

3/10

dictamen

sobre el anteproyecto de Ley
DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL DEL PAIS VASCO

Bilbao, 14 de abril de 2010



CES
EGAB

Consejo Económico
y Social Vasco

Euskadiko Ekonomia eta Gizarte
Arazoetarako Batzordea

I. ANTECEDENTES

El día 23 de febrero de 2010 tuvo entrada en el Consejo Económico y Social Vasco escrito del Departamento de Justicia y Administración Pública, solicitando informe sobre el Anteproyecto de Ley de Publicidad y Comunicación Institucional del País Vasco, según lo establecido en el artículo 3.1.a) de la Ley 9/1997, de 27 de junio, del Consejo Económico y Social Vasco.

De manera inmediata fue enviada copia del mismo a todos los miembros del Pleno del Consejo a fin de que remitan sus propuestas y opiniones y dar traslado de las mismas a la Comisión de Trabajo pertinente, según lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento del Consejo Económico y Social Vasco.

La Comisión de Desarrollo Económico se reunió el día 10 de marzo de 2010 con el objeto de debatir una primera propuesta de Anteproyecto de Dictamen. El mismo día la Comisión aprueba el siguiente Proyecto de Dictamen que se eleva al Pleno del CES Vasco del 14 de abril donde se aprueba por unanimidad.

3/10 **d**

II. CONTENIDO

El texto sobre el Proyecto de Decreto consta de una Exposición de Motivos, 16 Artículos, repartidos en 2 Capítulos, una Disposición Adicional, una Disposición Transitoria, una Disposición Derogatoria y 2 Disposiciones Finales.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Se menciona que para el cumplimiento del mandato establecido en el artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía del País Vasco los poderes públicos deben transmitir y difundir los mensajes necesarios que coadyuven en la promoción de la libertad e igualdad de los ciudadanos y en la participación en la vida política, económica, cultural y social; convirtiéndose la información y la comunicación en un deber institucional.

Por su parte, el artículo 10 del Estatuto de Autonomía reconoce a la CAPV competencia exclusiva en organización, régimen y funcionamiento de sus instituciones de autogobierno, en legislación electoral interior y en publicidad. Esta función está a su vez garantizada para todos los niveles institucionales del País Vasco, ya que en sus respectivas nor-

mas institucionales básicas se asume la potestad de autoorganización. En consecuencia, se expone que la ley establece:

- el objeto de la publicidad y comunicación institucional, enunciando los posibles contenidos y mensajes objeto de difusión, así como los sujetos públicos a quienes se dirige.
- los requisitos que han de regir el contenido de la actividad publicitaria institucional, así como las prohibiciones a las que debe quedar sujeta, promoviendo conductas, soportes y mensajes que aseguren el acceso a la información a toda la ciudadanía, fomentando el respeto al medio ambiente, las políticas de igualdad y el resto de valores compartidos por la comunidad.
- los criterios de adjudicación de los contratos que se celebren en esta materia, así como las normas que, con arreglo a lo dispuesto en la normativa electoral vigente, rigen esta actividad en periodo electoral.
- un sistema de garantías mediante la creación de órganos y procedimientos específicos.

CUERPO DISPOSITIVO

Capítulo I: *Disposiciones Generales*

El Artículo 1. Establece el objeto del Anteproyecto de Ley, este es, establecer el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por la administraciones públicas del País Vasco. Se menciona que queda excluida de la aplicación de la ley la publicación y difusión establecida por mandato legal de las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre actuaciones públicas afectadas por dicho mandato, así como la publicidad que lleven a cabo las mencionadas entidades y organismos en el ejercicio de una actividad comercial, industrial o mercantil.

El Artículo 2. Versa sobre el ámbito subjetivo de aplicación, constituido por:

- Las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por la Administración General e Institucional de la CAPV, y/o las entidades relacionadas en las letras a), b) y c) del párrafo 4 del artículo 7 de la Ley de Principios Ordenadores de la Hacienda General del País Vasco.
- El Parlamento Vasco, los órganos y comisionados de él depen-

dientes y las demás administraciones públicas vascas, foral y local, sus consorcios y demás entidades integrantes de sus respectivos sectores públicos; a quienes les será de aplicación el Capítulo Primero de la Ley

El artículo 3. Se definen las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

El artículo 4. Clarifica los requisitos que han de cumplir las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

El artículo 5. Detalla las prohibiciones en relación con las citadas campañas de publicidad y comunicación.

El artículo 6. Versa sobre la accesibilidad y menciona que se procurará el más completo acceso a la información de las campañas a las personas con cualquier tipo de discapacidad.

