



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/16246

19/06/2020

40221

AUTOR/A: CALVO LISTE, Pablo Juan (GVOX); RUIZ NAVARRO, Eduardo Luis (GVOX); AIZCORBE TORRA, Juan José (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (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 el artículo 1 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece 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.

En todo caso, debe añadirse que el 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, establece en su artículo 11 que el Plan Anual “será elaborado, de conformidad con las respectivas propuestas departamentales, por la Comisión de publicidad y comunicación institucional, y elevado por el titular del Ministerio de la Presidencia para su aprobación por el Consejo de Ministros”, estableciendo un contenido mínimo en el que se incluye el “coste previsible”.



Consecuentemente, la cantidad a la que se refieren en la pregunta es un coste previsible que se conforma con las propuestas de cada departamento u organismo en relación con cada una de las campañas de publicidad institucional planificadas.

Madrid, 20 de julio de 2020