



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/14866

04/06/2020

35797

AUTOR/A: RUIZ NAVARRO, Eduardo Luis (GVOX); CALVO LISTE, Pablo Juan (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX); AIZCORBE TORRA, Juan José (GVOX); ZAMBRANO GARCÍA-RAEZ, Carlos José (GVOX); RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada por Sus Señorías, se informa que la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece en su artículo 1 el régimen jurídico de 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, pero no se aplica a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que hayan llevado a cabo los departamentos ministeriales de la AGE y demás entidades integrantes del sector público estatal para el cumplimiento de sus fines, ni tampoco a las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban difundirse por mandato legal.

El apartado XI del Plan se incluye en el mismo a título meramente informativo, puesto que las campañas comerciales no están incluidas en el ámbito de la Ley.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 1 del 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, la Comisión tiene por funciones “la planificación, la asistencia técnica, la evaluación y la coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado y de las demás entidades integrantes del sector público estatal”.



En consecuencia, la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional no es responsable de las contrataciones necesarias para la difusión de campañas institucionales, ni de la aprobación de los planes de medios en los que se determine el reparto de inserciones en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, sino que lo serán los Ministerios y demás entidades responsables de la difusión de cada campaña.

En todo caso, conforme a la jurisprudencia sentada por el Tribunal Constitucional en sus sentencias 104 y 130/2014, desde la Comisión se recomienda prever un reparto equitativo de la publicidad entre los distintos medios de comunicación, conforme a la legalidad vigente, con criterios de transparencia e igualdad, evitando conductas discriminatorias y asegurando una eficaz garantía de la libertad y de la independencia de los medios y el respeto al pluralismo.

Madrid, 13 de julio de 2020

