

I. Disposicions generals

CAP DE L'ESTAT

21524 *LLEI 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional.* («BOE» 312, de 30-12-2005.)

JUAN CARLOS I

REI D'ESPANYA

A tots els qui vegeu i entengueu aquesta Llei.
Sapiguen: que les Corts Generals han aprovat la Llei següent i jo la sanciono.

EXPOSICIÓ DE MOTIUS

L'article 97 de la Constitució atribueix al Govern funcions polítiques i executives, un binomi que té el seu reflex en tota acció de govern i que es projecta, també, sobre la relació comunicativa que en un sistema democràtic existeix entre governants i governats.

El Govern és, indubtablement, subjecte i objecte d'informació i valoració política; però, com a responsable últim de l'Administració General de l'Estat i per raó, precisament, de la funció executiva que constitucionalment se li encomana, és emissor d'una sèrie de missatges dirigits als ciutadans que s'engloben sota la denominació genèrica de campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

La dualitat entre la naturalesa política i executiva de l'acció governamental s'ha de mantenir en esferes comunicatives separades. La valoració, el judici i la informació de caràcter polític tenen els seus propis cursos i no s'han de barrejar amb l'activitat comunicativa que, ordenada i orientada a la difusió d'un missatge comú, emprèn l'Administració per donar a conèixer als ciutadans els serveis que ofereix i les activitats que porta a terme. Ha de ser un principi fonamental de l'activitat comunicativa del Govern, a través de campanyes institucionals, deslligar l'opinió política de la informació veraç i neutral sobre les seves polítiques públiques. La publicitat i comunicació institucional han d'estar a l'estricta servei de les necessitats i interessos dels ciutadans, han de facilitar l'exercici dels seus drets i promoure el compliment dels seus deures, i no han de perseguir objectius inadequats al bon ús dels fons públics.

L'eficàcia en l'acció comunicativa dels poders públics a la societat contemporània requereix, a més, que aquelles solucions que ja ha fet seves la societat de la informació s'habilitin com a part dels recursos informatius de les administracions públiques i s'incorporin les tècniques que permeten difondre amb eficiència missatges d'interès per als ciutadans i els col·lectius en què s'integren. El propòsit de la Llei és que tota la informació arribi a tots els ciutadans. Per a això, s'ordena la utilització de mitjans, suports o formats que, d'una banda, assegurin l'accés a la informació de les persones amb discapacitat i, d'una

altra, atenent criteris objectius, garanteixin millor la difusió dels missatges.

La Llei regula el contingut dels missatges difosos a través de campanyes de publicitat i de comunicació, disposa garanties amb relació a les que incompleixin els seus manaments i estableix mecanismes de planificació, coordinació i control de l'activitat de publicitat i de comunicació institucional que porta a terme l'Administració General de l'Estat.

Així mateix, la Llei té com a objectius prioritaris garantir la utilitat pública, la professionalització, la transparència i la lleialtat institucional en el desenvolupament de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

La utilitat pública com a objectiu d'aquestes campanyes implica l'eradicació de les que tinguin com a finalitat exaltar la labor del Govern. Es garanteix així que les campanyes serveixin als seus destinataris legítims, que són els ciutadans, i no a qui les promou. A més, la Llei atorga prioritat a aquest objectiu ampliant el nombre de receptors potencials incorporant previsions tendents a garantir l'accessibilitat de les persones amb discapacitat i edat avançada als continguts de la publicitat institucional que es realitzin i es difonguin en suport audiovisual i la pluralitat lingüística de les campanyes.

El segon objectiu passa per professionalitzar la planificació, execució i avaluació de les campanyes, per assegurar el màxim aprofitament dels recursos públics.

Amb el tercer objectiu s'enforteix la transparència de les campanyes, mitjançant l'habilitació de fórmules que donin a conèixer totes les activitats de publicitat i de comunicació que prevegi portar a terme l'Administració General de l'Estat, incloses les de les entitats que li estan adscrites.

Finalment, el quart objectiu implica vetllar per la lleialtat institucional; amb aquest fi, es prohibeixen les campanyes destinades a desacreditar l'activitat d'altres administracions en l'ús legítim de les seves competències.

Tenint en compte la durada en què es desenvolupen habitualment les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació, l'eficàcia de la garantia dels interessos i drets dels ciutadans necessita un sistema àgil de control. Amb aquest fi s'articula un procediment administratiu de caràcter especial i sumari que permet als ciutadans sol·licitar la cessació o la rectificació de l'activitat contrària a les prohibicions disposades per la Llei. S'atribueix a una comissió de publicitat i comunicació institucional, adscrita al Ministeri de la Presidència, la competència per conèixer d'aquest tipus de sol·licituds.

