

Versión vigente: 23.04.2022 -

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.

(DOGV núm. 8304 de 28.05.2018) Ref. 005255/2018

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:

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 diferenciación de la publicidad institucional respecto a la publicidad 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 enunciado. 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 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, 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. ¹

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 histórico y cultural.

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

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 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.

¹ La letra g) del apartado 1 del artículo 2 se modifica por el artículo 57 de la **Ley 3/2020, de 30 de diciembre**, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat 2021 (DOGV núm. 8987 de 31.12.2020) Ref. Base Datos 010710/2020.

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 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, implícita 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 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 y soportes que, siendo respetuosos con el medio ambiente, se estimen los más adecuados en cada momento para poder llegar al público objetivo destinatario del mensaje e información de la campaña o comunicación. ²

² El apartado 1 del artículo 6 se modifica por el artículo 28 de la **Ley 9/2019, de 23 de diciembre**, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat. (DOGV núm. 8707 de 30.12.2019) Ref. Base Datos 011336/2019.

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. A todos los efectos, la contratación no puede realizarse de manera directa con el medio. Los contratos que incidan en la difusión internacional y nacional de la Comunitat Valenciana en los supuestos de publicidad institucional previstos en los apartados a), k) y m) del artículo 2.1, así como los referidos a la publicidad vinculada a fondo europeos, podrán realizarse directamente, previa elaboración de una memoria en la cual se expondrán las acciones e impactos previstos. ³

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.

Artículo 9. Contratación

1. Los contratos relativos a la publicidad institucional se rigen por la legislación de contratos del sector público, y se adjudicarán mediante cualquiera de los procedimientos y de acuerdo con los principios previstos en esta, y por el resto de disposiciones que les sean de aplicación. ⁴

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,

³ El apartado 8 del artículo 6 se modifica por el artículo 4 del **Decreto ley 1/2022, de 22 de abril**, del Consell, de medidas urgentes en respuesta a la emergencia energética y económica originada en la Comunidad Valenciana por la guerra en Ucrania. (DOGV núm. 9323 de 22.04.2022) Ref. Base Datos 003456/2022.

⁴ El apartado 1 del artículo 9 se modifica por el artículo 57 de la **Ley 3/2020, de 30 de diciembre**.

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 ⁵

1. La realización de publicidad institucional en el período electoral se ajustará a lo dispuesto por la legislación electoral.

2. 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 que se publica en el DOGV el decreto del President de disolución de les Corts y convocatoria de las elecciones autonómicas y el día en que se celebren las mismas.

3. Lo dispuesto en el punto 2 no es aplicable a las actividades publicitarias relacionadas con la difusión del proceso electoral, ni las que afecten a la actividad ordinaria de la administración de acuerdo con lo establecido en la normativa electoral, ni a las actividades publicitarias imprescindibles para anunciar medidas de prevención de riesgo, de orden o de seguridad públicos o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

4. En las campañas institucionales para informar sobre las elecciones autonómicas, no pueden utilizarse eslóganes, simbología o elementos publicitarios claramente identificables con un partido político, federaciones de partidos políticos, coaliciones y agrupaciones de electores. Lo dispuesto en este apartado también será aplicable en el caso de que la Generalitat realice una campaña institucional para informar sobre las elecciones municipales o a entes locales supramunicipales.

Asimismo, las entidades políticas concurrentes a las elecciones tampoco pueden utilizar durante la campaña electoral eslóganes, simbología o elementos publicitarios identificables con las campañas institucionales.

5. Lo dispuesto en el punto 2 no es aplicable al artículo 2.1.m de la presente ley.

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 previsiones 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 previsiones contenidas en los artículos 4, 5, 6 y 8.

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

⁵ El artículo 11 se modifica por el artículo 57 de la **Ley 3/2020, de 30 de diciembre**.

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.

Cuarta. Exclusión de medios de comunicación con publicidad de apuestas y otras modalidades de juego accesible a personas menores de edad ⁶

1. A partir de la entrada en vigor de esta ley, la contratación objeto de esta no se podrá hacer en medios de comunicación que cuenten con comunicaciones comerciales accesibles por personas menores de edad por parte de operadores con licencia general de apuestas o singular de las diferentes modalidades de apuestas, licencia general de otros juegos o licencias singulares de máquinas de azar, blackjack, bingo, punto y banca, póquer, ruleta o juegos complementarios. Se entenderán como comunicaciones accesibles por personas menores de edad:

a) Aquellas que se realicen en servicios de comunicación audiovisuales televisivos y radiofónicos entre las 6 y las 22, o fuera de esta franja si se realizan durante o junto a programas dirigidos de manera específica o primordial a personas menores de edad o de entretenimiento familiar.

b) Aquellas que se realicen en las publicaciones de libros, revistas, folletos, diarios (impresos o en formato digital), cubiertas exteriores, portada, contraportada, secciones infantiles o juveniles, o junto a pasatiempos.

c) Aquellas que se realicen en publicaciones impresas o digitales de información deportiva o de cariz infantil o juvenil

2. El órgano directivo competente en materia de publicidad institucional remitirá a la Comisión de Juego un informe anual sobre la aplicación de esta disposición, que será hecho público a través de la página web de la comisión.

⁶ La disposición adicional cuarta se modifica por la disposición adicional tercera de la **Ley 1/2020, de 11 de junio**, de la Generalitat, de regulación del juego y de prevención de la ludopatía en la Comunitat Valenciana (DOGV núm. 8834 de 15.06.2020) Ref. Base Datos 004404/2020.

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

ANÁLISIS JURÍDICO

Esta disposición afecta a:

DEROGA A :

- **LEY 7/2003, de 20 de marzo, de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana. [2003/3635] (DOGV núm. 4468 de 27.03.2003) Ref. Base Datos 1403/2003**

Esta disposición está afectada por:

MODIFICADA POR:

- **LEY 27/2018, de 27 de diciembre, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat. [2018/12241] (DOGV núm. 8453 de 28.12.2018) Ref. Base Datos 011731/2018**
- **LEY 9/2019, de 23 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat. [2019/12433] (DOGV núm. 8707 de 30.12.2019) Ref. Base Datos 011336/2019**
- **LEY 1/2020, de 11 de junio, de la Generalitat, de regulación del juego y de prevención de la ludopatía en la Comunitat Valenciana. [2020/4472] (DOGV núm. 8834 de 15.06.2020) Ref. Base Datos 004404/2020**
- **LEY 3/2020, de 30 de diciembre, de la Generalitat, de medidas fiscales, de gestión administrativa y financiera y de organización de la Generalitat 2021. [2020/11362] (DOGV núm. 8987 de 31.12.2020) Ref. Base Datos 010710/2020**
- **DECRETO LEY 1/2022, de 22 de abril, del Consell, de medidas urgentes en respuesta a la emergencia energética y económica originada en la Comunidad Valenciana por la guerra en Ucrania. [2022/3502] (DOGV núm. 9323 de 22.04.2022) Ref. Base Datos 003456/2022**