



A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

ISIDRO MANUEL MARTÍNEZ OBLANCA, diputado de FORO, integrado en el Grupo Parlamentario Mixto, de conformidad con lo previsto en el artículo 190 del Reglamento del Congreso de los Diputados, presenta las siguientes PREGUNTAS AL GOBIERNO, con ruego de RESPUESTA POR ESCRITO:

Exposición de motivos

En ediciones de papel de medios de comunicación nacionales y asturianos de los días 30 y 31 de diciembre de 2017 y ediciones digitales de medios nacionales, aparece un publirreportaje a doble página titulado "Un impulso necesario para el transporte de mercancías en tren. Fomento pone en marcha un plan para aumentar en España la cuota modal del ferrocarril en este sector". En las ediciones digitales aparece como referencia "Contenido de Renfe editado por Content Factory. En su elaboración no ha intervenido la redacción de este medio". El texto e imágenes del publirreportaje evidencian que su contenido es claramente información suministrada por RENFE o del Ministerio de Fomento.

Conviene señalar, en primer lugar, que se trata de una campaña publicitaria que, sin duda alguna, entra dentro del ámbito de aplicación de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad Institucional, por cuanto se trata de una actividad que utiliza un soporte publicitario pagado y ha sido promovida o contratada por el Ministerio de Fomento o por RENFE, empresa pública dependiente del órgano anterior.

La Ley 29/2005 regula las campañas institucionales de publicidad y de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal. Los objetivos señalados en el artículo 3 de esta ley deben de ceñirse a alguno de los siguientes objetivos:

- a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales.
- b) 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.

- c) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.
- d) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- e) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.
- f) Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.
- g) Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.
- h) Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras.
- i) Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España.
- j) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

No parece dudoso que la campaña publicitaria de RENFE se aparta de estos objetivos que debe perseguir la publicidad institucional. Mucho menos aún se ajusta a los principios que señala el artículo 3.4 de la Ley de Publicidad Institucional, que han de inspirar las campañas institucionales, principios tales como el "interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto". Es oportuno recordar que el contenido del publirreportaje es engañoso porque se basa en un Plan anunciado por el Ministro de Fomento en el Congreso de los Diputados el pasado 25 de octubre en Comisión en el que explicó que "la finalización del plan en el que estamos trabajando desde hace ya muchos meses de mercancías para que de una manera global consigamos incrementar esa cuota. Para ello estamos llevando a cabo ya algunas iniciativas que van a formar parte de ese plan. No es el momento ahora de explicarlo, entre otras cosas porque no tengo tiempo y porque aún no está finalizado, lo acabaremos antes de que concluya el año". Este Plan deberá ser remitido al parlamento antes de finalizar el mes de febrero, pero en este momento no es conocido públicamente.

A ello hay que añadir que, expresamente, prohíbe la Ley de Publicidad Institucional, algo que parece que ser la única y verdadera finalidad de la campaña publicitaria: «destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados» por el Gobierno (art. 4.1. a de la Ley de Publicidad Institucional). La inclusión de fotos de locomotoras de Renfe, y del Sr. de la Serna sobre la cartela del departamento, también podría considerarse parte de una campaña publicitaria de Renfe y de imagen del Ministro de Fomento que va en contra, como es evidente, de lo dispuesto a continuación en el artículo 4.2 de la Ley de Publicidad Institucional, que establece que "Los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social".

Es decir, el publirreportaje de RENFE y del Ministerio de Fomento, lejos de adecuarse a los requisitos que 'ex lege' se imponen a la publicidad con estas características, incumple, de plano, las prohibiciones antes mencionadas porque se trata, de unos anuncios destinada a ensalzar determinados planes de Renfe Mercancías y del Ministerio de Fomento, con fines exclusivamente publicitarios y de imagen. Todo ello lleva a plantear que la campaña conocida no sólo es un tipo de publicidad institucional encubierta y prohibida, sino que también, por engañosa, es una publicidad ilícita desde el punto de vista de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.


Por todo lo anterior, el diputado que suscribe formula las siguientes preguntas de las que desea obtener respuesta por escrito:

1.- ¿Qué relación mercantil existe, y que órgano aprobó y formalizó los oportunos contratos, entre la empresa Content Factory y la Administración General del Estado o alguna de las entidades integrantes del sector público estatal español?

2.- ¿Quién redactó, autorizó o conoció el publirreportaje sobre RENFE y el Ministerio de Fomento publicado a finales del pasado mes de diciembre en medios de comunicación nacionales y de Asturias: "Un impulso necesario para el transporte de mercancías en tren. Fomento pone en marcha un plan para aumentar en España la cuota modal del ferrocarril en este sector"?

3.- ¿Cuánto dinero supone para las arcas públicas y con cargo a qué partidas presupuestarias se financia el publirreportaje de RENFE y del Ministerio de Fomento aparecido en diversos medios de comunicación titulado "Un impulso necesario para el transporte de mercancías en tren. Fomento pone en marcha un plan para aumentar en España la cuota modal del ferrocarril en este sector"?

Madrid, 2 de enero de 2018



Fdo: Isidro Martínez Oblanca

C.DIP 67836 02/01/2018 12:46
C.DIP 67836 02/01/2018 12:46