

**Legislació consolidada**

**Versió vigent: 23.04.2022 -**

**Llei 12/2018, de 24 de maig, de la Generalitat, de publicitat institucional per a l'interés ciutadà i la concepció col·lectiva de les infraestructures públiques.**

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

Sia notori i manifest a tots els ciutadans i totes les ciutadanes que les Corts han aprovat i jo, d'acord amb el que estableixen la Constitució i l'Estatut d'Autonomia, en nom del rei, promulgue la llei següent:

**PREÀMBUL**

Fins ara, les campanyes de publicitat institucional promogudes pels poders públics han suposat un cost elevat per a la ciutadana i, de vegades amb diners públics, han estat utilitzades com a instruments propagandístics del partit polític que ha sustentat els distints governs.

La Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional de la Comunitat Valenciana, presenta dues grans llacunes legals: d'una banda, no prohibeix expressament la realització de qualsevol campanya institucional en el període que hi ha entre la convocatòria d'eleccions i la seua celebració i, d'altra banda, omet qualsevol referència a la necessària diferenciació de la publicitat institucional respecte a la publicitat política partidista, mitjançant la prohibició d'utilitzar elements clarament identificables amb un partit polític. Aquestes llacunes han estat corregides per les distintes juntes electorals que han posat límit a pràctiques indesitjables.

A més, la Llei 7/2003 esmentada s'ha revelat clarament insuficient per a garantir el bon ús d'aquesta ferramenta de comunicació i publicitat pública. Així, creava un òrgan de control que mai va ser constituït, la qual cosa va buidar encara més de contingut el pobre enunciat. Amb caràcter posterior a la seua aprovació, va ser sancionada la reforma de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana mitjançant la Llei orgànica 1/2006, de 10 d'abril, que en l'article 49, punt 29, atribueix a la nostra autonomia la competència exclusiva en matèria de publicitat, sense perjudici de les normes dictades per l'Estat per a sectors i mitjans específics.

Quant a la normativa estatal, la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional, delimita l'objecte de la comunicació institucional i estableix l'àmbit del seu desenvolupament amb l'enunciació dels possibles continguts i missatges objecte de difusió. La normativa estatal enuncia els principis que han de regir el contingut de l'activitat comunicativa, que, en tot cas, ha de servir amb objectivitat els interessos generals, amb sotmetiment als principis d'eficiència, veracitat i racionalitat en l'assignació dels recursos econòmics; vetlar per la lleialtat institucional, impeding que qüestionen l'activitat d'altres institucions, entitats o persones, i promoure conductes, suports i missatges que asseguren l'accés a la informació a tota la ciutadania, fomentant el respecte al medi ambient, les polítiques d'igualtat, el principi de no-discriminació, la solució pacífica i dialogada de conflictes, el respecte a la diversitat sexual i la resta de valors constitucionals compartits per la comunitat.

Per tant, és necessari abordar una reforma de la llei autonòmica, actualitzant-la a la realitat actual del nostre territori i al marc legislatiu vigent i donant solució als buits legislatius autonòmics existents.

Aquesta llei desenvolupa profusament els principis que han de regir la publicitat institucional i, en especial, l'obligació pública de vetlar pels drets de les persones destinatàries i pel respecte de l'ètica publicitària.

D'aquesta manera s'eliminen despeses en publicitat que no aporten res a la ciutadania i suposen un elevat cost econòmic, com «la creació, difusió o millora de la notorietat i imatge de les institucions governamentals i de les administracions públiques», pràctiques que amb l'entrada en vigor d'aquesta llei quedaran vetades amb la finalitat que cap partit pugua instrumentalitzar per als seus interessos aquesta ferramenta de difusió sufragada amb diners públics de la col·lectivitat.

Igualment la Generalitat, com a principal anunciant públic de la Comunitat Valenciana, ha d'evitar la possible discriminació en el repartiment de la publicitat entre els diferents mitjans i suports, establint els criteris que han de seguir-se per a l'adjudicació, basant-se en els principis d'eficàcia, eficiència i objectivitat, mitjançant l'establiment d'uns criteris objectius com són els de difusió, audiència, abast i penetració.

