



DICTAMEN 1/2013

SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY DE  
COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD  
INSTITUCIONAL DE EXTREMADURA

## **DICTAMEN SOBRE EL ANTEPROYECTO DE LEY DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE EXTREMADURA**

### **I.- ANTECEDENTES.**

El pasado 20 de noviembre de 2012 se solicitó por la Ilma. Sra. Secretaria General de Presidencia del Gobierno de Extremadura a los efectos previstos en los artículos 5.1.1 de la Ley 3/1991, de 25 de abril y 12.k del Decreto 18/1993, de 24 de febrero, que el Consejo Económico y Social de Extremadura emitiera Dictamen sobre:

### **“El Anteproyecto de Ley de comunicación y publicidad institucional de Extremadura”**

## **DICTAMEN**

### **I. ESTRUCTURA Y CONTENIDO**

El Anteproyecto de Ley remitido por la Presidencia del Gobierno de Extremadura para su dictamen por este Consejo Económico y Social está formado por una parte expositiva , otra dispositiva vertebrada por un texto articulado de doce artículos estructurados en dos Capítulos, y se cierra con una Disposición Adicional, una Disposición Derogatoria y dos Disposiciones finales.

La Exposición de Motivos que precede al texto normativo viene a justificar la finalidad de la Ley que se propone, y que no es otra que establecer el régimen jurídico de las campañas institucionales de comunicación y publicidad promovidas o contratadas por los Entes Públicos previstos en el artículo 1.

Además, la parte expositiva recoge los títulos habilitantes para regular esta materia, remitiéndose al artículo 9.1.21 del Estatuto de Autonomía de Extremadura, que atribuye a nuestra Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de publicidad comercial e institucional, correspondiéndole

la función legislativa, la potestad reglamentaria y, en ejercicio de la función ejecutiva, la adopción de cuantas medidas, decisiones y actos procedan. A su vez, el artículo 7.1 del mismo cuerpo legal establece que los poderes públicos regionales promoverán las condiciones de orden social, político, cultural y económico, para que la libertad y la igualdad de los extremeños, entre si y con el resto de los españoles, sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud; y facilitar la participación de todos en la vida política, económica, cultural y social de Extremadura, en un contexto de libertad, justicia y solidaridad.

En cuanto a la parte dispositiva:

El Capítulo I ( artículos 1 al 9), denominado “ Disposiciones generales” se dedica a regular el objeto, ámbito de aplicación, los requisitos y prohibiciones de las campañas institucionales de comunicación y publicidad. Así mismo también recoge las garantías, accesibilidad, contratos, el fomento de soportes respetuosos con el medio ambiente, la lengua y por último los procesos electorales y de referéndum.

El Capítulo II, ( artículos 10,11 y 12), denominado “ Evaluación, Planificación y Ejecución de las Campañas Institucionales de Publicidad y Comunicación de la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura”, viene a crear la Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura, además de recoger el plan anual de comunicación y publicidad institucional y las campañas no previstas en el mencionado plan.

La Disposición Adicional Única esta dedicado a la imagen corporativa de las campañas de comunicación y publicidad institucional.

Se cierra este Anteproyecto con el habitual contenido derogatorio general de normas de igual o inferior rango que se opongan a la misma y dos disposiciones finales dedicadas a la facultad de desarrollo y entrada en vigor de la ley.

## II. VALORACIONES

### 1).- De carácter general.

Antes de abordar el examen del texto normativo objeto de este Dictamen, es necesario valorar sucintamente algunos aspectos del proceso de elaboración del Anteproyecto, así como la documentación aportada, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 69, en relación con el 66.1 de la Ley 1/2002, de 28 de Febrero, del Gobierno y la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

En cuanto a la documentación que acompaña al Anteproyecto, cabe valorarla positivamente, y en concreto que el texto normativo haya venido complementado con aquellos informes, memorias y dictámenes a los que se refieren de manera específica los precitados artículos 69, en relación con el 66.1, de la Ley 1/2002, de 28 de Febrero, del Gobierno y de la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Así de entre la documentación complementaria facilitada por la Presidencia del Gobierno de Extremadura destacamos:

- Informe de necesidad y oportunidad del Anteproyecto de Ley
- Memoria Económica
- Tabla de vigencias
- Informe de la Dirección General de los Servicios Jurídicos
- Secretaría General de la Presidencia del Gobierno de Extremadura

Este Consejo, en relación a la documentación aneja recibida, quiere hacer especial referencia al completo informe emitido por el Instituto de la Mujer, con cuyas conclusiones estamos totalmente de acuerdo; también se ha recibido el Informe de la Inspección General de los Servicios Jurídicos.

## **B.- De carácter específico.**

### **B.1) EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

Tras la lectura de la Exposición de Motivos que precede al articulado de esta Ley desde el Consejo Económico y Social de Extremadura consideramos oportuno hacer una serie de observaciones en aras a la mejora del tenor literal y contenido de la misma.