La realització de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació ha de respondre als principis d'eficàcia, transparència, austeritat i eficiència, per a la qual cosa es creen fórmules orgàniques i d'actuació administrativa que assegurin la coordinació entre els diferents departaments ministerials. S'ordena, en fi, l'elaboració d'un informe anual en el qual s'han d'incloure totes les campanyes contractades per l'Administració General de l'Estat i la relació dels adjudicataris dels contractes formalitzats, que s'ha de remetre a les Corts Generals.

CAPÍTOL I

Disposicions generals**Article 1. Objecte i àmbit de la Llei.**

1. Aquesta Llei estableix el règim jurídic de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació promogudes o contractades per l'Administració General de l'Estat i per les altres entitats integrants del sector públic estatal, enumerades a l'article 2.1 de la Llei 47/2003, de 26 de novembre, general pressupostària.

2. Aquesta Llei no és aplicable a les campanyes de caràcter industrial, comercial o mercantil que desenvolupin els subjectes enumerats a l'apartat anterior en el compliment dels fins que els són propis.

3. Queden exclosos de l'aplicació d'aquesta Llei totes les disposicions normatives, resolucions i actes administratius o judicials i altra informació sobre les actuacions públiques que s'hagin de publicar o difondre per mitjà legal.

Article 2. Definició de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

Als efectes d'aquesta Llei, es considera:

a) campanya institucional de publicitat, tota activitat orientada i ordenada a la difusió d'un missatge o objectiu comú, dirigida a una pluralitat de destinataris, que utilitzi un suport publicitari pagat o cedit i sigui promoguda o contractada per algun dels subjectes enunciats a l'article 1.

b) campanya institucional de comunicació, la que, utilitzant formes de comunicació diferents de les estrictament publicitàries, sigui contractada per algun dels subjectes enunciats a l'article 1 per difondre un missatge o objectiu comú a una pluralitat de destinataris.

Article 3. Requisits de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

1. Només es poden promoure o contractar campanyes institucionals de publicitat i de comunicació quan tinguin algun dels objectius següents:

a) Promoure la difusió i coneixement dels valors i principis constitucionals.

b) Informar els ciutadans dels seus drets i obligacions legals, d'aspectes rellevants del funcionament de les institucions públiques i de les condicions d'accés i ús dels espais i serveis públics.

c) Informar els ciutadans sobre l'existència de processos electorals i consultes populars.

d) Difondre el contingut de les disposicions jurídiques que, per la seva novetat i repercussió social, requereixin mesures complementàries per al seu coneixement general.

e) Difondre ofertes d'ocupació pública que per la seva importància i interès així ho aconsellin.

f) Advertir de l'adopció de mesures d'ordre o seguretat públiques quan afectin una pluralitat de destinataris.

g) Anunciar mesures preventives de riscos o que contribueixin a l'eliminació de danys de qualsevol naturalesa per a la salut de les persones o el patrimoni natural.

h) Donar suport a sectors econòmics espanyols a l'exterior, promoure la comercialització de productes espanyols i atreure inversions estrangeres.

i) Difondre les llengües i el patrimoni històric i natural d'Espanya.

j) Comunicar programes i actuacions públiques de rellevància i interès social.

2. Les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació s'han de portar a terme exclusivament quan hi concorrin raons d'interès públic i en l'exercici de competències pròpies.

3. Les campanyes institucionals contribueixen a fomentar la igualtat entre homes i dones i han de respectar la diversitat social i cultural present a la societat.

4. Les campanyes institucionals s'han d'ajustar sempre a les exigències derivades dels principis d'interès general, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia, responsabilitat, eficiència i austeritat en la despesa.

Article 4. Prohibicions.

1. No es poden promoure o contractar campanyes institucionals de publicitat i de comunicació:

a) Que tinguin com a finalitat destacar els èxits de gestió o els objectius aconseguits pels subjectes esmentats a l'article 1 d'aquesta Llei.

b) Que manifestament menyscabin, obstaculitzin o pertorbin les polítiques públiques o qualsevol actuació legítimament realitzada per un altre poder públic en l'exercici de les seves competències.

c) Que incloguin missatges discriminatoris, sexistes o contraris als principis, valors i drets constitucionals.

d) Que incitin, de forma directa o indirecta, a la violència o a comportaments contraris a l'ordenament jurídic.

