

Presidència de la Generalitat

LLEI 12/2018, de 24 de maig, de la Generalitat, de publicitat institucional per a l'interès ciutadà i la concepció col·lectiva de les infraestructures públiques. [2018/5164]

Sia notori i manifest a tots els ciutadans i totes les ciutadanes que les Corts han aprovat i jo, d'acord amb el que estableixen la Constitució i l'Estatut d'Autonomia, en nom del rei, promulgue la llei següent:

Índex

Preàmbul

TÍTOL I. NORMES I PRINCIPIS RECTORS DE LA PUBLICITAT INSTITUCIONAL

- Article 1. Objecte de la llei
- Article 2. Definicions
- Article 3. Àmbit subjectiu
- Article 4. Principis informadors
- Article 5. Prohibicions
- Article 6. Determinació dels mitjans de difusió
- Article 7. Limitació de la publicitat mitjançant patrocini
- Article 8. Llengua
- Article 9. Contractació
- Article 10. Temporalitat
- Article 11. Període electoral

TÍTOL II. GARANTIES I DRETS DELS CIUTADANS

- Article 12. Dret de cessació i rectificació
- Article 13. Procediment de la sol·licitud de cessació o rectificació
- Article 14. Informació periòdica a les Corts

DISPOSICIONS ADDICIONALS

- Disposició addicional primera. Publicacions periòdiques
- Disposició addicional segona. Autoedició d'obres
- Disposició addicional tercera. Exclusió de mitjans de comunicació amb publicitat de comerç sexual o foment de la prostitució

DISPOSICIONS FINALS

- Disposició final primera. Inici de la vigència
- Disposició final segona. Desenvolupament reglamentari

DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

PREÀMBUL

Fins ara, les campanyes de publicitat institucional promogudes pels poders públics han suposat un cost elevat per a la ciutadana i, de vegades amb diners públics, han estat utilitzades com a instruments propagandístics del partit polític que ha sustentat els distints governs.

La Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional de la Comunitat Valenciana, presenta dues grans llacunes legals: d'una banda, no prohibeix expressament la realització de qualsevol campanya institucional en el període que hi ha entre la convocatòria d'eleccions i la seua celebració i, d'altra banda, omet qualsevol referència a la necessària diferenciació de la publicitat institucional respecte a la publicitat política partidista, mitjançant la prohibició d'utilitzar elements clarament identificables amb un partit polític. Aquestes llacunes han estat corregides per les distintes juntes electorals que han posat límit a pràctiques indesitjables.

A més, la Llei 7/2003 esmentada s'ha revelat clarament insuficient per a garantir el bon ús d'aquesta ferramenta de comunicació i publicitat pública. Així, creava un òrgan de control que mai va ser constituït, la qual cosa va buidar encara més de contingut el pobre enunciat. Amb caràcter posterior a la seua aprovació, va ser sancionada la reforma de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana mitjançant la Llei orgànica 1/2006, de 10 d'abril, que en l'article 49, punt 29, atribueix a

Presidencia de la Generalitat

LEY 12/2018, de 24 de mayo, de la Generalitat, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas. [2018/5164]

Sea notorio y manifiesto a todos los ciudadanos y todas las ciudadanas que Les Corts han aprobado y yo, de acuerdo con lo establecido por la Constitución y el Estatuto de Autonomía, en nombre del rey, promulgo la siguiente ley:

Índice

Preámbulo

TÍTULO I. NORMAS Y PRINCIPIOS RECTORES DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

- Artículo 1. Objeto de la ley
- Artículo 2. Definiciones
- Artículo 3. Ámbito subjetivo
- Artículo 4. Principios informadores
- Artículo 5. Prohibiciones
- Artículo 6. Determinación de los medios de difusión
- Artículo 7. Limitación de la publicidad mediante patrocinio
- Artículo 8. Lengua
- Artículo 9. Contratación
- Artículo 10. Temporalidad
- Artículo 11. Período electoral

TÍTULO II. GARANTÍAS Y DERECHOS DE LOS CIUDADANOS

- Artículo 12. Derecho de cese y rectificación
- Artículo 13. Procedimiento de la solicitud de cese o rectificación
- Artículo 14. Información periódica a Les Corts

DISPOSICIONES ADICIONALES

- Disposición adicional primera. Publicaciones periódicas
- Disposición adicional segunda. Autoedición de obras
- Disposición adicional tercera. Exclusión de medios de comunicación con publicidad de comercio sexual o fomento de la prostitución

DISPOSICIONES FINALES

- Disposición final primera. Inicio de la vigencia
- Disposición final segunda. Desarrollo reglamentario

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

PREÁMBULO

Hasta ahora, las campañas de publicidad institucional promovidas por los poderes públicos han supuesto un coste elevado para la ciudadana y, en ocasiones con dinero público, han sido utilizadas como instrumentos propagandísticos del partido político que ha sustentado a los distintos gobiernos.

La Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional de la Comunitat Valenciana, presenta dos grandes lagunas legales: por un lado, no prohíbe expresamente la realización de cualquier campaña institucional en el período que media entre la convocatoria de elecciones y su celebración y, por otro lado, omite cualquier referencia a la necesaria diferenciació de la publicitat institucional respecte a la publicitat política partidista, mediante la prohibición de utilizar elementos claramente identificables con un partido político. Estas lagunas han sido corregidas por las distintas juntas electorales que han puesto límite a indeseables prácticas.

Además, la citada Ley 7/2003 se ha revelado claramente insuficiente para garantizar el buen uso de esta herramienta de comunicación y publicidad pública. Así, creaba un órgano de control que nunca fue constituido, vaciando aún más de contenido el pobre enunciat. Con carácter posterior a su aprobación, fue sancionada la reforma del Estatuto de autonomía de la Comunitat Valenciana mediante la Ley orgánica 1/2006, de 10 de abril, que en su artículo 49, punto 29, atribuye a nuestra autonomía la competencia



la nostra autonomia la competència exclusiva en matèria de publicitat, sense perjudici de les normes dictades per l'Estat per a sectors i mitjans específics.

Quant a la normativa estatal, la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional, delimita l'objecte de la comunicació institucional i estableix l'àmbit del seu desenvolupament amb l'enunciació dels possibles continguts i missatges objecte de difusió. La normativa estatal enuncia els principis que han de regir el contingut de l'activitat comunicativa, que, en tot cas, ha de servir amb objectivitat els interessos generals, amb sotmetiment als principis d'eficiència, veracitat i racionalitat en l'assignació dels recursos econòmics; vetlar per la lleialtat institucional, impedit que qüestionen l'activitat d'altres institucions, entitats o persones, i promoure conductes, suports i missatges que assegurin l'accés a la informació a tota la ciutadania, fomentant el respecte al medi ambient, les polítiques d'igualtat, el principi de no-discriminació, la solució pacífica i dialogada de conflictes, el respecte a la diversitat sexual i la resta de valors constitucionals compartits per la comunitat.