El artículo 7. Menciona que se otorgará preferencia a los soportes que sean más respetuosos con el medio ambiente y que dicha condición se contemplará específicamente en los pliegos de condiciones para adjudicar las campañas publicitarias.

El artículo 8. Regula el entramado de garantías que se prevé materializar.

El artículo 9. Establece los criterios de adjudicación de los contratos que se celebren en esta materia.

El artículo 10. Menciona las lenguas que serán de aplicación en las campañas.

El artículo 11. Concreta la regulación de las campañas institucionales en los procesos electorales y de referendium.

Capítulo II: Evaluación, cooperación institucional, planificación y ejecución de campañas institucionales de publicidad y comunicación.

El artículo 12. Regula la creación de la Comisión Vasca de Publicidad y Comunicación, así como sus funciones:

- Facilitar y promover la adecuación de las campañas a los principios, requisitos, fines, objetivos y garantías establecidos en esta Ley;

- Promover la cooperación y colaboración entre todas las instituciones, administraciones y entidades citadas en el artículo 2 de esta Ley, así como realizar el análisis y prospectiva de la materia de publicidad y comunicación institucional, su evaluación y desarrollo;
- Informar y asesorar a las administraciones y entidades,

Mencionando que en posterior desarrollo reglamentario se concretará su organización, funcionamiento y composición, en la que podrán participar representantes de las entidades integradas en sus respectivos sectores públicos, citadas en el artículo 2 de esta ley, en los términos y supuestos que reglamentariamente se determinen.

El artículo 13. Versa sobre la Comisión Interdepartamental de Publicidad, órgano encargado de la planificación, asistencia técnica y del control de la publicidad y comunicación de las Instituciones, Administraciones y entidades integradas en el artículo 2. 1 de esta Ley; mencionando que la misma informará con carácter preceptivo y no vinculante.

El artículo 14. Se recoge que la Comisión Interdepartamental de Publicidad elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de los Departamentos del Gobierno Vasco y de las demás instituciones, órganos y entes citados en el artículo 2. 1 de esta Ley, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán las campañas institucionales que prevean desarrollar.

El artículo 15. Prevé la existencia de Campañas no previstas en el plan anual anterior y regula su contenido.

El artículo 16. Versa sobre la imagen institucional de la Administración General de la CAPV.

La Disposición Adicional Única menciona que las Instituciones, Administraciones y demás órganos y entidades previstos en el artículo 2.2 de esta Ley, determinarán sus respectivos procedimientos y órganos de planificación y control para la aplicación de la misma.

La Disposición Transitoria Única establece que la Comisión Interdepartamental de Publicidad creada en el Decreto 151/1989, de 18 de abril, ejercerá las funciones y competencias previstas en esta ley para la Comisión Interdepartamental regulada en el artículo 13, en relación con las campañas de publicidad y comunicación de la Administración General y demás entes integrantes de su sector público, en tanto se produce el desarrollo reglamentario previsto en aquel precepto.

La Disposición Derogatoria Única deroga cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan o contradigan lo dispuesto en esta Ley.

La Disposición Final Primera menciona que en el plazo de seis meses se dictarán las normas reglamentarias que sean precisas para el desarrollo de esta Ley y **la Segunda** versa sobre la entrada en vigor de la Ley.

III. CONSIDERACIONES

Tal y como recoge la Exposición de Motivos del Anteproyecto de Ley que se nos consulta, para el cumplimiento del mandato establecido en el artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía

Artículo 9.2. Los poderes públicos vascos, en el ámbito de su competencia:

- Velarán y garantizarán el adecuado ejercicio de los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos.
- Impulsarán particularmente una política tendente a la mejora de las condiciones de vida y trabajo.
- Adoptarán aquellas medidas que tiendan a fomentar el incremento del empleo y la estabilidad económica.
- Adoptarán aquellas medidas dirigidas a promover las condiciones y a remover los obstáculos para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean efectivas y reales.
- Facilitarán la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social del País Vasco.

Los poderes públicos deben transmitir y difundir los mensajes necesarios que coadyuven en la promoción de la libertad e igualdad de la ciudadanía y en su participación en la vida política, económica, cultural y social; convirtiéndose la información y la comunicación en un deber institucional.

Asimismo, el artículo 10 del Estatuto de Autonomía reconoce a la CAPV competencia exclusiva en organización, régimen y funcionamiento de sus instituciones de autogobierno, en legislación electoral interior y en publicidad. Esta función está a su vez garantizada para todos los niveles institucionales del País Vasco, ya que en sus respectivas normas institucionales básicas se asume la potestad de autoorganización.

