

Isabel Gil Rosiña

Portavoz de la Junta de Extremadura
y Relaciones Institucionales

2015

AGENDA DEL CAMBIO

Informe nº 2: Compromiso Nº 6: Publicidad Institucional



JUNTA DE EXTREMADURA

**Informe inicial sobre el Compromiso número 6, de la AGENDA DEL CAMBIO para Extremadura:
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL**



Índice

- I. Contexto global de la medida**
 - A.1).- Antecedentes legislativos**
 - B.1).- Agenda del Cambio en Extremadura: Mejor Democracia**

- II. Propuesta de Plan de trabajo: Hoja de Ruta**

- III. Calendarización de las acciones realizadas**

I. CONTEXTO GLOBAL DE LA MEDIDA

A.1).- Antecedentes legislativos

Ley 6/1996 de 26 de septiembre, reguladora de la publicidad institucional de Extremadura

El presidente de la Junta de Extremadura, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, la Administración autonómica aprueba esta normativa, publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el 19 de noviembre de 1996, debido a las “presiones” de IU y PP.

En aquel momento el PSOE había perdido la mayoría absoluta. Cuando Juan Carlos Rodríguez Ibarra recupera la mayoría absoluta (en el año 1999) decide derogarla en el año 2003 con el compromiso de crear otra norma más apropiada. Finalmente no fue presentada.

Esta ley establecía que la adjudicación publicitaria de la Administración debía ajustarse a los principios de libre competencia y evitar situaciones que pudieran afectar al pluralismo informativo. Así en el artículo 2 de la misma se indica que los contratos de publicidad debían garantizar la libre concurrencia y el principio de igualdad.

Decreto 77/2006 de 2 de mayo de creación de la Comisión General de Comunicación y Publicidad

Este decreto fue firmado por la consejera portavoz de la Junta de Extremadura, María Dolores Pallero, bajo la presidencia de Juan Carlos Rodríguez Ibarra. Por el mismo se crea la Comisión General de Comunicación y Publicidad como órgano colegiado con carácter consultivo, participativo y de coordinación de la Comunidad Autónoma de Extremadura en materia de Comunicación y Publicidad.

Este decreto se basaba en la Ley estatal 29/2005 de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional.

Ley 8/2013 de 27 de diciembre de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura

En la exposición de motivos de este texto se indica que busca recuperar el espíritu de la derogada Ley 6/1996 de 26 de septiembre. Incluye la creación de una Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura que se encargará a su vez de elaborar un plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Esta Comisión se ha reunido en dos ocasiones y se creó por decreto 216/2014 de 23 de septiembre. La primera reunión fue el 1 de diciembre de 2014 y la segunda el 16 de marzo de 2015. Sin embargo, esta Comisión no obedece a los criterios fijados en la Ley 8/2013 de 27 de diciembre de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura dado que el Gobierno anterior modificó esta norma con la Ley 2/2014 de 18 de febrero de Medidas Financieras y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Así la modificación se establece en la disposición final segunda y el punto clave es la modificación del artículo 10.5 relativo a la composición de la “Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura”.

La redacción antigua indica que la Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura estará compuesta por dos representantes de la Junta de Extremadura, un representante de la Federación Extremeña de Municipios y Provincias, un representante por cada Grupo Parlamentario de la Asamblea, un representante de la UEx, dos representantes de los Consumidores y Usuarios de Extremadura y un representante por cada una de las Asociaciones de la prensa de Extremadura.

Este artículo se anula y la redacción actual queda de la siguiente manera: Reglamentariamente se determinará la composición, la organización y el funcionamiento de la Comisión”.

De este modo la Comisión se creó por decreto 216/2014 de 23 de septiembre con la modificación incluida en Ley2/2014 de 18 de febrero de Medidas Financieras y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura y no según lo acordado en la Ley 8/2013 de diciembre de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura que fue aprobada en la Cámara regional por unanimidad de todos los grupos.