Per tant, és necessari abordar una reforma de la llei autonòmica, actualitzant-la a la realitat actual del nostre territori i al marc legislatiu vigent i donant solució als buits legislatius autonòmics existents.

Aquesta llei desenvolupa profusament els principis que han de regir la publicitat institucional i, en especial, l'obligació pública de vetlar pels drets de les persones destinatàries i pel respecte de l'ètica publicitària.

D'aquesta manera s'eliminen despeses en publicitat que no aporten res a la ciutadania i suposen un elevat cost econòmic, com «la creació, difusió o millora de la notorietat i imatge de les institucions governamentals i de les administracions públiques», pràctiques que amb l'entrada en vigor d'aquesta llei quedaran vetades amb la finalitat que cap partit pugui instrumentalitzar per als seus interessos aquesta ferramenta de difusió sufragada amb diners públics de la col·lectivitat.

Igualment la Generalitat, com a principal anunciador públic de la Comunitat Valenciana, ha d'evitar la possible discriminació en el repartiment de la publicitat entre els diferents mitjans i suports, establint els criteris que han de seguir-se per a l'adjudicació, basant-se en els principis d'eficàcia, eficiència i objectivitat, mitjançant l'establiment d'uns criteris objectius com són els de difusió, audiència, abast i penetració.

Al mateix temps, la llei assumeix els objectius del Pacte valencià contra la violència de gènere i masclista, de setembre de 2017, que recull les conclusions de la Subcomissió sobre l'Eradicació de la Violència de Gènere de les Corts i l'Informe del Síndic de Greuges sobre l'atenció i la protecció a les víctimes, de juny de 2017, subscrit per les institucions valencianes, les organitzacions polítiques i sindicals, la societat civil —especialment per aquelles organitzacions vinculades als moviments feministes— i amb un suport ampli de la ciutadania. En aquest sentit, la llei incorpora mecanismes d'exclusió en la contractació dins de l'àmbit competencial propi d'aquelles empreses i mitjans de comunicació que continguin anuncis de comerç sexual o fomenten la prostitució, atès que la prohibició de la publicitat de la prostitució és competència exclusiva de l'Estat segons el dictamen del Consell d'Estat de març de 2011.

Igualment queda vetada la possibilitat d'aprofitar els instruments públics per a fer propaganda del càrrec o la institució. Amb el mateix objectiu es prohibeix qualsevol campanya o acte institucional que es duga a terme no sols durant el període oficial de campanya electoral, sinó des del moment en què es fa pública la data de la convocatòria electoral.

Aquesta llei prohibeix actes d'inauguració o posades de primeres pedres que suposen un ús partidista de promoció personal o de partit a costa de les infraestructures o els serveis que per definició són col·lectius i estan sufragats amb diners públics. D'aquesta manera la inauguració serà el primer ús que es done per part dels ciutadans i ciutadanes al servei o la infraestructura de nova creació o construcció. Evitant aquesta pràctica es pretén evitar la projecció d'infraestructures o serveis en funció de la rendibilitat electoral i centrar les decisions sobre noves infraestructures o serveis en la seua utilitat pública, a més suposa un important estalvi dins dels paràmetres de bon govern.

exclusiva en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas dictadas por el Estado para sectores y medios específicos.

En cuanto a la normativa estatal, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional, delimita el objeto de la comunicación institucional, estableciendo el ámbito de su desarrollo con la enunciación de los posibles contenidos y mensajes objeto de difusión. La normativa estatal enuncia los principios que deben regir el contenido de la actividad comunicativa, que, en todo caso, debe servir con objetividad a los intereses generales, con sometimiento a los principios de eficiencia, veracidad y racionalidad en la asignación de los recursos económicos; velar por la lealtad institucional, impidiendo que cuestionen la actividad de otras instituciones, entidades o personas, y promover conductas, apoyos y mensajes que aseguren el acceso a la información a toda la ciudadanía, fomentando el respeto al medio ambiente, las políticas de igualdad, el principio de no discriminación, la solución pacífica y dialogada de conflictos, el respeto a la diversidad sexual y el resto de valores constitucionales compartidos por la comunidad.

Por tanto, es necesario abordar una reforma de la ley autonómica, actualizándola a la realidad actual de nuestro territorio y al marco legislativo vigente, y dando solución a los vacíos legislativos autonómicos existentes.

La presente ley desarrolla profusamente los principios que deben regir la publicidad institucional y, en especial, la obligación pública de velar por los derechos de las personas destinatarias y por el respeto de la ética publicitaria.

De esta manera se eliminan gastos en publicidad que nada aportan a la ciudadanía y suponen un elevado coste económico, como «la creación, difusión o mejora de la notoriedad e imagen de las instituciones gubernamentales y de las administraciones públicas», prácticas que con la entrada en vigor de la presente ley quedarán vetadas con la finalidad de que ningún partido pueda instrumentalizar para sus intereses esta herramienta de difusión sufragada con dinero público de la colectividad.

Igualmente la Generalitat, como principal anunciante público de la Comunitat Valenciana, debe evitar la posible discriminación en el reparto de la publicidad entre los diferentes medios y soportes, estableciendo los criterios que deben seguirse para la adjudicación en base a los principios de eficacia, eficiencia y objetividad, mediante el establecimiento de unos criterios objetivos como son los de difusión, audiencia, alcance y penetración.

Al mismo tiempo, la ley asume los objetivos del Pacto valenciano contra la violencia de género y machista, de septiembre de 2017, que recoge las conclusiones de la Subcomisión sobre la Erradicación de la Violencia de Género de Les Corts y el Informe del Síndic de Greuges sobre la atención y protección a las víctimas, de junio de 2017, suscrito por las instituciones valencianas, las organizaciones políticas y sindicales, la sociedad civil —especialmente por aquellas organizaciones vinculadas a los movimientos feministas— y ampliamente apoyado por la ciudadanía. En este sentido, la ley incorpora mecanismos de exclusión en la contratación dentro del ámbito competencial propio de aquellas empresas y medios de comunicación que contengan anuncios de comercio sexual o fomenten la prostitución, dado que la prohibición de la publicidad de la prostitución es competencia exclusiva del Estado según el dictamen del Consejo de Estado de marzo de 2011.

Igualmente queda vetada la posibilidad de aprovechar los instrumentos públicos para hacer propaganda del cargo o institución. Con el mismo objetivo se prohíbe cualquier campaña o acto institucional que se lleve a cabo no solo durante el período oficial de campaña electoral, sino desde el momento en que se hace pública la fecha de la convocatoria electoral.

