

Proposició de llei de reforma de la Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional, presentada pel Grup Parlamentari Socialista (RE número 54.228).

PRESIDÈNCIA DE LES CORTS VALENCIANES

La Mesa de les Corts Valencianes, en la reunió del dia 7 de novembre de 2006, ha acordat admetre a tràmit la Proposició de llei de reforma de la Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional, presentada pel Grup Parlamentari Socialista (RE número 54.228).

D'acord amb el que disposen els articles 119.2 i 91.1 del RCV, s'ordena la publicació en el *Butlletí Oficial de les Corts Valencianes* i la comunicació al Consell.

Palau de les Corts Valencianes
València, 7 de novembre de 2006

El president,
Julio de España Moya

**PROPOSICIÓ DE LLEI DE REFORMA
DE LA LLEI 7/2003, DE 20 DE MARÇ,
DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL
DE LA COMUNITAT VALENCIANA**

Preàmbul

L'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana estableix en l'article 49.1.29a la competència exclusiva de la Generalitat en matèria de publicitat, sense perjudici de les normes dictades per l'estat relatives a sectors i mitjans específics i respectant els continguts de la normativa estatal que tinguen el caràcter de normativa bàsica i que es concreten a la disposició final segona de la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucionals.

La comunicació és un fet fonamental en l'activitat de les institucions públiques i la publicitat institucional és un element més de comunicació pública que serveix per a intercanviar i compartir informació d'utilitat per als ciutadans, però per a garantir-ne la imparcialitat, cal que hi haja una separació clara entre la publicitat de caràcter polític i l'activitat publicitària i comunicativa que, dirigida a la difusió d'un missatge comú, realitza l'administració.

La llei garanteix, principalment, la utilitat pública, la professionalització, la transparència i la lleialtat institucional en el desenvolupament de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

Un altre aspecte que s'estableix en la llei són les limitacions que, necessàriament, han d'establir-se per a les activitats publicitàries institucionals en períodes electorals, amb la finalitat que aquestes no interferesquen en els processos corresponents.

S'inclou un procediment administratiu de caràcter especial i sumari que permet als ciutadans sol·licitar la cessació o la rectificació de l'activitat contrària a les limitacions i prohibicions disposades en la llei, davant l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucionals, amb la qual cosa es garanteixen els interessos i els drets dels ciutadans.

També s'adopten mesures de transparència amb l'obligació de publicar en el butlletí oficial corresponent i posar a disposició en Internet la relació de les adjudicacions dels

Proposición de ley de reforma de la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista (RE número 54.228).

PRESIDENCIA DE LAS CORTES VALENCIANAS

La Mesa de las Cortes Valencianas, en la reunión del día 7 de noviembre de 2006, ha acordado admitir a trámite la Proposición de ley de reforma de la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista (RE número 54.228).

De acuerdo con lo dispuesto en los artículos 119.2 y 91.1 del RCV, se ordena su publicación en el *Butlletí Oficial de les Corts Valencianes* y la comunicació al Consell.

Palau de les Corts Valencianes
Valencia, 7 de noviembre de 2006

El presidente,
Julio de España Moya

**PROPOSICIÓN DE LEY DE REFORMA
DE LA LEY 7/2003, DE 20 DE MARZO,
DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL
DE LA COMUNIDAD VALENCIANA**

Preámbulo

El Estatuto de autonomía de la Comunidad Valenciana establece en el artículo 49.1.29a la competencia exclusiva de la Generalidad en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas dictadas por el estado relativas a sectores y medios específicos y respetando los contenidos de la normativa estatal que tengan el carácter de normativa básica y que se concretan en la disposición final segunda de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucionales.

La comunicació es un hecho fundamental en la actividad de las instituciones públicas y la publicidad institucional es un elemento más de comunicación pública que sirve para intercambiar y compartir información de utilidad para los ciudadanos, pero para garantizar su imparcialidad, es necesario que haya una separación clara entre la publicidad de carácter político y la actividad publicitaria y comunicativa que, dirigida a la difusión de un mensaje común, realiza la administración.

La ley garantiza, principalmente, la utilidad pública, la profesionalización, la transparencia y la lealtad institucional en el desarrollo de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación.