Al mateix temps, la llei assumeix els objectius del Pacte valencià contra la violència de gènere i masclista, de setembre de 2017, que recull les conclusions de la Subcomissió sobre l'Eradicació de la Violència de Gènere de les Corts i l'Informe del Síndic de Greuges sobre l'atenció i la protecció a les víctimes, de juny de 2017, subscrit per les institucions valencianes, les organitzacions polítiques i sindicals, la societat civil —especialment per aquelles organitzacions vinculades als moviments feministes— i amb un suport ampli de la ciutadania. En aquest sentit, la llei incorpora mecanismes d'exclusió en la contractació dins de l'àmbit competencial propi d'aquelles empreses i mitjans de comunicació que continguen anuncis de comerç sexual o fomenten la prostitució, atès que la prohibició de la publicitat de la prostitució és competència exclusiva de l'Estat segons el dictamen del Consell d'Estat de març de 2011.

Igualment queda vetada la possibilitat d'aprofitar els instruments públics per a fer propaganda del càrrec o la institució. Amb el mateix objectiu es prohibeix qualsevol campanya o acte institucional que es duga a terme no sols durant el període oficial de campanya electoral, sinó des del moment en què es fa pública la data de la convocatòria electoral.

Aquesta llei prohibeix actes d'inauguració o posades de primeres pedres que suposen un ús partidista de promoció personal o de partit a costa de les infraestructures o els serveis que per definició són col·lectius i estan sufragats amb diners públics. D'aquesta manera la inauguració serà el primer ús que es done per part dels ciutadans i ciutadanes al servei o la infraestructura de nova creació o construcció. Evitant aquesta pràctica es pretén evitar la projecció d'infraestructures o serveis en funció de la rendibilitat electoral i centrar les decisions sobre noves infraestructures o serveis en la seua utilitat pública, a més suposa un important estalvi dins dels paràmetres de bon govern.

En definitiva, aquesta llei pretén que aquesta ferramenta de comunicació siga utilitzada en interès exclusiu de la ciutadania, que sufraga les campanyes amb els seus impostos.

## TÍTOL I

### Normes i principis rectors de la publicitat institucional

#### **Article 1. Objecte de la llei**

1. És objecte d'aquesta llei regular la publicitat institucional entesa com l'activitat publicitària promoguda per les administracions i les institucions públiques de la Generalitat, com també per les empreses i els organismes que en depenen, i definir i garantir l'ús de la publicitat institucional exclusivament en benefici de la ciutadania, perquè siga informada dels seus drets i dels serveis públics concrets a què pot accedir, sota la concepció ciutadana col·lectiva i no partidista de les infraestructures i els serveis públics. També és objecte de la llei que la publicitat institucional servisca per a informar la ciutadania de les seues responsabilitats legals, cíviques i socials o per a requerir un determinat comportament en funció d'un concret bé jurídic que cal protegir.

2. Aquesta llei té per objecte garantir que la gestió comunicativa pública de la implantació de nous serveis o la posada en marxa de noves infraestructures públiques no estiga al servei d'interessos personals o partidistes.

3. Aquesta llei té per objecte garantir la comunicació i la publicitat institucional com un dret de la ciutadania i un deure de les institucions.

4. Aquesta llei garanteix la transparència, garantia d'una major accessibilitat a la ciutadania i la preservació de la lleialtat institucional i la pluralitat de mitjans.

5. La distribució de la publicitat institucional haurà d'efectuar-se amb criteris objectius, evitant la discrecionalitat i promovent l'accés dels mitjans de comunicació de proximitat, inclosos els mitjans comunitaris.