La presente ley prohíbe actos de inauguración o puestas de primeras piedras que supongan un uso partidista de promoción personal o de partido a costa de las infraestructuras o servicios que por definición son colectivos y están sufragados con dinero público. De esta manera la inauguración será el primer uso que se le dé por parte de los ciudadanos y ciudadanas al servicio o infraestructura de nueva creación o construcción. Evitando esta práctica se pretende evitar la proyección de infraestructuras o servicios en función de la rentabilidad electoral y centrar las decisiones sobre nuevas infraestructuras o servicios en su utilidad pública, además supone un importante ahorro dentro de los parámetros de buen gobierno.

En definitiva, aquesta llei pretén que aquesta ferramenta de comunicació siga utilitzada en interès exclusiu de la ciutadania, que sufraga les campanyes amb els seus impostos.

TÍTOL I

Normes i principis rectors de la publicitat institucional

Article 1. Objecte de la llei

1. És objecte d'aquesta llei regular la publicitat institucional entesa com l'activitat publicitària promoguda per les administracions i les institucions públiques de la Generalitat, com també per les empreses i els organismes que en depenen, i definir i garantir l'ús de la publicitat institucional exclusivament en benefici de la ciutadania, perquè siga informada dels seus drets i dels serveis públics concrets a què pot accedir, sota la concepció ciutadana col·lectiva i no partidista de les infraestructures i els serveis públics. També és objecte de la llei que la publicitat institucional servisca per a informar la ciutadania de les seues responsabilitats legals, cíviques i socials o per a requerir un determinat comportament en funció d'un concret bé jurídic que cal protegir.

2. Aquesta llei té per objecte garantir que la gestió comunicativa pública de la implantació de nous serveis o la posada en marxa de noves infraestructures públiques no estiga al servei d'interessos personals o partidistes.

3. Aquesta llei té per objecte garantir la comunicació i la publicitat institucional com un dret de la ciutadania i un deure de les institucions.

4. Aquesta llei garanteix la transparència, garantia d'una major accessibilitat a la ciutadania i la preservació de la lleialtat institucional i la pluralitat de mitjans.

5. La distribució de la publicitat institucional haurà d'efectuar-se amb criteris objectius, evitant la discrecionalitat i promovent l'accés dels mitjans de comunicació de proximitat, inclosos els mitjans comunitaris.

Article 2. Definicions

1. És publicitat institucional la promoguda per les administracions públiques i realitzada per a:

a) Promoure valors i conductes que consoliden la democràcia, la llibertat, la convivència, la igualtat i la solidaritat.

b) Informar la ciutadania dels seus drets i les seues obligacions i dels serveis, les activitats i els programes de què pugua fer ús.

c) Fomentar actituds i comportaments cívics en la ciutadania amb relació a béns o serveis públics de caràcter educatiu, cultural, social, sanitari, de foment de l'ocupació i d'altres de naturalesa equivalent.

d) Difondre informació sobre els drets i els deures de la ciutadania i els serveis, activitats i programes dels quals es pot beneficiar.

e) Anunciar mesures de prevenció de riscos, d'ordre o seguretat pública o d'evitació o reparació de danys que afecten les persones, la seua salut o els seus béns, i el medi natural.

f) Anunciar mesures en cas de situacions d'emergència o catàstrofe, i també les accions que han de dur a terme les persones afectades per a protegir-se'n.

g) Difondre els processos electorals i fomentar l'exercici del dret al vot.

h) Difondre el contingut de les disposicions jurídiques que, per la seua novetat o repercussió social, s'aconseja que siguen conegudes generalment.

i) Difondre ofertes d'ocupació pública.

j) Difondre actituds cíviques en benefici de la col·lectivitat i els valors de convivència i solidaritat entre els ciutadans i les ciutadanes.

k) Contribuir a la difusió i la millora de la Comunitat Valenciana i del seu patrimoni històric i cultural.

l) La promoció dels propis valors, imatge o senyes d'identitat del territori o la població de l'administració anunciant.

m) Donar suport als sectors econòmics valencians, mitjançant la promoció de la comercialització de productes valencians, especialment a l'exterior de la Comunitat Valenciana, i d'accions que impulsen la nostra Comunitat com a destinació turística.

En definitiva, esta ley pretende que esta herramienta de comunicación sea utilizada en exclusivo interés de la ciudadanía, que sufraga las campañas con sus impuestos.

TÍTULO I

Normas y principios rectores de la publicidad institucional

Artículo 1. Objeto de la ley

1. Es objeto de esta ley regular la publicidad institucional entendida como la actividad publicitaria promovida por las administraciones e instituciones públicas de la Generalitat, así como por las empresas y organismos que de ellas dependen, y definir y garantizar el uso de la publicidad institucional exclusivamente en beneficio de la ciudadanía, para que sea informada de sus derechos y de los servicios públicos concretos a los que puede acceder, bajo la concepción ciudadana colectiva y no partidista de las infraestructuras y servicios públicos. También es objeto de la ley que la publicidad institucional sirva para informar a la ciudadanía de sus responsabilidades legales, cívicas y sociales o para requerir un determinado comportamiento en función de un concreto bien jurídico a proteger.

2. La presente ley tiene por objeto garantizar que la gestión comunicativa pública de la implantación de nuevos servicios o la puesta en marcha de nuevas infraestructuras públicas no esté al servicio de intereses personales o partidistas.

3. La presente ley tiene por objeto garantizar la comunicación y la publicidad institucional como un derecho de la ciudadanía y un deber de las instituciones.

4. La presente ley garantiza la transparencia, garantía de una mayor accesibilidad a la ciudadanía y la preservación de la lealtad institucional y la pluralidad de medios.

5. La distribución de la publicidad institucional deberá efectuarse con criterios objetivos evitando la discrecionalidad y promoviendo el acceso de los medios de comunicación de proximidad, incluidos los medios comunitarios.

Artículo 2. Definiciones

1. Es publicidad institucional la promovida por las administraciones públicas y realizada para:

a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.

d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

f) Anunciar medidas en caso de situaciones de emergencia o catástrofe, así como las acciones a llevar a cabo por las personas afectadas para su protección.

g) Difundir los procesos electorales y fomentar el ejercicio del derecho al voto.

h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.

i) Difundir ofertas de empleo público.

j) Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.

k) Contribuir a la difusión y mejora de la Comunitat Valenciana y de su patrimonio històric i cultural.

l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciant.

m) Apoyar a los sectores económicos valencianos, mediante la promoción de la comercialización de productos valencianos, especialmente en el exterior de la Comunitat Valenciana, y de acciones que impulsen a nuestra Comunitat como destino turístico.



2. En tot cas, no es considera publicitat institucional la realitzada en el tràmit de qualsevol expedient administratiu.

3. Les campanyes institucionals i les publicacions institucionals es desenvoluparan exclusivament quan concórreguen raons d'interès ciutadà públic i en l'exercici de competències pròpies.