Otro aspecto que se establece en la ley son las limitaciones que, necesariamente, deben establecerse para las actividades publicitarias institucionales en períodos electorales, con la finalidad que estas no interfieran en los procesos correspondientes.

Se incluye un procedimiento administrativo de carácter especial y sumario que permite a los ciudadanos solicitar el cese o la rectificación de la actividad contraria a las limitaciones y prohibiciones dispuestas en la ley, ante el Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales, con lo que se garantizan los intereses y derechos de los ciudadanos.

También se adoptan medidas de transparencia con la obligación de publicar en el boletín oficial correspondiente y poner a disposición en Internet la relación de las adjudica-

contractes, les ajudes, les subvencions i els convenis d'aquesta matèria en els termes que la llei precisa.

Així mateix, s'estableix l'obligació de trametre a les Corts Valencianes, amb caràcter trimestral, la relació de contractes, subvencions i convenis d'aquesta matèria en els termes que la llei precisa.

Finalment, es preveu l'existència d'un òrgan que informe i assessore les administracions públiques en matèria d'activitats publicitàries de caràcter institucional i que dictamine sobre l'adequació d'aquestes al contingut de la llei. Amb esta finalitat, es regularà reglamentàriament l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucionals.

Article 1

Objecte i àmbit d'aplicació de la llei

1. Aquesta llei té per objecte regular la publicitat i la comunicació institucionals i establir els principis generals que han de regir l'activitat publicitària de caràcter institucional que desenvolupen la Generalitat, les administracions locals i supralocals valencianes en tots i cada un dels àmbits d'actuació corresponent, i els òrgans autònoms, les fundacions i les empreses públiques vinculades o que en depenen, a través de contractes de publicitat, difusió publicitària, creació publicitària i patrocini.

2. Aquesta llei no serà d'aplicació a les campanyes de publicitat institucional realitzades en l'exercici d'una activitat comercial, industrial o mercantil.

3. Queden excloses de l'aplicació de la llei la publicitat de les disposicions normatives, resolucions i actes administratius o judicials i les altres informacions sobre les actuacions públiques que s'han de publicar o difondre per mandat legal.

Article 2

Definició de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació

A efectes d'aquesta llei es considerarà:

a) Campanya institucional de publicitat, tota activitat orientada i ordenada a la difusió d'un missatge o objecte comú, dirigida a una pluralitat de destinataris, que utilitze un suport publicitari pagat o cedit i siga promogut o contractat per algun dels subjectes enumerats en el precepte anterior.

b) Campanya institucional de comunicació, la que utilitzant formes de comunicació distintes de les estrictament publicitàries, siga contractada per algun dels subjectes enumerats en el precepte d'àmbit d'aplicació, per a difondre un missatge o un objecte comú a una pluralitat de destinataris.

Article 3

Àmbit objectiu

1. A efectes d'aquesta llei es podrà generar activitat publicitària institucional per part de la Generalitat, les administracions locals i supralocals valencianes en tots i cada un dels àmbits d'actuació corresponent, i també els òrgans autònoms, les fundacions i les empreses públiques vinculades o que en depenguen, quan es tinga algun dels objectius següents:

a) Promoure la difusió i el coneixement de valors i conductes que consoliden la democràcia, la llibertat, la convivència, el benestar social, la cultura de la pau, la salut i la solidaritat.

ciones de los contratos, ayudas, subvenciones y convenios de esta materia en los términos que la ley precisa.

Asimismo, se establece la obligación de enviar a las Cortes Valencianas, con carácter trimestral, la relación de contratos, subvenciones y convenios de esta materia en los términos que la ley precisa.

Por último, se prevé la existencia de un órgano que informe y asesore a las administraciones públicas en materia de actividades publicitarias de carácter institucional y que dictamine sobre su adecuación al contenido de la ley. Con esta finalidad, se regulará reglamentariamente el Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales.

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación de la ley

1. Esta ley tiene por objeto regular la publicidad y la comunicación institucionales y establecer los principios generales que deben regir la actividad publicitaria de carácter institucional que desarrollan la Generalidad, las administraciones locales y supralocales valencianas en todos y cada un de los ámbitos de actuación correspondiente, así como los órganos autónomos, fundaciones y empresas públicas vinculadas o dependientes de aquellas, a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio.