2. Els missatges o la presentació de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació no poden induir a confusió amb els símbols, idees, expressions, dissenys o imatges utilitzats per qualsevol formació política o organització social.

3. No es poden difondre campanyes institucionals de publicitat que no s'identifiquin clarament com a tals i que no incloguin la menció expressa de l'Administració o entitat promotora o contractant.

Article 5. Accessibilitat a les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació.

S'ha de procurar l'accés més complet a la informació a les persones amb qualsevol tipus de discapacitat.

Article 6. Foment de suports respectuosos amb el medi ambient.

S'ha d'atorgar preferència als suports que, sense minvar l'eficàcia de la campanya, siguin més respectuosos amb el medi ambient.

Article 7. Garanties.

1. Sense perjudici de les vies de recurs que preveu l'ordenament, qualsevol persona física o jurídica afectada en els seus drets o interessos legítims pot sol·licitar la cessació immediata o la rectificació de les campanyes que incorrin en alguna de les prohibicions que conté aquesta Llei.

A més, ho poden sol·licitar, sense necessitat d'acreditar un dret o interès legítim, les entitats jurídiques que tinguin per objecte o finalitat vetllar pel respecte dels valors i principis consagrats per aquesta Llei.

2. Els interessats poden sol·licitar la cessació o rectificació davant la Comissió de publicitat i comunicació institucional per raó de la infracció dels articles 3.2 i 4. La cessació pot ser sol·licitada des del començament fins a la fi de l'activitat publicitària. La rectificació es pot sol·licitar des de l'inici de l'activitat publicitària fins a set dies després que hagi finalitzat.

3. La Comissió de publicitat i comunicació institucional ha de d'emetre resolució en un termini màxim de sis dies. La resolució, que és executiva, posa fi a la via administrativa. Si la resolució estima la sol·licitud de cessació, l'òrgan anunciant ha de procedir immediatament a l'esmentada cessació. Si la resolució estima una sol·licitud de rectificació, l'òrgan anunciant ha de procedir a la rectifica-

ció dins dels set dies següents de dictada la resolució esmentada.

4. Com a mesura cautelar, a petició de l'interessat, la Comissió pot ordenar la suspensió provisional de la campanya, sempre que s'apreciïn indicis d'infracció manifesta dels articles 3.2 i 4. El termini màxim per resoldre la suspensió provisional és de tres dies.

5. Durant el curs del procediment, la Comissió de publicitat i comunicació institucional pot recollir de les entitats afectades tota la informació que consideri necessària per emetre resolució.

Article 8. *Contractes.*

1. Els contractes vinculats a les campanyes que regula aquesta Llei s'han d'adjudicar d'acord amb la seva normativa aplicable, respectant estrictament els principis de publicitat i concurrència, i atenent sempre criteris objectius com ara el cost econòmic i l'eficàcia prevista del pla de mitjans. Aquests mateixos criteris objectius han de ser observats pels contractistes en els casos de subcontractació.

2. El Consell de Ministres ha d'aprovar, amb el dictamen previ del Consell d'Estat, els plecs de clàusules generals per a les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació de l'Administració General de l'Estat i altres entitats estatals afectades per aquesta Llei.

Article 9. *Llengües.*

En les campanyes institucionals s'utilitza el castellà i, a més, atenent l'àmbit territorial de difusió, les llengües cooficials de les comunitats autònomes respectant la legislació de la respectiva comunitat autònoma sobre ús de llengües oficials.

Si és necessari, per raó de la finalitat de les activitats esmentades o el seu àmbit de difusió, es poden utilitzar llengües estrangeres.

Article 10. *Processos electorals i de referèndum.*

Les campanyes institucionals regulades en aquesta Llei i realitzades durant un procés electoral o de referèndum s'han de subjectar, a més, a la normativa especial prevista a la Llei orgànica 5/1985, de 19 de juny, del règim electoral general, i a la Llei orgànica 2/1980, de 18 de gener, sobre regulació de les diferents modalitats de referèndum.

Sense perjudici del que preveu el paràgraf anterior, els poders públics i les entitats a què es refereix l'article 1 d'aquesta Llei, s'han d'abstenir de realitzar campanyes institucionals en període electoral, entenent com a tal el lapse temporal comprès entre la convocatòria d'eleccions i el mateix dia de la votació, amb les excepcions següents:

a) Les expressament previstes en la normativa electoral en relació amb la informació als ciutadans sobre la inscripció a les llistes del cens electoral o les altres previstes a l'article 50.1 de la LOREG.

b) Les que puguin ser imprescindibles per a la salvaguarda de l'interès públic o per al desenvolupament correcte dels serveis públics.