Article 3. Àmbit subjectiu

1. Aquesta llei obliga:

a) Les Corts Valencianes i la resta d'institucions previstes en l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana.

b) L'administració de la Generalitat, els organismes autònoms, les institucions, les empreses i la resta d'entitats integrants del sector públic autònom, d'acord amb el que hi ha disposat en l'article de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, de la Generalitat, d'hisenda pública, del sector públic instrumental i de subvencions.

c) Les entitats autònomes de la Generalitat de caràcter administratiu.

d) Les entitats locals de l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

e) Els organismes i les entitats autònomes de caràcter administratiu, dotades de personalitat jurídica pròpia, dependents de les entitats locals de la Comunitat Valenciana.

f) Qualsevol organisme, entitat, empresa, fundació o associació que haja estat fundada, creada o constituïda amb fons públics totalment o majoritàriament.

2. Qualsevol campanya de publicitat o publicació institucional sufragada, totalment o parcialment, amb diners públics i que no siga emesa per les persones jurídiques referides en el punt primer d'aquest article també haurà de complir amb el que hi ha disposat en aquesta llei.

3. Als efectes d'aquesta llei, tindran consideració de persones amb alts càrrecs i hi estan afectades, a més de les persones amb càrrec electe per sufragi directe o indirecte, les persones següents:

a) Les persones membres del Consell, les persones titulars de les secretaries autonòmiques, subsecretaries, direccions generals i altres alts càrrecs que tenen el rang de direcció general en el sector públic, càrrecs de designació directa i el personal eventual.

b) La persona titular de la presidència, la direcció general, la gerència o càrrecs assimilats, en organismes autònoms o entitats de dret públic que depenen de la Generalitat i de qualsevol tipus d'entitats creades amb més d'un 30 per cent de capital públic.

c) Les persones elegides per a ser membres de les institucions estatutàries.

d) Les presidentes o els presidents, les conselleres delegades o els consellers delegats de societats mercantils en què el capital siga, totalment o parcialment, de titularitat de la Generalitat, ja siguen nomenats pel Consell o pels òrgans de govern d'aquelles societats.

e) Les directores o els directores generals, gerents o llocs assimilats de fundacions del sector públic de la Generalitat o en què la Generalitat tinga participació.

f) Així mateix, els titulars de qualsevol altre lloc, siga quina siga la denominació, el nomenament dels quals l'efectue el Consell.

Article 4. Principis informadors

1. La publicitat institucional ha de tenir com a finalitat donar a conèixer els drets i els serveis a la ciutadania, a més de responsabilitats cíviques i obligacions legals de la ciutadania o alertes per emergències, complint amb el deure d'informació pública.

2. Les campanyes institucionals s'ajustaran sempre als principis d'interès ciutadà, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia, responsabilitat i eficiència.

3. La publicitat institucional ha de quedar clarament desmarcada de la propaganda dels partits polítics, tant en el fons com en l'estètica utilitzada.

4. La publicitat institucional ha de ser clarament identificable.

5. Els anuncis institucionals han de ser clars i complets. La publicitat institucional no ha de conduir a conclusions errònies, ni per ambigüitat, inexactitud, omissió o altres circumstàncies. En el cas que la publicitat o la publicació institucional utilitze persones que realitzen recomanacions o donen testimoni, aquests han de respondre a la veritat, tant pel que fa a la persona com pel que afecta al contingut, plantejant per tant casos reals o informant, si escau, que es tracta d'una dramatització.

2. En todo caso, no se considera publicidad institucional la realizada en el trámite de cualquier expediente administrativo.

3. Las campañas institucionales y las publicaciones institucionales se desarrollarán exclusivamente cuando concurren razones de interés ciudadano público y en el ejercicio de competencias propias.

Artículo 3. Ámbito subjetivo

1. La presente ley obliga a:

a) Las Corts Valencianes y al resto de instituciones previstas en el Estatuto de autonomía de la Comunitat Valenciana.

b) La administración de la Generalitat, los organismos autónomos, instituciones, empresas y resto de entidades integrantes del sector público autonómico, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo de la Ley 1/2015, de 6 de febrero, de la Generalitat, de hacienda pública, del sector público instrumental y de subvenciones.

c) Las entidades autónomas de la Generalitat de carácter administrativo.

d) Las entidades locales del ámbito territorial de la Comunitat Valenciana.

e) Los organismos y entidades autónomas de carácter administrativo, dotadas de personalidad jurídica propia, dependientes de las entidades locales de la Comunitat Valenciana.

f) Cualquier organismo, entidad, empresa, fundación o asociación que haya sido fundada, creada o constituida con fondos públicos total o mayoritariamente.

2. Cualquier campaña de publicidad o publicación institucional sufragada, total o parcialmente, con dinero público y que no sea emitida por las personas jurídicas referidas en el punto primero del presente artículo también deberá cumplir con lo dispuesto en la presente ley.

3. A los efectos de esta ley, tendrán consideración de personas con altos cargos y están afectadas por la misma, además de las personas con cargo electo por sufragio directo o indirecto, las siguientes personas:

a) Las personas miembros del Consell, las personas titulares de las secretarías autonómicas, subsecretarías, direcciones generales y otros altos cargos que ostenten el rango de dirección general en el sector público, cargos de designación directa y el personal eventual.

b) La persona titular de la presidencia, dirección general, gerencia o cargos asimilados, en organismos autónomos o entidades de derecho público que dependen de la Generalitat y de cualquier tipo de entidades creadas con más de un 30 por ciento de capital público.

c) Las personas elegidas para ser miembros de las instituciones estatutarias.

d) Las presidentas o los presidentes, consejeras delegadas o consejeros delegados de sociedades mercantiles en que el capital sea, total o parcialmente, de titularidad de la Generalitat, ya sean nombrados por el Consell o por los mismos órganos de gobierno de aquellas sociedades.

e) Las directoras o los directores generales, gerentes o puestos asimilados de fundaciones del sector público de la Generalitat o en las que la Generalitat tenga participación.

f) Asimismo, los titulares de cualquier otro puesto, sea cual sea su denominación, cuyo nombramiento se efectúe por el Consell.

Artículo 4. Principios informadores

1. La publicidad institucional debe tener como finalidad dar a conocer los derechos y servicios a la ciudadanía, además de responsabilidades cívicas y obligaciones legales de la ciudadanía o alertas por emergencias, cumpliendo con el deber de información pública.

2. Las campañas institucionales se ajustarán siempre a los principios de interés ciudadano, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad y eficiencia.

3. La publicidad institucional debe quedar claramente desmarcada de la propaganda de los partidos políticos, tanto en el fondo como en la estética utilizada.

4. La publicidad institucional debe ser claramente identificable.

5. Los anuncios institucionales deben ser claros y completos. La publicidad institucional no debe conducir a conclusiones erróneas, ni por ambigüedad, inexactitud, omisión u otras circunstancias. En caso de que la publicidad o publicación institucional utilice personas que realizan recomendaciones o dan testimonio, estos deben responder a la verdad, tanto respecto a la persona como al contenido, planteando por tanto casos reales o informando, en su caso, de que se trata de una dramatización.