## Article 2. Definicions

1. És publicitat institucional la promoguda per les administracions públiques i realitzada per a:

a) Promoure valors i conductes que consoliden la democràcia, la llibertat, la convivència, la igualtat i la solidaritat.

b) Informar la ciutadania dels seus drets i les seues obligacions i dels serveis, les activitats i els programes de què puga fer ús.

c) Fomentar actituds i comportaments cívics en la ciutadania amb relació a béns o serveis públics de caràcter educatiu, cultural, social, sanitari, de foment de l'ocupació i d'altres de naturalesa equivalent.

d) Difondre informació sobre els drets i els deures de la ciutadania i els serveis, activitats i programes dels quals es pot beneficiar.

e) Anunciar mesures de prevenció de riscos, d'ordre o seguretat pública o d'evitació o reparació de danys que afecten les persones, la seua salut o els seus béns, i el medi natural.

f) Anunciar mesures en cas de situacions d'emergència o catàstrofe, i també les accions que han de dur a terme les persones afectades per a protegir-se'n.

g) Difondre els processos electorals. <sup>1</sup>

h) Difondre el contingut de les disposicions jurídiques que, per la seua novetat o repercussió social, s'aconsella que siguen conegudes generalment.

i) Difondre ofertes d'ocupació pública.

j) Difondre actituds cíviques en benefici de la col·lectivitat i els valors de convivència i solidaritat entre els ciutadans i les ciutadanes.

k) Contribuir a la difusió i la millora de la Comunitat Valenciana i del seu patrimoni històric i cultural.

l) La promoció dels propis valors, imatge o senyes d'identitat del territori o la població de l'administració anunciant.

m) Donar suport als sectors econòmics valencians, mitjançant la promoció de la comercialització de productes valencians, especialment a l'exterior de la Comunitat Valenciana, i d'accions que impulsen la nostra Comunitat com a destinació turística.

2. En tot cas, no es considera publicitat institucional la realitzada en el tràmit de qualsevol expedient administratiu.

3. Les campanyes institucionals i les publicacions institucionals es desenvoluparan exclusivament quan concórreguen raons d'interès ciutadà públic i en l'exercici de competències pròpies.

## Article 3. Àmbit subjectiu

1. Aquesta llei obliga:

a) Les Corts Valencianes i la resta d'institucions previstes en l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana.

b) L'administració de la Generalitat, els organismes autònoms, les institucions, les empreses i la resta d'entitats integrants del sector públic autonòmic, d'acord amb el que hi ha disposat en l'article de la Llei 1/2015, de 6 de febrer, de la Generalitat, d'hisenda pública, del sector públic instrumental i de subvencions.

c) Les entitats autònomes de la Generalitat de caràcter administratiu.

d) Les entitats locals de l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.

e) Els organismes i les entitats autònomes de caràcter administratiu, dotades de personalitat jurídica pròpia, dependents de les entitats locals de la Comunitat Valenciana.

f) Qualsevol organisme, entitat, empresa, fundació o associació que haja estat fundada, creada o constituïda amb fons públics totalment o majoritàriament.

2. Qualsevol campanya de publicitat o publicació institucional sufragada, totalment o parcialment, amb diners públic i que no siga emesa per les persones jurídiques referides en el punt primer d'aquest article també haurà de complir amb el que hi ha disposat en aquesta llei.

<sup>1</sup> La lletra g) de l'apartat 1 de l'article 2 es modifica per l'article 57 de la **Llei 3/2020, de 30 de desembre**, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat 2021 (DOGV núm. 8987 de 31.12.2020) Ref. Base de dades 010710/2020.

3. Als efectes d'aquesta llei, tindran consideració de persones amb alts càrrecs i hi estan afectades, a més de les persones amb càrrec electe per sufragi directe o indirecte, les persones següents:

a) Les persones membres del Consell, les persones titulars de les secretaries autonòmiques, subsecretaries, direccions generals i altres alts càrrecs que tenen el rang de direcció general en el sector públic, càrrecs de designació directa i el personal eventual.

b) La persona titular de la presidència, la direcció general, la gerència o càrrecs assimilats, en organismes autònoms o entitats de dret públic que depenen de la Generalitat i de qualsevol tipus d'entitats creades amb més d'un 30 per cent de capital públic.

c) Les persones elegides per a ser membres de les institucions estatutàries.

d) Les presidentes o els presidents, les conselleres delegades o els consellers delegats de societats mercantils en què el capital siga, totalment o parcialment, de titularitat de la Generalitat, ja siguin nomenats pel Consell o pels òrgans de govern d'aquelles societats.

e) Les directores o els directors generals, gerents o llocs assimilats de fundacions del sector públic de la Generalitat o en què la Generalitat tinga participació.

f) Així mateix, els titulars de qualsevol altre lloc, siga quina siga la denominació, el nomenament dels quals l'efectue el Consell.