CAPÍTOL II

Planificació i execució de les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació

Article 11. *Comissió de publicitat i de comunicació institucional.*

Per a la planificació, assistència tècnica, avaluació i coordinació de les activitats de publicitat i de comunica-

ció de l'Administració General de l'Estat es crea la Comissió de publicitat i comunicació institucional.

La Comissió, adscrita al Ministeri de la Presidència, inclou representants de tots els departaments ministerials amb rang, almenys, de subdirector general. Així mateix, s'hi poden integrar representants de les entitats públiques enumerades en els paràgrafs b) a h) de l'article 2.1 de la Llei 47/2003, de 26 de novembre, general pressupostària, en els termes i supòsits que es determinin per reglament.

En el si de la Comissió s'ha de crear un Comitè de recursos encarregat de resoldre les reclamacions a què es refereix l'article 7.

Per reglament s'ha de determinar la composició, organització i funcionament de la Comissió.

Article 12. *Pla anual de publicitat i comunicació institucional.*

La Comissió de publicitat i comunicació institucional ha d'elaborar anualment, a partir de les propostes rebudes de tots els ministeris, un pla de publicitat i comunicació en què s'han d'incloure totes les campanyes institucionals que prevegi desenvolupar l'Administració General de l'Estat, incloses les de les entitats que hi estan adscrites.

En el pla s'han d'especificar, almenys, les indicacions necessàries sobre l'objectiu de cada campanya, el cost previsible, el període d'execució, les eines de comunicació utilitzades, el sentit dels missatges, els seus destinataris i els organismes i entitats afectades.

El Pla anual de publicitat i comunicació institucional l'ha d'aprovar el Consell de Ministres.

Article 13. *Campanyes no previstes en el pla anual.*

Excepcionalment i quan, per motius sobrevinguts, s'hagin de realitzar campanyes institucionals de publicitat i de comunicació no previstes en el Pla anual de publicitat i comunicació institucional, l'entitat que promogui o controli la campanya ho ha de comunicar, en els termes que es determinin per reglament, a la Comissió de publicitat i comunicació institucional. Aquestes campanyes s'han d'ajustar en tots els casos al que disposa aquesta Llei.

Article 14. *Informe anual de publicitat i comunicació.*

El Govern ha d'elaborar un informe anual de publicitat i de comunicació en el qual s'inclouin totes les campanyes institucionals que preveu aquesta Llei, el seu import, els adjudicataris dels contractes signats i, en el cas de les campanyes publicitàries, els plans de mitjans corresponents.

Aquest informe s'ha de remetre a les Corts Generals en el primer període de sessions de cada any i s'ha de posar a disposició de totes les organitzacions professionals del sector.

Article 15. *Imatge institucional de l'Administració General de l'Estat.*

Les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació s'han d'adaptar a les disposicions reguladores de la imatge institucional de l'Administració General de l'Estat que els siguin aplicables.

Disposició addicional única.

En l'elaboració dels plecs de clàusules generals per a les campanyes institucionals de publicitat i de comunicació s'ha de donar audiència preceptiva a les associacions dels sectors afectats.

Disposició derogatòria única. *Derogació normativa.*

Queden derogades totes les disposicions del mateix rang o inferior que s'oposin al que disposa aquesta Llei o ho contradiguin.

Disposició final primera. *Desplegament reglamentari.*

El Govern ha de dictar en el termini de sis mesos les normes reglamentàries que siguin necessàries per al desplegament d'aquesta Llei.

En la seva elaboració s'ha de donar audiència al Consell Nacional de la Discapacitat.

Disposició final segona.

L'article 4 d'aquesta Llei té el caràcter de legislació bàsica en virtut del que preveu l'article 149.1.18a de la Constitució espanyola.

Per tant,

Mano a tots els espanyols, particulars i autoritats, que compleixin aquesta Llei i que la facin complir.

JUAN CARLOS R.

El president del Govern,
JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO

CAP DE L'ESTAT

21525 *LLEI 30/2005, de 29 de desembre, de pressupostos generals de l'Estat per a l'any 2006. («BOE» 312, de 30-12-2005.)*

JUAN CARLOS I

REI D'ESPANYA

A tots els qui vegeu i entengueu aquesta Llei,
Sapigueu: que les Corts Generals han aprovat la Llei següent i jo la sanciono.

PREÀMBUL

I

Els pressupostos generals de l'Estat fonamenten el seu marc normatiu bàsic en la nostra Carta Magna, Constitució espanyola de 27 de desembre de 1978, així com en la Llei general pressupostària i en la Llei general d'estabilitat pressupostària.