2. Esta ley no será de aplicación a las campañas de publicidad institucional realizadas en el ejercicio de una actividad comercial, industrial o mercantil.

3. Quedan excluidas de la aplicación de la ley la publicidad de las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás informaciones sobre las actuaciones públicas que se deben publicar o difundir por mandamiento legal.

Artículo 2

Definición de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación

A efectos de esta ley se considerará:

a) Campaña institucional de publicidad, toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objeto común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovido o contratado por alguno de los sujetos enumerados en el precepto anterior.

b) Campaña institucional de comunicación, la que utilizando formas de comunicación distintas a las estrictamente publicitarias, sea contratada por alguno de los sujetos enumerados en el precepto de ámbito de aplicación, para difundir un mensaje o un objeto común a una pluralidad de destinatarios.

Artículo 3

Ámbito objetivo

1. A efectos de esta ley se podrá generar actividad publicitaria institucional por parte de la Generalidad, las administraciones locales y supralocales valencianas en todos y cada un de los ámbitos de actuación correspondiente, así como los órganos autónomos, fundaciones y empresas públicas vinculadas o dependientes de aquellas, cuando se tenga alguno de los objetivos siguientes:

a) Promover la difusión y el conocimiento de valores y conductos que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, el bienestar social, la cultura de la paz, la salud y la solidaridad.

b) Informar els ciutadans dels seus drets i les seues obligacions legals, d'aspectes rellevants del funcionament de les institucions públiques i de les condicions d'accés i ús dels espais i els serveis públics.

c) Promoure l'exercici de drets o el compliment de deures en condicions d'igualtat.

d) Informar els ciutadans sobre l'existència de processos electorals i consultes populars.

e) Fomentar actituds i comportaments dels ciutadans amb relació a bens o serveis públics de caràcter educatiu, cultural, social, sanitari, de foment del treball o d'altres de naturalesa anàloga.

f) Advertir de l'adopció de mesures d'ordre o seguretat públiques quan afecten una pluralitat de destinataris.

g) Anunciar mesures preventives de risc o que contribueixen a l'eliminació de danys de qualsevol naturalesa per a la salut de les persones o el patrimoni natural.

h) Difondre i promoure la llengua, els propis valors i senyes d'identitat del territori o de la població de l'administració anunciant.

i) Informar sobre l'existència de les entitats i les institucions públiques, de les activitats que duen a terme, dels serveis que presten o dels productes que promouen.

2. Les campanyes institucionals es desenvoluparan exclusivament quan hi haja raons d'interès públic i en l'exercici de competències pròpies.

3. Les campanyes institucionals de publicitat i comunicació contribuiran a fomentar la igualtat entre homes i dones i respectaran la diversitat social i cultural present en la societat.

4. Les campanyes institucionals s'ajustaran sempre a les exigències derivades dels principis d'interès general, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia, responsabilitat, eficiència i austeritat en la despesa.

Article 4

Principis

1. La publicitat i la comunicació institucionals es desenvoluparan en el marc dels valors, els drets i els principis que inspiren l'ordenament constitucional.

2. La publicitat i comunicació institucionals han de respectar els principis d'igualtat, objectivitat, veracitat i imparcialitat; defensa de la dignitat de la persona, amb atenció especial al seu desenvolupament cultural i social, a la protecció de la infància i de la joventut, a la imatge de la dona i de la no discriminació per raó de naixement, raça, sexe o religió.

3. En qualsevol cas la publicitat i la comunicació institucionals no podran tenir en els continguts caràcter enganyós, deslleial, subliminar o encobert; hauran de respectar les prohibicions i les limitacions normatives que en cada cas siguen d'aplicació i, en particular, la de concurrència en el patrocini d'activitats amb empreses dedicades a la producció i la comercialització de drogues institucionalitzades, i impedir que puguin produir efectes negatius per als drets i els deures dels ciutadans i per a l'adequada protecció dels valors constitucionals i estatutàriament reconeguts.