#### **Article 4. Principis informadors**

1. La publicitat institucional ha de tenir com a finalitat donar a conèixer els drets i els serveis a la ciutadania, a més de responsabilitats cíviques i obligacions legals de la ciutadania o alertes per emergències, complint amb el deure d'informació pública.

2. Les campanyes institucionals s'ajustaran sempre als principis d'interès ciutadà, lleialtat institucional, veracitat, transparència, eficàcia, responsabilitat i eficiència.

3. La publicitat institucional ha de quedar clarament desmarcada de la propaganda dels partits polítics, tant en el fons com en l'estètica utilitzada.

4. La publicitat institucional ha de ser clarament identificable.

5. Els anuncis institucionals han de ser clars i complets. La publicitat institucional no ha de conduir a conclusions errònies, ni per ambigüïtat, inexactitud, omissió o altres circumstàncies. En el cas que la publicitat o la publicació institucional utilitze persones que realitzen recomanacions o donen testimoni, aquests han de respondre a la veritat, tant pel que fa a la persona com pel que afecta al contingut, plantejant per tant casos reals o informant, si escau, que es tracta d'una dramatització.

6. La publicitat institucional no ha d'incitar, directament o indirectament, a la violència ni a comportaments antisocials, ni ha de suggerir avantatges en les actituds de violència. Tampoc pot oferir arguments que s'aprofiten de la por, el temor o les supersticions de les persones destinatàries, ni promoure pràctiques perilloses.

7. La publicitat institucional ha de respectar els drets a l'honor, la intimitat i la imatge pròpia. En la publicitat institucional no ha de denigrar-se, implícitament o explícitament, cap persona o col·lectiu social, religió, pensament o ideologia democràtica.

8. Les campanyes institucionals contribuiran a fomentar la igualtat entre dones i homes i respectaran la diversitat social, cultural, ètnica, de pensament, d'identitat o orientació sexual present en la societat.

9. Les campanyes institucionals contribuiran a la protecció de la infància i l'adolescència.

10. La publicitat institucional destinada a segments de població especialment sensibles com xiquets i adolescents ha de ser extremadament acurada. No ha d'explotar-se la inseguretat o immaduresa de les persones, la credulitat natural de xiquets i xiquetes, ni tampoc ha d'abusar-se del seu sentit de lleialtat.

11. La publicitat institucional ha de fomentar el respecte al medi ambient i la sostenibilitat. Els mitjans i els suports que utilitzen les comunicacions institucionals han de correspondre's amb aquest criteri i han de servir d'exemple per al conjunt de la població.

12. Totes les dades difoses en la publicitat institucional han de ser rellevants i comprovables i no poden donar lloc a error. Totes les comparacions han de ser objectives i verificables. No pot crear-se confusió ni mescla de missatges.

13. Les campanyes institucionals de comunicació i publicitat tindran caràcter inclusiu i no discriminatori, respectant el dret de totes les persones a ser-ne destinatàries. Amb aquesta finalitat hauran de garantir mesures d'accessibilitat audiovisual a la informació subministrada.

