Asociación de Usuarios de la Comunicación

Notas

Cambios en la normativa sobre publicidad institucional

El Gobierno elaborando un nuevo Anteproyecto de Ley de Publicidad del Sector Público que permite modificar la vigente Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

El Anteproyecto tiene como objetivo actualizar la norma para garantizar una mayor transparencia y eficiencia, adaptando su articulado al Reglamento Europeo de Libertad de Medios (*European Media Freedom Act*, EMFA), de obligado cumplimiento (salvo algún importante artículo pendiente) desde agosto.

La publicidad y la comunicación institucional generan un volumen de actividad cercano a los 300 millones de euros anuales, 161 de los cuales corresponderían al Gobierno, es decir a campañas de ámbito nacional.

La EMFA contempla que las acciones de publicidad y comunicación institucional deben atender a criterios transparentes, objetivos, proporcionados y no discriminatorios, aunque no contempla ninguna medida concreta para garantizar el reparto estableciendo límites de inversión en un medio determinado.

El Anteproyecto plantea que para tener acceso a la publicidad y comunicación institucional medios masivos y los medios sociales deben estar inscritos en el correspondiente registro estatal o autonómico de prestadores, que en el primer caso gestionaría la CNMC.

La Comisión de Publicidad y Comunicación, órgano de planificación, evaluación y coordinación de la publicidad institucional adscrita al Ministerio de la Presidencia a través de la Secretaría de Estado de Comunicación, contaría con una nueva composición pendiente de desarrollo reglamentario. Como ya hemos reivindicado desde AUC en diferentes ocasiones, consideramos que entre cuyos miembros debería contemplarse la presencia de las organizaciones sociales dedicadas a la defensa de los usuarios de los medios de comunicación, pero ampliaría su actividad a la publicidad industrial, comercial y mercantil del sector público.

Respecto al contenido de las campañas, se mantienen las prohibiciones de la ley con respecto a mensajes contrarios a la Constitución y que no respeten los principios de transparencia y lealtad institucional.

Y en cuanto al ámbito de aplicación se extiende a la actividad de las instituciones y empresas del sector público.