4. En les activitats publicitàries no es pot, ni explícitament ni implícitament, menyscar, obstaculitzar o pertorbar les polítiques públiques o qualsevol actuació legítimament realitzada per un altre poder públic en l'exercici de les seues competències o explícitament, altres institucions, entitats o persones.

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

c) Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad.

d) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.

e) Fomentar actitudes y comportamientos de los ciudadanos con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del trabajo o de otros de naturaleza análoga.

f) Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.

g) Anunciar medidas preventivas de riesgo o que contribuyen a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.

h) Difundir y promover la lengua, los valores propios y senyes de identidad del territorio o de la población de la administración anunciant.

i) Informar sobre la existencia de las entidades y las instituciones públicas, de las actividades que llevan a cabo, de los servicios que prestan o de los productos que promueven.

2. Las campañas institucionales se desarrollarán exclusivamente cuando haya razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias.

3. Las campañas institucionales de publicidad y comunicación contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad.

4. Las campañas institucionales se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

Artículo 4

Principios

1. La publicidad y la comunicación institucionales se desarrollarán en el marco de los valores, derechos y principios que inspiren el ordenament constitucional.

2. La publicidad y comunicació institucionales deben respetar los principios de igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad; defensa de la dignidad de la persona, con especial atención a su desarrollo cultural y social, a la protección de la infancia y de la juventud, a la imagen de la mujer y de la no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o religión.

3. En cualquier caso la publicidad y la comunicació institucionales no podrán tener en sus contenidos carácter engañoso, desleal, subliminal o encubierto; deberán respetar las prohibiciones y las limitaciones normativas que en cada caso sean de aplicación y, en particular, la de concurrència en el patrocinio de actividades con empresas dedicadas a la producción y la comercialización de drogas institucionalizadas, e impedir que puedan producir efectos negativos para los derechos y deberes de los ciudadanos y para la adecuada protección de los valores constitucionales y estatutariamente reconocidos.

4. En las actividades publicitarias no se puede, ni explícita ni implícitamente, menoscabar, obstaculizar o perturbar las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias o explícitamente, a otras instituciones, entidades o personas.

5. En tot cas, s'haurà de garantir la lliure concurrència i la transparència, l'eficàcia i la rendibilitat en l'assignació dels recursos econòmics.

Article 5

Prohibicions

1. No es podran promoure o contractar campanyes institucionals de publicitat i de comunicació:

a) Que tinguen com a finalitat destacar els èxits de gestió o els objectius aconseguits pels subjectes esmentats en l'article 1.1 d'aquesta llei.

b) Que manifestament menyscaben, obstaculitzen o pertorben les polítiques públiques o qualsevol actuació legítimament realitzada per un altre poder públic en l'exercici de les seues competències.

c) Que incloguen missatges discriminatoris, sexistes o contraris als principis, els valors i els drets constitucionals.

d) Que inciten, de forma directa o indirecta, a la violència o a comportaments contraris a l'ordenament jurídic.

2. Els missatges o la presentació de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació no podran induir a confusió amb els símbols, les idees, les expressions, els dissenys o les imatges emprades per qualsevol formació política o organització social.

3. No es podran difondre campanyes institucionals de publicitat que no s'identifiquen clarament com a tals i que no incloguen la menció expressa de l'administració o l'entitat promotora o contractant.

Article 6

Suports, formats i mitjans de difusió

1. La publicitat i la comunicació institucionals podran realitzar-se en qualsevol tipus de format, suport o mitjà de difusió.

2. Es procurarà el més complet accés a la informació de les persones amb qualsevol tipus de discapacitat.

3. S'atorgarà preferència als suports que, sense minvar l'eficàcia de la campanya, siguin més respectuosos amb el medi ambient.

4. No obstant tot allò establert en els punts anteriors, s'evitarà la utilització de mitjans de difusió incompatibles amb la dignitat de la institució, l'administració o l'ens anunciant o que per la seua titularitat, ideari o contingut es vinculen amb posicions o activitats que violen o donen suport a la violació de valors constitucionals o els drets humans o promouen o indueixen a la violència, el racisme o altres comportaments contraris a la dignitat humana.