### Article 5. Prohibicions

1. Es prohibeix la comunicació publicitària institucional partidista.
2. Es prohibeix la utilització de la publicitat institucional com a element de propaganda personal de persones amb càrrecs públics o grups institucionals. En aquest sentit, es prohibeixen les comunicacions finançades, directament o indirectament, amb fons públics dels governs institucionals.
3. Es prohibeixen els actes públics d'entrega de claus de béns immobles o similars per part de persones amb càrrecs electes o amb alts càrrecs del govern. Aquestes entregues les realitzarà, en tot cas, el personal funcionari competent sense fer-ne una escenificació pública.
4. Es prohibeix obligar la ciutadania a l'assistència a actes públics per a ser beneficiària de qualsevol entrega de bé, parcialment o totalment, finançat amb diners públics o qualsevol tipus de contracte, nomenament, subvenció o beca.
5. Es prohibeix assolir acords amb mitjans de difusió per a promocionar la imatge dels càrrecs i les administracions públiques.
6. Es prohibeix el finançament de mitjans de difusió privats, directament o indirectament, a través de la contractació del mitjà per a la seua difusió o d'inserció de publicitat institucional. La contractació de qualsevol mitjà es realitzarà sota els criteris establerts en aquesta llei i les lleis de contractació vigents.
7. Tota la publicitat institucional estarà lliure de cap identificació partidista. Queden prohibits els punts de similitud amb la publicitat que porte a terme qualsevol partit polític per a la imatge pròpia o la captació d'afiliació.
8. Es prohibeix l'organització de qualsevol acte d'inauguració, o similars, d'obra acabada o servei per part de persones amb càrrecs electes o alts càrrecs, finançats amb fons públics parcialment o totalment, directament o indirectament. Aquesta prohibició inclourà els viatges en cabina de conductor de càrrecs electes o alts càrrecs respecte de les infraestructures de transport públic col·lectiu.
9. Es prohibeix l'organització de qualsevol obra o acte d'instal·lació de placa commemorativa o similar que faça referència a persones amb càrrecs electes o alts càrrecs que hagen participat en la decisió de la construcció o la posada en marxa.
10. Es prohibeixen els actes de posades de primeres pedres, d'inauguració o similars, d'inici de construcció d'obra finançada, totalment o parcialment, amb fons públics per part de persones amb càrrecs electes o alts càrrecs.
11. Queda prohibida la confusió i la coincidència de les campanyes institucionals amb les campanyes electorals autonòmiques.
12. Es prohibeix la publicitat institucional que tinga com a finalitat destacar els èxits en la gestió o els objectius aconseguits pels subjectes sotmesos a la llei.
13. Es prohibeix la publicitat institucional que tinga com a única finalitat la creació, difusió o millora de la notorietat i la imatge de les institucions governamentals i de les administracions públiques, que no estiga vinculada a un dret, servei o activitat concrets.
14. Es prohibeix la publicitat institucional relacionada amb competències alienes.
15. Es prohibeix la publicitat subliminal, entesa com aquella que, mitjançant tècniques de producció d'estímul d'intensitats frontereres amb els llindars dels sentits o anàlogues, pugui actuar sobre el públic destinatari sense ser percebuda conscientment.
16. La publicitat institucional està sotmesa a les prohibicions establertes en la legislació estatal.

### Article 6. Determinació dels mitjans de difusió

1. La distribució de la publicitat institucional s'ha d'ajustar a criteris objectius; ha de respectar els principis d'eficàcia, eficiència, equitat i objectivitat, i s'ha de realitzar en mitjans de difusió i suports que siguin respectuosos amb el medi ambient i s'estimen els més adequats en cada moment per a poder arribar al públic objectiu destinatari del missatge i la informació de la campanya o comunicació. <sup>2</sup>
2. A l'efecte de la realització dels principis assenyalats en l'apartat anterior, per a la determinació dels mitjans de difusió es tindran en compte com a criteris prioritaris l'audiència, en primer lloc, i la implantació territorial i social, en segon lloc. A més, es podran valorar les característiques dels destinataris de la publicitat, la llengua predominant de l'àmbit lingüístic i

<sup>2</sup> L'apartat 1 de l'article 6 es modifica per l'article 28 de la **Llei 9/2019, de 23 de desembre**, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat. (DOGV núm. 8707 de 30.12.2019) Ref. Base de dades 011336/2019.

altres criteris anàlegs que contribuïsquen a la consecució òptima dels fins contemplats en aquesta llei.

3. Quan la publicitat tinga caràcter general i siga inserida en mitjans de comunicació de difusió general, es farà amb proporcionalitat a les audiències en el cas dels mitjans audiovisuals o persones lectores en el cas de mitjans escrits, i utilitzarà per a la determinació criteris independents i objectius com ara l'EGM, el CPM, l'OJD, Comscore i la resta de mesuradors independents.

4. Les institucions i les administracions públiques subjectes a aquesta llei no podran abonar en cap cas per les insercions de publicitat institucional preus abusius que no guarden relació amb els preus de mercat.