La propia modificación incluida en la Ley 8/2013 de diciembre de la Comunidad y Publicidad Institucional de Extremadura en virtud de la Ley 2/2014 de Medidas Financieras y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura establece por tanto que reglamentariamente se determinará la composición, la organización y el funcionamiento de la Comisión.

En este marco se encuadra la decisión del presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, de crear una Comisión de Expertos que fije los ítems a tener en cuenta en la Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional de Extremadura para el reparto de la publicidad institucional.

B.1).- Agenda del Cambio en Extremadura: Mejor Democracia

En el marco de la propuesta de gobierno de la [Agenda del Cambio](#), comprometida por el Presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, se establece en su primer capítulo “Mejor Democracia”, un total de 11 medidas que tienen que ver directamente con mejorar la democracia, la participación CIUDADANA e incorporar nuevos modelos relacionales, que desde escenarios democráticos, refuercen el diálogo y la construcción de lo público junto a las organizaciones de la sociedad civil, en este caso la **medida número 6: Publicidad Institucional**.

La publicidad institucional debe ser distribuida con criterios objetivos y transparentes. De este modo se creará una Comisión de Expertos con experiencia profesional acreditada que fijará los ítems a tener en cuenta a la hora de distribuir la publicidad institucional con criterios objetivos.



II. PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO: TIEMPOS Y FECHAS CLAVES

Primera Fase

- En la primera fase la Portavoz y Responsable de Relaciones Institucionales de la Junta de Extremadura, Isabel Gil Rosiña, está manteniendo reuniones de trabajo con los directores de los medios de comunicación de la región.

Así, se han celebrado ya entrevistas con los responsables de Ser Extremadura, COPE Extremadura, Región Digital, Digital Extremadura, el diario HOY, el Periódico Extremadura y Onda Cero. Durante los próximos días se continuará manteniendo encuentros de trabajo el resto de directores de medios de comunicación.

La Portavocía de la Junta de Extremadura está trabajando en esta primera fase en la búsqueda de los perfiles idóneos para la creación de la Comisión de Expertos, organismo que se encargará de fijar los ítems a tener en cuenta a la hora de distribuir la publicidad institucional con criterios objetivos.

Segunda Fase

- Una vez se haya completado la ronda de reuniones individuales con los directores de los medios de comunicación, se celebrará en la segunda semana de septiembre un encuentro conjunto con estos responsables al que también asistirá el presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara.
- Tras la selección de las personas que componen la Comisión de Expertos se fijó la reunión de éstos para los días 28 y 29 de septiembre.

Tercera Fase

- El 28 de septiembre de 2015 se realizó la presentación ante de los medios de comunicación de la Comisión de Expertos, organismo compuesto por la presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Elsa González; las periodistas extremeñas María Jesús Almeida y Ángeles Luaces; el presidente de la Asociación de Agencias de Medios, Gerardo Mariñas; Antonio Rodríguez de las Heras y Juan Pedro Molina Cañabate, catedrático y profesor, respectivamente, de la Universidad Carlos III, y Soledad Ruano, profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Extremadura.

La presentación de la Comisión de Expertos contó con la presencia del presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara; y la portavoz del Ejecutivo autonómico y responsable de Relaciones Institucionales, Isabel Gil Rosiña, quien atendió a los medios de comunicación para explicar la finalidad de este organismo.

- Los días 28 y 29 de septiembre la Comisión de Expertos trabajó en la sede de la Presidencia de la Junta de Extremadura y elaboró un documento con los ítems a tener en cuenta para el reparto de la publicidad institucional del Ejecutivo autonómico.
- Una vez fijados los ítems por la Comisión de Expertos la portavoz y responsable de Relaciones Institucionales de la Junta de Extremadura deberá depurar la información para poder trasladarla a la ciudadanía y a los medios de comunicación.

- Depurado el informe elaborado por la Comisión de Expertos el presidente de la Junta de Extremadura, Guillermo Fernández Vara, dará traslado del mismo a los medios de comunicación. Está previsto que se traslade esta información en la rueda de prensa del Consejo de Gobierno del día 9 de octubre de 2015.