6. La publicitat institucional no ha d'incitar, directament o indirectament, a la violència ni a comportaments antisocials, ni ha de suggerir avantatges en les actituds de violència. Tampoc pot oferir arguments que s'aprofiten de la por, el temor o les supersticions de les persones destinatàries, ni promoure pràctiques perilloses.

7. La publicitat institucional ha de respectar els drets a l'honor, la intimitat i la imatge pròpia. En la publicitat institucional no ha de denigrar-se, implícitament o explícitament, cap persona o col·lectiu social, religió, pensament o ideologia democràtica.

8. Les campanyes institucionals contribuiran a fomentar la igualtat entre dones i homes i respectaran la diversitat social, cultural, ètnica, de pensament, d'identitat o orientació sexual present en la societat.

9. Les campanyes institucionals contribuiran a la protecció de la infància i l'adolescència.

10. La publicitat institucional destinada a segments de població especialment sensibles com xiquets i adolescents ha de ser extremadament acurada. No ha d'explotar-se la inseguretat o immaduresa de les persones, la credulitat natural de xiquets i xiquetes, ni tampoc ha d'abusar-se del seu sentit de lleialtat.

11. La publicitat institucional ha de fomentar el respecte al medi ambient i la sostenibilitat. Els mitjans i els suports que utilitzen les comunicacions institucionals han de correspondre's amb aquest criteri i han de servir d'exemple per al conjunt de la població.

12. Totes les dades difoses en la publicitat institucional han de ser rellevants i comprovables i no poden donar lloc a error. Totes les comparacions han de ser objectives i verificables. No pot crear-se confusió ni mescla de missatges.

13. Les campanyes institucionals de comunicació i publicitat tindran caràcter inclusiu i no discriminatori, respectant el dret de totes les persones a ser-ne destinatàries. Amb aquesta finalitat hauran de garantir mesures d'accessibilitat audiovisual a la informació subministrada.

Article 5. Prohibicions

1. Es prohibeix la comunicació publicitària institucional partidista.

2. Es prohibeix la utilització de la publicitat institucional com a element de propaganda personal de persones amb càrrecs públics o grups institucionals. En aquest sentit, es prohibeixen les comunicacions finançades, directament o indirectament, amb fons públics dels governs institucionals.

3. Es prohibeixen els actes públics d'entrega de claus de béns immobles o similars per part de persones amb càrrecs electes o amb alts càrrecs del govern. Aquestes entregues les realitzarà, en tot cas, el personal funcionari competent sense fer-ne una escenificació pública.

4. Es prohibeix obligar la ciutadania a l'assistència a actes públics per a ser beneficiària de qualsevol entrega de bé, parcialment o totalment, finançat amb diners públics o qualsevol tipus de contracte, nomenament, subvenció o beca.

5. Es prohibeix assolir acords amb mitjans de difusió per a promocionar la imatge dels càrrecs i les administracions públiques.

6. Es prohibeix el finançament de mitjans de difusió privats, directament o indirectament, a través de la contractació del mitjà per a la seua difusió o d'inserció de publicitat institucional. La contractació de qualsevol mitjà es realitzarà sota els criteris establerts en aquesta llei i les lleis de contractació vigents.

7. Tota la publicitat institucional estarà lliure de cap identificació partidista. Queden prohibits els punts de similitud amb la publicitat que porte a terme qualsevol partit polític per a la imatge pròpia o la captació d'afiliació.

8. Es prohibeix l'organització de qualsevol acte d'inauguració, o similars, d'obra acabada o servei per part de persones amb càrrecs electes o alts càrrecs, finançats amb fons públics parcialment o totalment, directament o indirectament. Aquesta prohibició inclourà els viatges en cabina de conductor de càrrecs electes o alts càrrecs respecte de les infraestructures de transport públic col·lectiu.

9. Es prohibeix l'organització de qualsevol obra o acte d'instal·lació de placa commemorativa o similar que faça referència a persones amb càrrecs electes o alts càrrecs que hagen participat en la decisió de la construcció o la posada en marxa.

10. Es prohibeixen els actes de posades de primeres pedres, d'inauguració o similars, d'inici de construcció d'obra finançada, totalment o

6. La publicidad institucional no debe incitar, directa o indirectamente, a la violencia ni a comportamientos antisociales, ni debe sugerir ventajas en las actitudes de violencia. Tampoco puede ofrecer argumentos que se aprovechen del miedo, el temor o las supersticiones de las personas destinatarias, ni promover prácticas peligrosas.

7. La publicidad institucional debe respetar los derechos al honor, la intimidad y la propia imagen. En la publicidad institucional no debe denigrarse, implícitamente o explícitamente, a ninguna persona o colectivo social, religión, pensamiento o ideología democrática.

8. Las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y respetarán la diversidad social, cultural, étnica, de pensamiento, de identidad u orientación sexual presente en la sociedad.

9. Las campañas institucionales contribuirán a la protección de la infancia y la adolescencia.

10. La publicidad institucional destinada a segmentos de población especialmente sensibles como niños y adolescentes debe ser extremadamente cuidadosa. No debe explotarse la inseguridad o inmadurez de las personas, la credulidad natural de niños y niñas, ni tampoco debe abusarse de su sentido de lealtad.

11. La publicidad institucional debe fomentar el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad. Los medios y apoyos que utilizan las comunicaciones institucionales deben corresponderse con dicho criterio y deben servir de ejemplo para el conjunto de la población.

12. Todos los datos difundidos en la publicidad institucional deben ser relevantes y comprobables y no pueden dar lugar a error. Todas las comparaciones deben ser objetivas y verificables. No puede crearse confusión ni mezcla de mensajes.

13. Las campañas institucionales de comunicación y publicidad tendrán carácter inclusivo y no discriminatorio, respetando el derecho de todas las personas a ser destinatarias de las mismas. Con esta finalidad deberán garantizar medidas de accesibilidad audiovisual a la información suministrada.

Artículo 5. Prohibiciones

1. Se prohíbe la comunicación publicitaria institucional partidista.

2. Se prohíbe la utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales. En este sentido, se prohíben las comunicaciones financiadas, directa o indirectamente, con fondos públicos de los gobiernos institucionales.

3. Se prohíben los actos públicos de entrega de llaves de bienes inmuebles o similares, por parte de personas con cargos electos o con altos cargos del gobierno. Estas entregas serán realizadas, en todo caso, por el personal funcionario competente y sin hacer de esa entrega una escenificación pública.

4. Se prohíbe obligar a la ciudadanía a la asistencia de actos públicos para ser beneficiaria de cualquier entrega de bien, parcial o totalmente, financiado con dinero público o cualquier tipo de contrato, nombramiento, subvención o beca.

5. Se prohíbe alcanzar acuerdos con medios de difusión para promocionar la imagen de los cargos y administraciones públicas.