5. La inserció de publicitat institucional ha de realitzar-se valorant el respecte dels mitjans per l'entorn ambiental.

6. Quan la tipologia de l'anunci que s'ha de difondre implique com a destinatari un sector de la població específic, cal aplicar els criteris de difusió més adequats a la seua distribució amb la justificació corresponent.

7. Queda prohibida la discriminació de mitjans de comunicació per la seua línia editorial o qualsevol altra consideració.

8. Amb caràcter general, la contractació no pot realitzar-se de manera directa amb el mitjà. Els contractes que incidisquen en la difusió internacional i nacional de la Comunitat Valenciana en els supòsits de publicitat institucional previstos en els apartats a), k) i m) de l'article 2.1, així com els referits a la publicitat vinculada a fons europeus, podran realitzar-se directament, prèvia elaboració d'una memòria en la qual s'exposaran les accions i impactes previstos.<sup>3</sup>

9. Les xarxes socials amb perfils oficials seran, necessàriament, uns dels canals per a difondre el missatge institucional.

#### **Article 7. Limitació de la publicitat mitjançant patrocini**

No podrà realitzar-se publicitat institucional mitjançant la modalitat de patrocini quan el patrocinat, l'activitat patrocinada o altres patrocinadors de la mateixa activitat vulneren els principis informadors de l'article 4 d'aquest text legal o qualsevol altra norma prevista en aquesta llei.

#### **Article 8. Llengua**

1. Els textos de la publicitat institucional utilitzaran preferentment el valencià, d'acord amb els principis de la normativa sobre l'ús i ensenyament del valencià i l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana, llevat dels àmbit de predomini lingüístic castellà, en què es farà preferentment en castellà.

2. La publicitat institucional podrà dur-se a terme en altres llengües no oficials quan així ho requerisca el seu objecte.

#### **Article 9. Contractació**

1. Els contractes relatius a la publicitat institucional es regeixen per la legislació de contractes del sector públic, i s'adjudicaran mitjançant qualsevol dels procediments i d'acord amb els principis previstos en aquesta, i per la resta de disposicions que els siguen aplicables.<sup>4</sup>

2. Queda prohibit el pagament en paradisos fiscals i la contractació d'empreses que en facen ús.

#### **Article 10. Temporalitat**

1. La publicitat institucional no podrà dur-se a terme fins que no estiga finalitzada l'obra o el servei publicitat no estiga en funcionament. La publicitat tindrà mer caràcter informatiu del servei que es preste o de l'ús de l'obra, els drets de persones usuàries, els horaris, les normes de convivència o qualsevol informació imprescindible per a donar a conèixer a la ciutadania la seua existència i les normes d'ús.

<sup>3</sup> L'apartat 8 de l'article 6 es modifica per l'article 4 del **Decret llei 1/2022, de 22 d'abril**, del Consell, de mesures urgents en resposta a l'emergència energètica i econòmica originada a la Comunitat Valenciana per la guerra a Ucraïna. (DOGV núm. 9323 de 22.04.2022) Ref. Base de dades 003456/2022.

<sup>4</sup> L'apartat 1 de l'article 9 es modifica per l'article 57 de la **Llei 3/2020, de 30 de desembre**.

2. Les obres licitades amb càrrec als pressuposts públics comptaran durant la realització de l'obra amb una única tanca informativa on es relatarà succintament què s'està construint, el cost de l'obra, l'empresa adjudicatària, la data d'inici i la data de finalització.

Una vegada finalitzada l'obra o s'estiga prestant el servei, la tanca es retirarà de manera immediata.

3. No està permès col·locar anuncis d'obres futures ni abans del començament de l'obra.

4. En el cas que l'obra siga paralitzada, el servei es deixi de prestar o se'n retire el finançament, la publicitat serà retirada immediatament i, prèviament, s'informarà del motiu pel qual es deixa de prestar el servei.

#### **Article 11. Període electoral <sup>5</sup>**

1. La realització de publicitat institucional en el període electoral s'ajustarà al que disposa la legislació electoral.

2. Amb l'objectiu de no influir en la intenció de vot de la ciutadania, la publicitat objecte d'aquesta llei no pot dur-se a terme en el període comprès entre el dia en què es publica en el DOGV el decret del president de dissolució de les Corts i convocatòria de les eleccions autonòmiques i el dia en què se celebren.