5. La inserció de la publicitat i la comunicació institucionals ha de fer-se amb criteris objectius de difusió, audiència i implantació social del mitjà informatiu corresponent, amb una consideració especial als mitjans de comunicació locals i comarcals. Quan la tipologia de l'anunci a difondre tinga com a destinatari un sector específic de la població, s'aplicarà el criteri de difusió més adequat a la seua distribució, amb la justificació corresponent.

Article 7

Garanties

1. Sense perjudici de les vies de recurs previstes en l'ordenament, qualsevol persona física o jurídica afectada en els seus drets o els seus interessos legítims podrà sol·licitar la cessació immediata o la rectificació d'aquelles campanyes

5. En todo caso, se deberá garantizar la libre concurrencia, así como la transparencia, eficacia y rentabilidad en la asignación de los recursos económicos.

Artículo 5

Prohibiciones

1. No se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación:

a) Que tengan como finalidad destacar los éxitos de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos mencionados en el artículo 1.1 de esta ley.

b) Que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.

c) Que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales.

d) Que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

2. 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.

3. No se podrán difundir campañas institucionales de publicidad que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la administración o entidad promotora o contratante.

Artículo 6

Suportes, formatos y medio de difusión

1. La publicidad y la comunicación institucionales podrán realizarse en cualquier tipo de formato, soporte o medio de difusión.

2. Se procurará el más completo acceso a la información de las personas con cualquier tipo de discapacidad.

3. Se otorgará preferencia a los soportes que, sin mermar la eficacia de la campaña, sean más respetuosos con el medio ambiente.

4. No obstante todo lo establecido en los puntos anteriores, se evitará la utilización de medios de difusión incompatibles con la dignidad de la institución, administración o ente anunciante o que por su titularidad, ideario o contenido se vinculen con posiciones o actividades que violen o apoyen la violación de valores constitucionales o los derechos humanos o promuevan o induzcan a la violencia, el racismo u otros comportamientos contrarios a la dignidad humana.

5. La inserción de la publicidad y la comunicación institucionales debe hacerse con criterios objetivos de difusión, audiencia e implantación social del medio informativo correspondiente, con una especial consideración a los medios de comunicación locales y comarcals. Cuando la tipología del anuncio a difundir tenga como a destinatario a un sector específico de la población, se aplicará el criterio de difusión más adecuado a su distribución, con la correspondiente justificación.

Artículo 7

Garantías

1. Sin perjuicio de las vías de recurso previstas en el ordenamiento, cualquier persona física o jurídica afectada en sus derechos o intereses legítimos podrá solicitar el cese inmediato o la rectificación de aquellas campañas

yes que incórreguen en alguna de les prohibicions establertes en aquesta llei.

Podran a més a més sol·licitar-ho, sense necessitat d'acreditar un dret o interès legítim, les entitats jurídiques que tinguen per objecte o finalitat vetllar pel respecte dels valors i els principis consagrats per aquesta llei.

2. Els interessats podran sol·licitar la cessació o la rectificació davant l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucional per raó de la infracció dels articles 3, 4 i 5. La cessació podrà ser sol·licitada des del començament fins a la fi de l'activitat publicitària. La rectificació podrà sol·licitar-se des de l'inici de l'activitat publicitària fins a set dies després de finalitzada.

3. L'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucional resoldrà en un termini màxim de sis dies. La seua resolució, que serà executiva, posarà fi a la via administrativa. Si la resolució estimara la sol·licitud de cessació, l'òrgan anunciant procedirà immediatament a la cessació esmentada. Si la resolució estimara una sol·licitud de rectificació, l'òrgan anunciant haurà de procedir a la rectificació dins els set dies següents de dictada la resolució.

4. A petició de l'interessat, l'observatori podrà adoptar mesures cautelars, com la suspensió provisional de la campanya, sempre que s'aprecien indicis d'infracció manifestada en els articles 3.2, 4.3, 4.4 i 5. El termini màxim per a resoldre la suspensió provisional serà de tres dies.

5. Durant el curs del procediment, l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucional podrà demanar a les entitats afectades tota la informació que estime necessària per a la resolució.

