

CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

CONSEJERÍA DE HACIENDA, EMPLEO Y COMERCIO

631. ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE FECHA 3 DE SEPTIEMBRE DE 2020, RELATIVA A LA APROBACIÓN DEL PLAN DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CAM PARA EL AÑO 2021.

El Consejo de Gobierno, en sesión ejecutiva Extraordinaria celebrada el día 3 de septiembre de 2020, una vez terminados los asuntos contenidos en el Orden del Día y previa su declaración de urgencia, adoptó, entre otros, el siguiente acuerdo:

Tercero.- APROBACIÓN DEL PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CAM PARA EL AÑO 2021.-El Consejo de Gobierno acuerda aprobar Propuesta de la Consejería de Hacienda, Empleo y Comercio, que literalmente dice:

La Ciudad Autónoma de Melilla, como Administración Pública, es sujeto emisor de publicidad institucional entendida como aquella que, a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio, con consignación presupuestaria de alguna de las distintas administraciones públicas (Estado, Autonómica, Local) tiene fundamentalmente los siguientes objetivos:

- Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas; e informar a los ciudadanos sobre sus derechos y obligaciones legales.
- Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad y fomentar comportamientos de los ciudadanos en relación con bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de naturaleza análoga.
- Difundir las actividades, proyectos ejecutados y resultados obtenidos, respecto de los servicios prestados por cada Administración pública en el ámbito de sus atribuciones y competencias, constituyendo un instrumento útil para el desarrollo del territorio al que va dirigida.
- La sensibilización de los ciudadanos, fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social, la salud pública, y los valores de libertad, democracia y el pluralismo político.

El artículo 1 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

Por otro lado, las distintas Comunidades Autónomas, en el ejercicio de la capacidad legislativa otorgada a sus respectivos parlamentos, y en desarrollo de sus competencias transferidas en sus Estatutos de Autonomía han legislado sus propias leyes, y los reglamentos de desarrollo de las mismas.

El Estatuto de Autonomía de Melilla, en su artículo 22 le otorga a la Ciudad, la ejecución de la Legislación del Estado en prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación social, sin que le haya sido transferida la competencia sobre la publicidad en general y sobre la publicidad institucional.

La Constitución Española, en su artículo 149, establece, que el derecho estatal será, en todo caso, supletorio del derecho de las Comunidades Autónomas.

A tenor de lo anterior, ante la ausencia de normativa específica por parte del Estado para las dos Ciudades Autonómicas, y la falta de posibilidad de la Ciudad Autónoma de Melilla, de legislar sobre la materia, es susceptible de aplicarse con carácter supletorio la normativa estatal, es decir, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

En este sentido la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de referencia para nuestra Ciudad en virtud de lo establecido en los artículos 22 y 30 de nuestro Estatuto de Autonomía, señala los objetivos que deben cumplir las campañas publicitarias, siendo algunos de dichos objetivos aplicables a nuestra publicidad institucional, tales como:

- a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales (y en nuestro caso, los consagrados en nuestro Estatuto de Autonomía).
- b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas (entendiéndose como tales las que formen parte de la Ciudad Autónoma) y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- c) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.
- d) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- e) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.
- f) Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.
- g) Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.
- h) Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural.
- i) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

Por ello, el cumplimiento de dichos objetivos debe ser recogido en un Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, definido como tal en el artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que contemple, además, los Organismos Autónomos y Sociedades Mercantiles.