

DECISIÓN 17/2016 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE APRUEBAN LOS CRITERIOS INTERPRETATIVOS E INDICADORES SOBRE REGULACIÓN DE LA PUBLICACIÓN INSTITUCIONAL.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) debe velar para que la publicidad institucional que se desarrolla a través de los medios de comunicación sujetos a su ámbito de competencia respeten los objetivos y prohibiciones que estable la legislación. Tiene la facultad de requerir el cese de aquellas comunicaciones que no respeten la normativa. De no hacerlo, los prestadores del servicio pueden incurrir en una infracción grave, que la legislación audiovisual sanciona con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para servicios de comunicación audiovisual televisiva.


En la comunidad autónoma andaluza, la publicidad institucional se rige por la Ley 6/2005, de 8 de abril, que regula la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía (Ley 6/2005) y por las prohibiciones establecidas, con carácter básico, en el artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional que, entre otras cuestiones, establece limitaciones y prohibiciones vinculadas al contenido de los mensajes.

La principal controversia que suscita la publicidad institucional es su posible utilización como instrumento propagandístico o electoralista del gobierno y del partido o de los partidos que lo sustentan, posibilidad que ha intentado resolver la legislación estatal al prohibir las campañas o anuncios que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por la entidad pública. La valoración, el juicio y la información de carácter político tienen sus propios cauces y no deben mezclarse con la actividad comunicativa que, ordenada y orientada a la difusión de un mensaje común, emprende la Administración para dar a conocer a la población los servicios que presta y las actividades que desarrolla, facilitarles el ejercicio de sus derechos y promover el cumplimiento de sus deberes. La publicidad y comunicación institucional deben estar al estricto servicio de las necesidades e intereses de la ciudadanía, desligando la opinión política de la información veraz y neutral sobre las políticas públicas y garantizando el buen uso de los fondos públicos.

2.- El Consejo Audiovisual de Andalucía ha efectuado, desde 2011, más de veinte requerimientos de cese de anuncios y campañas promovidos por Administraciones públicas que no respetaban los límites y prohibiciones exigidos. El 5% de los expedientes abiertos por el Consejo se han originado como consecuencia de la difusión televisiva de campañas institucionales que promovían logros de gestión, si bien todas las actuaciones se concentran entre los años 2013 y 2015.

Se ha intervenido aplicando en todo momento los criterios interpretativos adoptados en la Comisión de Contenidos y Publicidad del Consejo sobre la forma y condiciones en las que se han de producir las emisiones de publicidad institucional; precisando y aclarando la regulación, de acuerdo a la jurisprudencia que se ha ido generando en nuestro país en relación a este asunto. La aprobación por parte del Pleno de estos criterios e indicadores persigue otorgar una



Código Seguro De Verificación:	awOxNTLcAfzW9SWj+7E4iw==	Fecha	20/05/2016		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/awOxNTLcAfzW9SWj+7E4iw==	Página	1/2		

mayor seguridad jurídica a los prestadores de servicios audiovisuales, anunciantes y administraciones públicas que desarrollan campañas publicitarias de carácter institucional.

Teniendo en cuenta lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, adopta en su sesión ordinaria celebrada el 18 de mayo de 2016 la siguiente


DECISIÓN

Aprobar los *Criterios interpretativos e indicadores sobre regulación de la publicación institucional* con el propósito de contribuir a que la actividad publicitaria de las Administraciones públicas se desarrolle de acuerdo a los objetivos, límites y prohibiciones establecidos en la Ley 6/2005, de 8 de abril, que regula esta actividad en Andalucía, y en el artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico.

En Sevilla, a 18 de mayo de 2016
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código Seguro De Verificación:	awOxNTLcAfzW9SWj+7E4iw==	Fecha	20/05/2016		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/awOxNTLcAfzW9SWj+7E4iw==	Página	2/2		