Article 8

Llengua

Les institucions, les administracions, les fundacions i els altres ens públics compresos en aquesta llei, utilitzaran en els missatges de la publicitat i la comunicació institucionals les dues llengües oficials de la Comunitat Valenciana.

Article 9

Contractació

1. La contractació de la publicitat i la comunicació institucionals s'ajustarà als principis de publicitat, concurrència i no discriminació, d'acord amb les normes del text refós de la Llei de contractes de les administracions públiques i altres normatives que puguen ser-hi d'aplicació.

2. Per arribar a la màxima eficàcia, en els plecs per als contractes publicitaris s'establirà amb claredat que les empreses licitadores hauran d'atendre's a criteris tècnics en allò relatiu a la planificació de mitjans i suports de comunicació, d'acord amb els objectius i els grups de població, destinataris de l'acció, el caràcter territorial i la difusió de cada mitjà, dins les limitacions econòmiques fixades.

3. En els plecs per als contractes publicitaris a què es refereix l'apartat anterior, es tindran en compte les dades o els índexs comparatius, precisos i fiables, sobre difusió i audiència, freqüència i cost per impacte útil, horaris d'emissió o altres d'anàloga naturalesa, facilitats per les entitats sense ànim de lucre a què es refereix l'article 12 de la Llei 34/1988, de 11 de novembre, general de publicitat.

que incurran en alguna de las prohibiciones establecidas en esta ley.

Podrán además solicitarlo, sin necesidad de acreditar un derecho o interés legítimo, las entidades jurídicas que tengan por objeto o finalidad velar por el respeto de los valores y los principios consagrados por esta ley.

2. Los interesados podrán solicitar el cese o la rectificación ante el Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales por razón de la infracción de los artículos 3, 4 y 5. El cese podrá ser solicitado desde el inicio hasta la fin de la actividad publicitaria. La rectificación podrá solicitarse desde el inicio de la actividad publicitaria hasta siete días después de finalizada.

3. El Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales resolverá en un plazo máximo de seis días. Su resolución, que será ejecutiva, pondrá fin a la vía administrativa. Si la resolución estimase la solicitud de cese, el órgano anunciante procederá inmediatamente a dicho cese. Si la resolución estimase una solicitud de rectificación, el órgano anunciante deberá proceder a la rectificación dentro de los siete días siguientes de dictada dicha resolución.

4. A petición del interesado, el observatorio podrá adoptar medidas cautelares, como la suspensión provisional de la campaña, siempre que se aprecien indicios de infracción manifestada en los artículos 3.2, 4.3, 4.4 y 5. El plazo máximo para resolver la suspensión provisional será de tres días.

5. Durante el curso del procedimiento, el Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales podrá solicitar a las entidades afectadas toda la información que estime necesaria para su resolución.

Artículo 8

Lengua

Las instituciones, administraciones, fundaciones y demás entes públicos comprendidos en esta ley, utilizarán en los mensajes de la publicidad y la comunicación institucionales las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana.

Artículo 9

Contratación

1. La contratación de la publicidad y la comunicación institucionales se ajustará a los principios de publicidad, concurrència y no discriminación, de acuerdo con las normas del texto refundido de la Ley de contratos de las administraciones públicas y otras normativas que puedan ser de aplicación.

2. Para llegar a la máxima eficacia, en los pliegos para los contratos publicitarios se establecerá con claridad que las empresas licitadoras deberán atenderse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los objetivos y los grupos de población, destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio, dentro de las limitaciones económicas fijadas.

3. En los pliegos para los contratos publicitarios a los que se refiere el apartado anterior, se tendrán en cuenta los datos o los índices comparativos, precisos y fiables, sobre difusión y audiencia, frecuencia y coste por impacto útil, horarios de emisión u otros de análoga naturaleza, facilitados por las entidades sin ánimo de lucro a que se refiere el artículo 12 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad.

Article 10*Publicacions*

1. Es publicarà en el butlletí oficial corresponent i es posarà a disposició en Internet, amb una periodicitat trimestral, l'adjudicació dels contractes de publicitat institucional superiors a 30.000 euros que realitze qualsevol òrgan, entitat o societat mercantil inclosa en l'àmbit d'aplicació d'aquesta llei.