El Tribunal Constitucional ha anat precisant el contingut possible de la Llei anual de pressupostos generals de l'Estat i ha manifestat que hi ha un contingut necessari que està constituït per la determinació de la previsió d'ingressos i l'autorització de despeses que poden fer l'Estat i els ens que hi estan vinculats o que en depenen en l'exercici de què es tracti. Juntament amb aquest contingut necessari, hi ha la possibilitat que s'hi afegeixi un contingut eventual, tot i que estrictament limitat a les matèries o qüestions que tinguin una relació directa amb les previsions d'ingressos, les habilitacions de despesa o els criteris de política econòmica general, que siguin complement necessari per a una interpretació més fàcil i una execució més eficaç dels pressupostos generals de l'Estat i de la política econòmica del Govern.

D'altra banda, el Tribunal Constitucional assenyala que el criteri de temporalitat no és determinant de la

constitucionalitat o no d'una norma des de la perspectiva de la seva inclusió en una llei de pressupostos. Per això, tot i que la llei de pressupostos es pot qualificar com una norma essencialment temporal, no hi ha res que impedeixi que accidentalment puguin formar part de la llei preceptes de caràcter plurianual o indefinit.

A més, en matèria tributària l'apartat 7 de l'article 134 de la Constitució disposa que la llei de pressupostos no pot crear tributs, tot i que sí que els pot modificar quan una llei tributària substantiva així ho prevegi.

Les matèries que quedin al marge d'aquestes previsions són matèries alienes a la llei de pressupostos generals de l'Estat. D'aquesta manera, el contingut de la llei està constitucionalment delimitat —a diferència del que passa amb les altres lleis, el contingut de les quals és, en principi, il·limitat— dins l'àmbit competencial de l'Estat i amb les exclusions pròpies de la matèria reservada a llei orgànica.

Consegüentment, la Llei de pressupostos generals de l'Estat per al 2006 regula únicament, juntament amb el seu contingut necessari, les disposicions que respecten la doctrina del Tribunal Constitucional sobre el contingut eventual.

Aquests pressupostos generals de l'Estat elaborats en el marc de la Llei 47/2003, de 26 de novembre, general pressupostària, persisteixen en l'objectiu d'aconseguir més racionalització en el procés pressupostari a través de la confluència de les millores introduïdes quant a sistematització, en la mesura que es procedeix a l'ordenació econòmica i financera del sector públic estatal i a la sistematització de les seves normes de comptabilitat i control, quant a eficàcia i eficiència, i s'estableix un sistema de gestió per objectius, que disminueix la rigidesa en l'execució dels crèdits pressupostaris i consagra el principi de responsabilitat dels centres gestors en l'execució.

El compliment d'aquests principis es fa de manera compatible amb la continuïtat en l'orientació de la política econòmica, encaminada a impulsar un model de creixement, dins el marc d'estabilitat pressupostària, amb el doble objectiu, en primer lloc, de contribuir a l'augment de la productivitat de l'economia espanyola i, d'altra banda, de reforçar la despesa social en determinades àrees.

La Llei de pressupostos per al 2006 consolida la reorientació de la despesa cap a programes per a l'impuls de la productivitat, que es manifesta a través de tres tipus de mesures: la inversió pública en infraestructures, l'esforç en recerca, desenvolupament i innovació tecnològica, així com en l'àmbit de l'educació, en què és destacable l'ampliació de les beques en tots els nivells. En definitiva es tracta d'incrementar el capital públic i contribuir a augmentar el potencial de creixement de l'economia espanyola.

Aquesta Llei també reflecteix el caràcter social que el Govern dona a la seva política econòmica, a través del desenvolupament de mesures que permeten la millora del benestar i de la cohesió social, i que assegurin que els beneficis del creixement arriben a tots els ciutadans. En aquest sentit, l'increment previst del fons de pensions finançat amb el superàvit de la Seguretat Social és una garantia de sostenibilitat del sistema públic de pensions, en la línia marcada per l'anomenat Pacte de Toledo. D'altra banda, es consolida el procés de separació de fonts de finançament del sistema de Seguretat Social amb un important increment de l'aportació estatal als complements per a les pensions mínimes no contributives. Finalment, una de les mesures socials més destacades és el considerable augment que registra la política d'habitatge, amb la finalitat de garantir el dret de tots els ciutadans a accedir a un habitatge digne.

El president del Govern de la Nació va presentar davant la II Conferència de Presidents una sèrie de mesu-