6. Se prohíbe la financiación de medios de difusión privados, directa o indirectamente, a través de la contratación del medio para su difusión o de inserción de publicidad institucional. La contratación de cualquier medio se realizará bajo los criterios establecidos en la presente ley y las leyes de contratación vigentes.

7. Toda la publicidad institucional estará libre de identificación partidista alguna, quedando prohibidos los puntos de similitud con la publicidad que lleve a cabo cualquier partido político para la propia imagen o la captación de afiliación.

8. Se prohíbe la organización de cualquier acto de inauguración, o similares, de obra acabada o servicio por parte de personas con cargos electos o altos cargos, financiados con fondos públicos parcial o totalmente, directa o indirectamente. Esta prohibición incluirá los viajes en cabina de conductor de cargos electos o altos cargos respecto de las infraestructuras de transporte público colectivo.

9. Se prohíbe la organización de cualquier obra o acto de instalación de placa conmemorativa o similar que haga referencia a personas con cargos electos o a altos cargos que hayan participado en la decisión de su construcción o puesta en marcha.

10. Se prohíben los actos de puestas de primeras piedras, de inauguración o similares, de inicio de construcción de obra financiada, total

parcialment, amb fons públics per part de persones amb càrrecs electes o alts càrrecs.

11. Queda prohibida la confusió i la coincidència de les campanyes institucionals amb les campanyes electorals autonòmiques.

12. Es prohibeix la publicitat institucional que tinga com a finalitat destacar els èxits en la gestió o els objectius aconseguits pels subjectes sotmesos a la llei.

13. Es prohibeix la publicitat institucional que tinga com a única finalitat la creació, difusió o millora de la notorietat i la imatge de les institucions governamentals i de les administracions públiques, que no estiga vinculada a un dret, servei o activitat concrets.

14. Es prohibeix la publicitat institucional relacionada amb competències alienes.

15. Es prohibeix la publicitat subliminal, entesa com aquella que, mitjançant tècniques de producció d'estímuls d'intensitats frontereres amb els llindars dels sentits o anàlogues, pugua actuar sobre el públic destinatari sense ser percebuda conscientment.

16. La publicitat institucional està sotmesa a les prohibicions establertes en la legislació estatal.

Article 6. Determinació dels mitjans de difusió

1. La distribució de la publicitat institucional s'ajustarà a criteris objectius, respectarà els principis d'eficàcia, eficiència, equitat i objectivitat i es realitzarà en mitjans de difusió amb estructura interna i externa de mitjà de comunicació que, a més, es caracteritzen per l'elaboració de continguts informatius amb criteris periodístics.

2. A l'efecte de la realització dels principis assenyalats en l'apartat anterior, per a la determinació dels mitjans de difusió es tindran en compte com a criteris prioritaris l'audiència, en primer lloc, i la implantació territorial i social, en segon lloc. A més, es podran valorar les característiques dels destinataris de la publicitat, la llengua predominant de l'àmbit lingüístic i altres criteris anàlegs que contribuïsquen a la consecució òptima dels fins contemplats en aquesta llei.

3. Quan la publicitat tinga caràcter general i siga inserida en mitjans de comunicació de difusió general, es farà amb proporcionalitat a les audiències en el cas dels mitjans audiovisuals o persones lectores en el cas de mitjans escrits, i utilitzarà per a la determinació criteris independents i objectius com ara l'EGM, el CPM, l'OJD, Comscore i la resta de mesuradors independents.

4. Les institucions i les administracions públiques subjectes a aquesta llei no podran abonar en cap cas per les insercions de publicitat institucional preus abusius que no guarden relació amb els preus de mercat.

5. La inserció de publicitat institucional ha de realitzar-se valorant el respecte dels mitjans per l'entorn ambiental.

6. Quan la tipologia de l'anunci que s'ha de difondre implique com a destinatari un sector de la població específic, cal aplicar els criteris de difusió més adequats a la seua distribució amb la justificació corresponent.

7. Queda prohibida la discriminació de mitjans de comunicació per la seua línia editorial o qualsevol altra consideració.

8. En tot cas i al marge de la quantia del contracte, la contractació mai podrà realitzar-se de manera directa.

9. Les xarxes socials amb perfils oficials seran, necessàriament, uns dels canals per a difondre el missatge institucional.

Article 7. Limitació de la publicitat mitjançant patrocini

No podrà realitzar-se publicitat institucional mitjançant la modalitat de patrocini quan el patrocinat, l'activitat patrocinada o altres patrocinadors de la mateixa activitat vulneren els principis informadors de l'article 4 d'aquest text legal o qualsevol altra norma prevista en aquesta llei.

Article 8. Llengua

1. Els textos de la publicitat institucional utilitzaran preferentment el valencià, d'acord amb els principis de la normativa sobre l'ús i ensenyament del valencià i l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana, llevat dels àmbits de predomini lingüístic castellà, en què es farà preferentment en castellà.

2. La publicitat institucional podrà dur-se a terme en altres llengües no oficials quan així ho requerisca el seu objecte.

o parcialmente, con fondos públicos por parte de personas con cargos electos o altos cargos.

11. Queda prohibida la confusión y coincidencia de las campañas institucionales con las campañas electorales autonómicas.

12. Se prohíbe la publicidad institucional que tenga como finalidad destacar los éxitos en la gestión o los objetivos conseguidos por los sujetos sometidos a la ley.

13. Se prohíbe la publicidad institucional que tenga como única finalidad la creación, difusión o mejora de la notoriedad e imagen de las instituciones gubernamentales y de las administraciones públicas, que no esté vinculada a un derecho, servicio o actividad concretos.

14. Se prohíbe la publicidad institucional relacionada con competencias ajenas.

15. Se prohíbe la publicidad subliminal, entendiéndose por tal la que, mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades rayanas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

16. La publicidad institucional está sometida a las prohibiciones establecidas en la legislación estatal.

Artículo 6. Determinación de los medios de difusión

1. La distribución de la publicidad institucional se ajustará a criterios objetivos, respetará los principios de eficacia, eficiencia, equidad y objetividad y se realizará en medios de difusión con estructura interna y externa de medio de comunicación que, además, se caractericen por la elaboración de contenidos informativos con criterios periodísticos.

2. En orden a la realización de los principios señalados en el apartado anterior, para la determinación de los medios de difusión se tendrán en cuenta como criterios prioritarios la audiencia, en primer lugar, y la implantación territorial y social, en segundo lugar. Además, se podrán valorar las características de los destinatarios de la publicidad, la lengua predominante del ámbito lingüístico y otros criterios análogos que contribuyan a la consecución óptima de los fines previstos en esta ley.

3. Cuando la publicidad tenga carácter general y sea insertada en medios de comunicación de difusión general, se hará con proporcionalidad a las audiencias en el caso de los medios audiovisuales o personas lectoras en el caso de medios escritos, utilizando para su determinación criterios independientes y objetivos como el EGM, el CPM, el OJD, Comscore y demás medidores independientes.