2. La publicació a què es refereix l'apartat anterior ha d'incloure la justificació de la campanya en els mitjans escollits, informes de l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucionals, informació relativa als contractes que s'hagen formalitzat, incloent-hi el cost econòmic, la partida pressupostària a què s'imputa, les persones o les entitats que participen com a patrocinadors i l'aportació econòmica, en diners o en espècie, que han efectuat en cada cas.

3. Allò establert en els apartats anteriors s'aplicarà d'igual forma a les ajudes, les subvencions i els convenis concedits o celebrats per la Generalitat i tots aquells organismes, entitats, societats mercantils o fundacions inclosos en l'àmbit d'aplicació d'aquesta llei.

4. La publicació a què es refereix l'apartat 3 especificarà l'objecte de l'ajuda, la subvenció o el conveni, la quantia i el nom del beneficiari.

Article 11*Tramesa de dades*

Es trametrà a les Corts Valencianes, amb una periodicitat trimestral, la relació de les adjudicacions dels contractes, i de les ajudes, subvencions i convenis als que es refereix l'article 9 d'aquesta llei.

Article 12*Publicitat institucional en període electoral*

1. Amb l'objectiu de no influir en la intenció de vot dels ciutadans, la publicitat objecte d'aquesta llei no es pot dur a terme durant el període comprés entre el dia de la publicació de la convocatòria d'eleccions i el dia en què es realitzen.

2. Allò disposat en el punt 1 no és aplicable a les activitats publicitàries relacionades amb l'organització i el desenvolupament dels processos electorals corresponents ni a les activitats publicitàries imprescindibles per a la salvaguarda de l'interès general o per al desenvolupament correcte dels serveis públics, sense perjudici del que hi ha establert en la resta de normativa que hi siga aplicable.

3. En les campanyes institucionals per a promoure la participació en les eleccions, no es poden utilitzar eslògans, simbologia o elements publicitaris clarament identificables amb un partit polític. Així mateix, els partits polítics tampoc no podran utilitzar durant la campanya electoral eslògans, simbologia o elements publicitaris identificables amb les campanyes institucionals.

Article 13*Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucionals*

1. A fi de garantir la major imparcialitat, transparència, eficàcia i eficiència en les activitats publicitàries institucionals, desenvolupades per la Generalitat, les administracions

Artículo 10*Publicaciones*

1. Se publicará en el boletín oficial correspondiente y se pondrá a disposición en Internet, con una periodicidad trimestral, la adjudicación de los contratos de publicidad institucional superiores a 30.000 euros que realice cualquier órgano, entidad o sociedad mercantil incluida en el ámbito de aplicación de la presente ley.

2. La publicación a la que se refiere el apartado anterior debe incluir la justificación de la campaña en los medios escogidos, informes del Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales, información relativa a los contratos que se hayan formalizado, incluyendo el coste económico, la partida presupuestaria a la que se imputa, las personas o entidades que participen como patrocinadores y la aportación económica, en dinero o en especie, que han efectuado en cada caso.

3. Lo establecido en los apartados anteriores se aplicará de igual forma a las ayudas, subvenciones y convenios concedidos o celebrados por la Generalidad y todos aquellos organismos, entidades, sociedades mercantiles o fundaciones incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley.

4. La publicación a la que se refiere el apartado 3 especificará el objeto de la ayuda, subvención o convenio, su cuantía y el nombre del beneficiario.

Artículo 11*Remisión de datos*

Se remitirán a las Cortes Valencianas, con una periodicidad trimestral, la relación de las adjudicaciones de los contratos, y de las ayudas, subvenciones y convenios a los que se refiere el artículo 9 de esta ley.

Artículo 12*Publicidad institucional en período electoral*

1. Con el objetivo de no influir en la intención de voto de los ciudadanos, la publicidad objeto de esta ley no se puede llevar a cabo durante el período comprendido entre el día de la publicación de la convocatoria de elecciones y el día en el que se realicen.

2. Lo dispuesto en el punto 1 no es aplicable a las actividades publicitarias relacionadas con la organización y el desarrollo de los correspondientes procesos electorales ni a las actividades publicitarias imprescindibles para la salvaguarda del interés general o para el desarrollo correcto de los servicios públicos, sin perjuicio de lo establecido en el resto de normativa que sea aplicable.