3. El que es disposa en el punt 2 no és aplicable a les activitats publicitàries relacionades amb la difusió del procés electoral, ni les que afecten l'activitat ordinària de l'administració d'acord amb el que s'estableix en la normativa electoral, ni a les activitats publicitàries imprescindibles per a anunciar mesures de prevenció de risc, d'ordre o de seguretat públics o d'evitació o reparació de danys que afecten les persones, la seua salut o els seus béns, i el medi natural.

4. En les campanyes institucionals per a informar sobre les eleccions autonòmiques, no poden utilitzar-se eslògans, simbologia o elements publicitaris clarament identificables amb un partit polític, federacions de partits polítics, coalicions i agrupacions d'electors. El que es disposa en aquest apartat també serà aplicable en el cas que la Generalitat realitze una campanya institucional per a informar sobre les eleccions municipals o a ens locals supramunicipals.

Així mateix, les entitats polítiques concurrents a les eleccions tampoc poden utilitzar durant la campanya electoral eslògans, simbologia o elements publicitaris identificables amb les campanyes institucionals.

5. El que es disposa en el punt 2 no és aplicable a l'article 2.1.m d'aquesta llei.

## TÍTOL II

### Garanties i drets dels ciutadans

#### **Article 12. Dret de cessació i rectificació**

Les persones físiques o jurídiques que ostenten un dret o interès legítim, com també les corporacions, les associacions, els sindicats, els grups i els ens que resulten afectats o estiguen legalment habilitats per a la defensa dels drets i els interessos legítims col·lectius, ostenten el dret a sol·licitar la cessació immediata o la rectificació d'aquelles campanyes que incomplisquen alguna de les previsions contingudes en aquesta llei.

#### **Article 13. Procediment de la sol·licitud de cessació o rectificació**

1. Sense perjudici dels recursos previstos en l'ordenament jurídic, les persones físiques o jurídiques que ostenten el dret al qual es refereix l'article anterior podran sol·licitar la cessació immediata o la rectificació d'aquelles campanyes que incomplisquen alguna de les previsions contingudes en els articles 4, 5, 6 i 8.

2. La sol·licitud de cessació o rectificació es dirigirà al titular de l'organisme o l'ens públic responsable de la publicitat objecte de l'inici del procediment.

3. La sol·licitud es resoldrà i notificarà en el termini màxim de sis dies. La resolució tindrà caràcter executiu i finalitzarà la via administrativa. Si la resolució estimara la sol·licitud de cessació, l'òrgan responsable de la promoció de la campanya procedirà immediatament en aquest sentit. Si la resolució estimara una sol·licitud de rectificació, l'òrgan anunciant haurà de procedir a la rectificació dins dels set dies següents a la notificació de la resolució.

<sup>5</sup> L'article 11 es modifica per l'article 57 de la **Llei 3/2020, de 30 de desembre**.

4. En cas de no resoldre's la sol·licitud en el termini establert en l'apartat anterior, aquesta s'entendrà desestimada i les persones interessades podran interposar els recursos que resulten procedents.

5. Els terminis als quals es refereix aquest article es computaran des del moment en què la sol·licitud tinga entrada en el registre de l'òrgan competent per a resoldre-la.

#### **Article 14. Informació periòdica a les Corts**

L'òrgan del Consell responsable de la publicitat institucional compareixerà anualment davant les Corts per a presentar l'informe anual relatiu al compliment i el contingut d'aquesta llei.

### DISPOSICIONS ADDICIONALS

#### **Primera. Publicacions periòdiques**

Les administracions, els organismes i la resta d'ens compresos en l'àmbit subjectiu definit en l'article 3 d'aquesta llei que realitzen edició directa de publicacions periòdiques hauran d'atendre als principis informadors de la publicitat institucional continguts en l'article 4 d'aquesta llei en tot allò que els siga d'aplicació.