4. Las instituciones y administraciones públicas sujetos a esta ley no podrán abonar en ningún caso por las inserciones de publicidad institucional precios abusivos que no guarden relación con los precios de mercado.

5. La inserción de publicidad institucional debe realizarse valorando el respeto de los medios por el entorno ambiental.

6. Cuando la tipología del anuncio a difundir implique como destinatario un sector de la población específico, hay que aplicar los criterios de difusión más adecuados a su distribución con la correspondiente justificación.

7. Queda prohibida la discriminación de medios de comunicación por su línea editorial o cualquier otra consideración.

8. En todo caso y al margen de la cuantía del contrato, la contratación nunca podrá realizarse de manera directa.

9. Las redes sociales con perfiles oficiales serán, necesariamente, unos de los canales para difundir el mensaje institucional.

Artículo 7. Limitación de la publicidad mediante patrocinio

No podrá realizarse publicidad institucional mediante la modalidad de patrocinio cuando el patrocinado, la actividad patrocinada u otros patrocinadores de la misma actividad vulneren los principios informadores del artículo 4 del presente texto legal o cualquier otra norma prevista en la presente ley.

Artículo 8. Lengua

1. Los textos de la publicidad institucional utilizarán preferentemente el valenciano, de acuerdo con los principios de la normativa sobre el uso y enseñanza del valenciano y el Estatuto de autonomía de la Comunitat Valenciana, excepto en los ámbitos de predominio lingüístico castellano, en los que se hará preferentemente en castellano.

2. La publicidad institucional podrá llevarse a cabo en otras lenguas no oficiales cuando así lo requiera su objeto.

Article 9. Contractació

1. Els contractes relatius a la publicitat institucional es regeixen per la legislació de contractes del sector públic i per la resta de disposicions que els siguen d'aplicació i han de respectar els principis d'igualtat, lliure concurrència, publicitat, objectivitat, eficàcia i eficiència.

2. Queda prohibit el pagament en paradisos fiscals i la contractació d'empreses que en facen ús.

Article 10. Temporalitat

1. La publicitat institucional no podrà dur-se a terme fins que no estiga finalitzada l'obra o el servei publicitat no estiga en funcionament. La publicitat tindrà mer caràcter informatiu del servei que es preste o de l'ús de l'obra, els drets de persones usuàries, els horaris, les normes de convivència o qualsevol informació imprescindible per a donar a conèixer a la ciutadania la seua existència i les normes d'ús.

2. Les obres licitades amb càrrec als pressuposts públics comptaran durant la realització de l'obra amb una única tanca informativa on es relatarà succintament què s'està construint, el cost de l'obra, l'empresa adjudicatària, la data d'inici i la data de finalització.

Una vegada finalitzada l'obra o s'estiga prestant el servei, la tanca es retirarà de manera immediata.

3. No està permès col·locar anuncis d'obres futures ni abans del començament de l'obra.

4. En el cas que l'obra siga paralitzada, el servei es deixi de prestar o se'n retire el finançament, la publicitat serà retirada immediatament i, prèviament, s'informarà del motiu pel qual es deixa de prestar el servei.

Article 11. Període electoral

1. Amb l'objectiu de no influir en la intenció de vot de la ciutadania, la publicitat objecte d'aquesta llei no pot dur-se a terme en el període comprés entre el dia en què es fa pública oficialment la data de convocatòria de les eleccions autonòmiques i el dia en què se celebren.

2. Allò que hi ha disposat en el punt 1 no és aplicable a les activitats publicitàries relacionades amb la difusió del procés electoral i el foment de l'exercici del dret a vot, tampoc a les activitats publicitàries imprescindibles per a anunciar mesures de prevenció de riscos, d'ordre o de seguretat públics o d'evitació o reparació de danys que afecten les persones, la seua salut o els seus béns, i al medi natural.

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

4. L'apartat anterior també serà aplicable en el cas que la Generalitat realitze una campanya institucional per a promoure la participació o informar sobre les eleccions municipals o ens locals supramunicipals.

TÍTOL II **Garanties i drets dels ciutadans**

Article 12. Dret de cessació i rectificació

Les persones físiques o jurídiques que ostenten un dret o interès legítim, com també les corporacions, les associacions, els sindicats, els grups i els ens que resulten afectats o estiguen legalment habilitats per a la defensa dels drets i els interessos legítims col·lectius, ostenten el dret a sol·licitar la cessació immediata o la rectificació d'aquelles campanyes que incompliquen alguna de les previsions contingudes en aquesta llei.

Article 13. Procediment de la sol·licitud de cessació o rectificació

1. Sense perjudici dels recursos previstos en l'ordenament jurídic, les persones físiques o jurídiques que ostenten el dret al qual es refereix l'article anterior podran sol·licitar la cessació immediata o la rectificació d'aquelles campanyes que incompliquen alguna de les previsions contingudes en els articles 4, 5, 6 i 8.

Artículo 9. Contratación

1. Los contratos relativos a la publicidad institucional se rigen por la legislación de contratos del sector público y por el resto de disposiciones que les sean de aplicación, respetando los principios de igualdad, libre concurrencia, publicidad, objetividad, eficacia y eficiencia.

2. Queda prohibido el pago en paraísos fiscales y la contratación de empresas que hagan uso de estos.

Artículo 10. Temporalidad

1. La publicidad institucional no podrá llevarse a cabo hasta que no esté finalizada la obra o el servicio publicitado no esté en funcionamiento. La publicidad tendrá mero carácter informativo del servicio que se preste o del uso de la obra, los derechos de personas usuarias, horarios, normas de convivencia o cualquier información imprescindible para dar a conocer a la ciudadanía su existencia y normas de uso.

2. Las obras licitadas con cargo a los presupuestos públicos contarán durante la realización de la obra con una única valla informativa donde se relatará sucintamente qué se está construyendo, el coste de la obra, la empresa adjudicataria, la fecha de inicio y fecha de finalización.

Una vez finalizada la obra o se esté prestando el servicio, la valla será retirada de manera inmediata.

3. No está permitido colocar anuncios de obras futuras ni antes del comienzo de la obra.

4. Caso de que la obra fuera paralizada, el servicio se dejara de prestar o se retirara la financiación, la publicidad será inmediatamente retirada informando previamente del motivo por el que se deja de prestar el servicio.

Artículo 11. Período electoral

1. Con el objetivo de no influir en la intención de voto de la ciudadanía, la publicidad objeto de la presente ley no puede llevarse a cabo en el período comprendido entre el día en el que se hace pública oficialmente la fecha de convocatoria de las elecciones autonómicas y el día en el que se celebren las mismas.