3. En las campañas institucionales para promover la participación en las elecciones, no se pueden utilizar eslóganes, simbología o elementos publicitarios claramente identificables con un partido político. Asimismo, los partidos políticos tampoco podrán utilizar durante la campaña electoral eslóganes, simbología o elementos publicitarios identificables con las campañas institucionales.

Artículo 13*Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales*

1. Con el fin de garantizar la mayor imparcialidad, transparencia, eficacia y eficiencia en las actividades publicitarias institucionales, desarrolladas por la Generalidad, las administra-

locals i supralocals valencianes en tots i cadascun dels àmbits d'actuació corresponent, com també els òrgans autònoms, les fundacions i les empreses públiques vinculades o que en depenen, es crea l'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucional, la composició i el funcionament del qual es determinarà reglamentàriament.

Article 14

Participació de la iniciativa privada

Les administracions públiques subjectes a aquesta llei promouran la participació de la iniciativa privada en les campanyes de publicitat institucional, en aquells casos en què per la seua naturalesa, així ho aconsellen. En tot cas, no podran participar en les campanyes de publicitat institucional les entitats que incórreguen en qualsevol de les circumstàncies indicades en el punt quart de l'article sisé.

DISPOSICIONS ADDICIONALS

Primera

El Consell de la Generalitat dictarà, en el termini de sis mesos des de l'aprovació d'aquesta llei, les normes reglamentàries que siguen necessàries per al desenvolupament.

Segona

L'Observatori de la Publicitat i la Comunicació Institucional es constituirà en el termini màxim de sis mesos des de l'entrada en vigor d'aquesta llei.

DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

Queda derogada la Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional de la Comunitat Valenciana, i totes aquelles disposicions normatives que s'oposen a aquesta llei o la contravenen.

DISPOSICIÓ FINAL

Aquesta llei entrarà en vigor l'endemà de la publicació en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

E. PROPOSTES DE RESOLUCIÓ

4. Proposicions no de llei i altres proposicions

Proposició no de llei sobre la construcció d'un edifici multifuncional al recinte de la fira de Requena, presentada pel Grup Parlamentari Socialista (RE número 38.745). No presa en consideració.

COMISSIÓ D'INDÚSTRIA, COMERÇ I TURISME

La Comissió d'Indústria, Comerç i Turisme, en la reunió del dia 9 de novembre de 2006, no ha pres en consideració la Proposició no de llei sobre la construcció d'un edifici

ciones locales y supralocales valencianas en todos y cada uno de sus ámbitos de actuación, así como los órganos autónomos, fundaciones y empresas públicas vinculadas o dependientes de aquellas, se crea el Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales, cuya composición y funcionamiento se determinará reglamentariamente.

Artículo 14

Participación de la iniciativa privada

Las administraciones públicas sujetas a esta ley promoverán la participación de la iniciativa privada en las campañas de publicidad institucional, en aquellos casos en los que por su naturaleza, así lo aconsejen. En todo caso, no podrán participar en las campañas de publicidad institucional las entidades que incurran en cualquiera de las circunstancias indicadas en el punto cuarto del artículo sexto.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

El Consell de la Generalidad dictará, en el plazo de seis meses desde la aprobación de esta ley, las normas reglamentarias que sean necesarias para su desarrollo.

Segunda

El Observatorio de la Publicidad y la Comunicación Institucionales se constituirá en el plazo máximo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Queda derogada la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional de la Comunidad Valenciana, y todas aquellas disposiciones normativas que se opongan a esta ley o la contravengan.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

E. PROPUESTAS DE RESOLUCIÓN

4. Proposiciones no de ley y otras proposiciones

Proposición no de ley sobre la construcción de un edificio multifuncional en el recinto ferial de Requena, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista (RE número 38.745). No toma en consideración.

COMISIÓN DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

La Comisión de Industria, Comercio y Turismo, en la reunión del día 9 de noviembre de 2006, no ha tomado en consideración la Proposición no de ley sobre la construcción de un edi-