas muy recientes entorno a 1984. La propaganda y publicidad en la época más reciente se ha cargado a otras aplicaciones presupuestarias, generalmente todas del capítulo 2. (Material, Suministros y Otros): 220 (Material de Oficina), 221 (Suministros), 226 (Gastos Diversos), 24 (Gastos en Publicaciones).

Si hacemos una visual por la legislación ya podemos ver que existen leyes que regulan la publicidad como la Ley 34/1988 General de Publicidad. Esta en su artículo 10 define al anunciante como la persona natural o jurídica en cuyo interés se realiza la publicidad. Asimismo define a las agencias de publicidad como las personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a crear, preparar, programar o ejecutar publicidad por cuenta de un anunciante; y a los medios de publicidad como las personas



naturales o jurídicas, públicas o privadas, titulares de los soportes o medios de comunicación social a través de los cuales se difunde la publicidad. A partir de esta distinción, la Ley recoge cuatro tipos de contratos:

– Contrato de publicidad (artículo 15): “es aquél por el que un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación, la ejecución de publicidad y la creación, preparación o programación de la misma. Cuando la agencia realice creaciones publicitarias, se aplicarán también las normas del contrato de creación publicitaria.”

– Contrato de difusión publicitaria (artículo 19): “es aquél por el que, a cambio de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, un medio se obliga en favor de un anunciante o agencia a permitir la utilización publicitaria de unidades de espacio o de tiempo disponibles y a desarrollar la actividad técnica necesaria para lograr el resultado publicitario.”

– Contrato de creación publicitaria (artículo 22): “es aquél por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor de un anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.”

– Contrato de patrocinio publicitario (artículo 24): “es aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.”

Como consecuencia de la tipología de contratos contenida en la Ley, puede señalarse que no podrá deducirse que exista un fraccionamiento de contrato por el mero hecho de que se produzca la contratación separada de la creatividad y de la difusión.

El contrato de patrocinio por ejemplo celebrado por una Administración Pública tiene la consideración de contrato privado, pues el patrocinado no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios, y tampoco puede ser considerado como un contrato administrativo especial, ya que no resulta vinculado al giro o tráfico específico de la Administración, ni satisface de forma directa o inmediata una finalidad pública de la específica competencia de aquella. Al tratarse de un contrato privado se rige tanto por el texto Refundido de la Ley de Contratos Públicos, como por el derecho privado.

En la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional se recoge en su artículo 8 sobre los contratos lo siguiente:

1. Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se adjudicarán con arreglo a su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y



conurrencia, y atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios. Estos mismos criterios objetivos deberán ser observados por los contratistas en los supuestos de subcontratación.

2. El Consejo de Ministros aprobará, previo dictamen del Consejo de Estado, los pliegos de cláusulas generales para las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado y demás entidades estatales afectadas por esta Ley”.

Sobre la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, creada por Ley 29/2005, nos dice que le corresponde la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación en el marco normativo en el que se deben desarrollar las campañas institucionales promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal, determinando a tal efecto requisitos y prohibiciones. En su seno funcionará un Comité de recursos, encargado de resolver las reclamaciones contra campañas que incurran en alguna de las prohibiciones establecidas en la ley.