2. Lo dispuesto en el punto 1 no es aplicable a las actividades publicitarias relacionadas con la difusión del proceso electoral y el fomento del ejercicio del derecho a voto, tampoco a las actividades publicitarias imprescindibles para anunciar medidas de prevención de riesgo, de orden o de seguridad públicas o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

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

4. El apartado anterior también será aplicable en el caso de que la Generalitat realice una campaña institucional para promover la participación o informar sobre las elecciones municipales o entes locales supramunicipales.

TÍTULO II **Garantías y derechos de los ciudadanos**

Artículo 12. Derecho de cese y rectificación

Las personas físicas o jurídicas que ostenten un derecho o interés legítimo, así como las corporaciones, asociaciones, sindicatos, grupos y entes que resulten afectados o estén legalmente habilitados para la defensa de los derechos e intereses legítimos colectivos, ostentan el derecho a solicitar el cese inmediato o la rectificación de aquellas campañas que incumplan alguna de las previsions contenidas en esta ley.

Artículo 13. Procedimiento de la solicitud de cese o rectificación

1. Sin perjuicio de los recursos previstos en el ordenamiento jurídico, las personas físicas o jurídicas que ostenten el derecho al que se refiere el artículo anterior podrán solicitar el cese inmediato o la rectificación de aquellas campañas que incumplan alguna de las previsions contenidas en los artículos 4, 5, 6 y 8.

2. La sol·licitud de cessació o rectificació es dirigirà al titular de l'organisme o l'ens públic responsable de la publicitat objecte de l'inici del procediment.

3. La sol·licitud es resoldrà i notificarà en el termini màxim de sis dies. La resolució tindrà caràcter executiu i finalitzarà la via administrativa. Si la resolució estimara la sol·licitud de cessació, l'òrgan responsable de la promoció de la campanya procedirà immediatament en aquest sentit. Si la resolució estimara una sol·licitud de rectificació, l'òrgan anunciant haurà de procedir a la rectificació dins dels set dies següents a la notificació de la resolució.

4. En cas de no resoldre's la sol·licitud en el termini establert en l'apartat anterior, aquesta s'entendrà desestimada i les persones interessades podran interposar els recursos que resulten procedents.

5. Els terminis als quals es refereix aquest article es computaran des del moment en què la sol·licitud tinga entrada en el registre de l'òrgan competent per a resoldre-la.

Article 14. Informació periòdica a les Corts

L'òrgan del Consell responsable de la publicitat institucional compareixerà anualment davant les Corts per a presentar l'informe anual relatiu al compliment i el contingut d'aquesta llei.

DISPOSICIONS ADDICIONALS

Primera. Publicacions periòdiques

Les administracions, els organismes i la resta d'ens compresos en l'àmbit subjectiu definit en l'article 3 d'aquesta llei que realitzen edició directa de publicacions periòdiques hauran d'atendre als principis informadors de la publicitat institucional continguts en l'article 4 d'aquesta llei en tot allò que els siga d'aplicació.

Segona. Autoedició d'obres

L'autoedició d'obres en qualsevol suport per part de les administracions, els organismes i la resta d'ens a què es refereix l'article 3 d'aquesta llei es reduirà als supòsits d'interès divulgatiu, com també cultural o científic, relacionats amb les competències pròpies d'aquells.

Tercera. Exclusió de mitjans de comunicació amb publicitat de comerç sexual o foment de la prostitució

A partir de l'entrada en vigor d'aquesta llei, la contractació objecte d'aquesta no es podrà fer en mitjans de comunicació que continguin anuncis de comerç sexual o de foment de la prostitució.

DISPOSICIONS FINALS

Primera. Inici de la vigència

Aquesta llei entrarà en vigor en el termini de quinze dies des que es publique en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Segona. Desenvolupament reglamentari

El Consell dictarà el desenvolupament reglamentari d'aquesta llei en el termini de tres mesos.

DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA

Queden derogades les disposicions del mateix rang o inferior que contravenen el que hi ha disposat en aquesta llei i amb caràcter exprés la Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional de la Comunitat Valenciana.

Per tant, ordene que tots els ciutadans i totes les ciutadanes, tribunals, autoritats i poders públics als quals pertoque, observen i facen complir aquesta llei.

València, 24 de maig de 2018

El president de la Generalitat,
XIMO PUIG I FERRER

2. La solicitud de cese o rectificación se dirigirá al titular del organismo o ente público responsable de la publicidad objeto del inicio del procedimiento.

3. La solicitud se resolverá y notificará en el plazo máximo de seis días. La resolución tendrá carácter ejecutivo y finalizará la vía administrativa. Si la resolución estimara la solicitud de cese, el órgano responsable de la promoción de la campaña procederá inmediatamente en este sentido. Si la resolución estimara una solicitud de rectificación, el órgano anunciante deberá rectificar dentro de los siete días siguientes a la notificación de la resolución.

4. En caso de no resolverse la solicitud en el plazo establecido en el apartado anterior, esta se entenderá desestimada y las personas interesadas podrán interponer los recursos que resulten procedentes.

5. Los plazos a los que se refiere este artículo se computarán desde el momento en que la solicitud entre en el registro del órgano competente para resolverla.

Artículo 14. Información periódica a Les Corts

El órgano del Consell responsable de la publicidad institucional comparecerá anualmente ante Les Corts para presentar el informe anual relativo al cumplimiento y contenido de la presente ley.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera. Publicaciones periódicas

Las administraciones, organismos y resto de entes comprendidos en el ámbito subjetivo definido en el artículo 3 de la presente ley que realicen edición directa de publicaciones periódicas deberán atender a los principios informadores de la publicidad institucional contenidos en el artículo 4 de la presente ley en todo lo que les sea de aplicación.

Segunda. Autoedición de obras

La autoedición de obras en cualquier soporte por parte de las administraciones, los organismos y demás entes a los que se refiere el artículo 3 de esta ley se reducirá a los supuestos de interés divulgativo, así como cultural o científico, relacionados con las competencias propias de aquellos.

Tercera. Exclusión de medios de comunicación con publicidad de comercio sexual o fomento de la prostitución

A partir de la entrada en vigor de la presente ley, la contratación objeto de la misma no se podrá hacer en medios de comunicación que contengan anuncios de comercio sexual o de fomento de la prostitución.

DISPOSICIONES FINALES

Primera. Inicio de la vigencia

Esta ley entrará en vigor en el plazo de quince días desde su publicación en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Segunda. Desarrollo reglamentario

El Consell dictará el desarrollo reglamentario de la presente ley en el plazo de tres meses.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas las disposiciones del mismo rango o inferior que contravengan lo dispuesto en esta ley y con carácter expreso la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de publicidad institucional de la Comunitat Valenciana.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos y todas las ciudadanas, tribunales, autoridades y poderes públicos a los que corresponda, observen y hagan cumplir esta ley.

València, 24 de mayo de 2018

El president de la Generalitat,
XIMO PUIG I FERRER