La parte expositiva de una disposición debe cumplir la función de describir su contenido, indicando su objeto y finalidad, sus antecedentes y las competencias y habilitaciones en cuyo ejercicio se dictan. Todos estos aspectos son recogidos en la Exposición de Motivos de este Anteproyecto de Ley sometido a Dictamen, salvo lo referido al nombre de la ley. En este sentido, recomendaríamos que se modificase pues la publicidad o la comunicación institucional no es patrimonio de las administraciones públicas, sino de cualquier institución. Por lo que el nombre podría ser: "Anteproyecto de Ley de Comunicación y Publicidad de las Instituciones Públicas de Extremadura".

Así mismo, consideramos de utilidad repasar lo que se afirma en el párrafo tercero de la primera página, sobre el espíritu de la anterior ley 6/1996, ya que no es así, puesto que la citada ley iba dirigida fundamentalmente a la adjudicación pública.

Como mención menor, deberían repasarse las comas en la quinta línea del primer párrafo de la página 2.

Igualmente habría que citar que el párrafo 2º de la página dos, es causa del Art. 4 de la 29/2005, que es legislación básica en función de la Disposición Final Segunda de la citada ley. Deberían añadirse también en el párrafo citado los "logotipos".

En el último párrafo de la página 2, se debería sustituir la palabra "coste-eficiencia" por la de "eficiencia", pues este concepto ya lleva incluido la gestión de costes.

## **B-2. AL ARTICULADO**

### **Artículo 2. *Requisitos de las campañas institucionales de comunicación y publicidad.***

En el apartado 2.1 se debería añadir un apartado más, que podría ser el i:

*i. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.*

### **Artículo 3. *Prohibiciones.***

Debería añadirse el concepto de “logotipos”. Así mismo, se ha incluido el concepto de “lema”, cuando sería más concreto especificarlo como “eslogan”, concepto técnico que se refiere al lema publicitario.

En este mismo artículo incluir con el fin de clarificar:

*Estas prohibiciones se basan en los principios de no utilización partidaria de los recursos públicos, de lealtad institucional y de respeto a los principios, valores y derechos constitucionales, principios que han de presidir el desarrollo de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de todos los sujetos mencionados en el artículo 1.1.*

### **Artículo 4. *Accesibilidad.***

Se debería cambiar “se procurará” por “asegurará”. Procurar es intentarlo, asegurar es hacerlo.

### **Artículo 7. *Contratos.***

En el apartado 7.3 se debe modificar que será con carácter general, la inclusión en los pliegos de condiciones del contrato la realización por parte de las empresas adjudicatarias de un seguimiento de los resultados y un análisis de impacto de la campaña, salvo en aquellos casos que por su coste

económico menor, no se considere necesario por parte de la comisión; eliminándolo cómo se especifica actualmente: “Cuando razones... lo aconsejen”.

Así mismo, entendemos que se debe incluir algo que permita valorar el grado de implantación de las empresas en la Región.

#### **Artículo 9. *Procesos electorales y de referéndum.***

Se limita a referirse a lo ya dispuesto en la Ley Orgánica, por lo que teniendo en cuenta dicha regulación no entendemos necesario redundar en la materia por entender suficientemente explícito lo dispuesto en ambas Leyes. Por ello recomendamos la supresión de estos párrafos.

#### **Artículo 10. *Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura.***

En el apartado 4.e, debería incluirse el concepto de eficiencia.

En el apartado 4.f, se recomienda una redacción como la siguiente:

*Elaborará un informe anual de evaluación, seguimiento y valoración en los que se reflejará entre otras cuestiones; la eficacia de todas las campañas institucionales realizadas en el año anterior, incluidas las previstas en el artículo 12 y las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad, señalándose además su importe y los adjudicatarios de los contratos celebrados, las campañas internacionales, las inversiones en medios no convencionales y los gastos de difusión en radios y televisiones. En definitiva, el coste real de cada campaña. Este informe se remitirá a la Asamblea de Extremadura en el primer semestre de cada año.*

Como cuestión de carácter general, pero no menor, sobre el artículo 10, estimamos imprescindible que se fijase la composición de la Comisión y no dejarlo a desarrollo reglamentario. Como propuesta habría que incluir en la comisión a especialistas en el ámbito de la comunicación y a los Agentes

Económicos y Sociales más representativos en la Comunidad autónoma conforme a lo dispuesto en la Ley de Participación Institucional.

En consideración a lo expuesto

El Consejo Económico y Social de Extremadura, en su sesión plenaria celebrada el día 8 de febrero de 2013 **aprobó por unanimidad el precedente Dictamen sobre el Anteproyecto de Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura.**

Vº Bº

El Presidente del Consejo  
Económico y Social de Extremadura

La Secretaria General del Consejo  
Económico y Social de Extremadura