No obstante, tal y como recogen diversas normas existentes en otros territorios, dado que la información y la comunicación es una actividad compleja y de indudable repercusión social, se hace necesario establecer con claridad el marco en que dicha actividad se desarrolle.

En la CAPV, entre los diversos sistemas posibles, se optó, en su momento, por la constitución de una comisión específica al entender que resultaba el sistema más eficaz, Decreto 151/1989, de 18 de abril por el que se crea la Comisión Interdepartamental de Publicidad.

El objetivo ahora es llegar a establecer el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por las administraciones públicas del País Vasco, aspecto ya regulado en otras regiones y territorios como el Territorio Histórico de Gipuzkoa, las Comunidades Autónomas de Aragón, Asturias, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Navarra o Valencia, y el Estado español.

En concreto, el objeto del Anteproyecto de Ley es establecer el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas o contratadas por las administraciones públicas del País Vasco, régimen que será de aplicación a todas la publicaciones, cualquiera que sea el soporte en el que se realicen, elaboradas, distribuidas o financiadas por dichas entidades y organismos; quedando excluida la publicación y difusión establecida por mandato legal de las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre actuaciones públicas afectadas por dicho mandato, así como la publicidad que lleven a cabo las mencionadas entidades y organismos en el ejercicio de una actividad comercial, industrial o mercantil.

A los efectos de esta ley, se considera:

- Campaña institucional de publicidad, toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada por alguno de los sujetos concernidos.
- Campaña institucional de comunicación, la que, utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias, sea contratada por alguno de los sujetos enunciados en la ley para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

El CES Vasco considera positiva la iniciativa que se nos consulta y valora especialmente que el Anteproyecto de Ley mencione explícitamente en su articulado, que “procurará el más completo acceso a la información contenida en las campañas institucionales de publicación y comunicación a las personas con cualquier tipo de discapacidad”; que “otorgará preferencia a los soportes que, sin merma de la eficacia de la campaña, sean más respetuosos con el medio ambiente”, llegando a matizar incluso que “dicha condición se contemplará específicamente

en los pliegos u ofertas de condiciones para adjudicar las campañas publicitarias”; y que “en las campañas institucionales se emplearán el castellano y el euskera y, además, si fuera necesario por razón de la finalidad de dichas actividades o de su ámbito de difusión, se podrán utilizar otras lenguas”.

Y ello porque tenemos presente:

- En primer lugar, que las campañas de publicidad y la comunicación afectan a derechos fundamentales protegidos como son, el derecho a una información veraz, la igualdad de toda la ciudadanía ante la ley y el derecho que tienen todos los ciudadanos y ciudadanas vascos a no ser discriminados.
- En segundo lugar, el papel determinante que juegan la legislación y/o el sector público e institucional como elementos tractores o potenciadores de nuevos valores estratégicos, como es el caso del desarrollo sostenible en sus tres vertientes: económica, social y medioambiental.

3/10 **d**

Vemos también adecuado el sistema de garantías que se prevé en la Ley así como la creación de órganos y procedimientos específicos, entre los cuales figuran la Comisión Vasca de Publicidad y Comunicación (órgano eminentemente asesor) y la Comisión Interdepartamental de Publicidad (órgano de planificación, asistencia técnica y de control), y que los informes que emita esta última sean preceptivos pero no vinculantes, y observamos especialmente significativo y alentador que:

- Vele para que las empresas que ejecuten las campañas de publicidad institucional realicen el seguimiento de los resultados y presenten un análisis de impacto de la campaña;
- Elabore, anualmente, a partir de las propuestas recibidas de los Departamentos del Gobierno Vasco y de las demás instituciones, órganos y entes citados en esta Ley, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán las campañas institucionales que prevean desarrollar; sin perjuicio de que por motivos sobrevenidos, se realicen campañas no previstas en el Plan, aspecto que, no obstante, deberá ser comunicado a la Comisión Interdepartamental;
- En tanto no se produzca el desarrollo reglamentario previsto en esta Ley tendente a la creación de la citada Comisión Interdepartamental de Publicidad, las funciones y competencias previstas para la misma, en relación con las campañas de publicidad y comunicación de la Administración General y demás entes integrantes de su sector público, sean ejercidas por la creada al amparo del Decreto 15/1989, de 18 de abril.

IV. CONCLUSIONES

El CES Vasco considera adecuada la tramitación sobre el Anteproyecto de Ley de Publicidad y Comunicación Institucional del País Vasco.

En Bilbao, a 14 de abril de 2010

Vº Bº El Presidente
José Luis Ruiz García

El Secretario General
Javier Muñecas Herreras