#### **Segona. Autoedició d'obres**

L'autoedició d'obres en qualsevol suport per part de les administracions, els organismes i la resta d'ens a què es refereix l'article 3 d'aquesta llei es reduirà als supòsits d'interès divulgatiu, com també cultural o científic, relacionats amb les competències pròpies d'aquells.

#### **Tercera. Exclusió de mitjans de comunicació amb publicitat de comerç sexual o foment de la prostitució**

A partir de l'entrada en vigor d'aquesta llei, la contractació objecte d'aquesta no es podrà fer en mitjans de comunicació que continguen anuncis de comerç sexual o de foment de la prostitució.

#### **Quarta. Exclusió de mitjans de comunicació amb publicitat d'apostes i altres modalitats de joc accessible a les persones menors d'edat <sup>6</sup>**

1. A partir de l'entrada en vigor d'aquesta llei, la contractació objecte d'aquesta no es podrà fer en mitjans de comunicació que tinguen comunicacions comercials accessibles per persones menors d'edat per part d'operadors amb llicència general d'apostes o singular de les diferents modalitats d'apostes, llicència general d'altres jocs o llicències singulars de màquines d'atzar, blackjack, bingo, punt i banca, pòquer, ruleta o jocs complementaris.

S'entendran com a comunicacions accessibles per persones menors d'edat:

a) Aquelles que es realitzen en serveis de comunicació audiovisuals televisius i radiofònics entre les 6 i les 22, o fora d'aquesta franja si es realitzen durant o junt a programes adreçats de manera específica o primordial a persones menors d'edat o d'entreteniment familiar.

b) Aquelles que es realitzen en les publicacions de llibres, revistes, fullets, diaris (impresos o en format digital), cobertes exteriors, portada, contraportada, seccions infantils o juvenils, o junt a passatemps.

c) Aquelles que es realitzen en publicacions impreses o digitals d'informació esportiva o de caire infantil o juvenil

2. L'òrgan directiu competent en matèria de publicitat institucional trametrà a la Comissió de Joc un informe anual sobre l'aplicació d'aquesta disposició, que serà fet públic a través de la pàgina web de la comissió.

### DISPOSICIONS FINALS

#### **Primera. Inici de la vigència**

Aquesta llei entrarà en vigor en el termini de quinze dies des que es publique en el Diari Oficial de la Generalitat Valenciana.

<sup>6</sup> La disposició addicional quarta es modifica per la disposició addicional tercera de la **Llei 1/2020, d'11 de juny**, de la Generalitat, de regulació del joc i de prevenció de la ludopatia a la Comunitat Valenciana (DOGV núm. 8834 de 15.06.2020) Ref. Base de dades 004404/2020.



**Segona. Desenvolupament reglamentari**

El Consell dictarà el desenvolupament reglamentari d'aquesta llei en el termini de tres mesos.

**DISPOSICIÓ DEROGATÒRIA**

Queden derogades les disposicions del mateix rang o inferior que contravinguen el que hi ha disposat en aquesta llei i amb caràcter exprés la Llei 7/2003, de 20 de març, de publicitat institucional de la Comunitat Valenciana.

Per tant, ordene que tots els ciutadans i totes les ciutadanes, tribunals, autoritats i poders públics als quals pertoque, observen i facen complir aquesta llei.

València, 24 de maig de 2018

El president de la Generalitat,  
XIMO PUIG I FERRER

## ANÀLISI JURÍDICA

Aquesta disposició afecta:

DEROGA:

- **LLEI 7/2003, de 20 de març, de Publicitat Institucional de la Comunitat Valenciana. [2003/3635] (DOGV núm. 4468 de 27.03.2003) Ref. Base de dades 1403/2003**

Aquesta disposició està afectada per:

MODIFICADA PER:

- **LLEI 27/2018, de 27 de desembre, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat. [2018/12241] (DOGV núm. 8453 de 28.12.2018) Ref. Base de dades 011731/2018**
- **LLEI 9/2019, de 23 de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat. [2019/12433] (DOGV núm. 8707 de 30.12.2019) Ref. Base de dades 011336/2019**
- **LLEI 1/2020, d'11 de juny, de la Generalitat, de regulació del joc i de prevenció de la ludopatia a la Comunitat Valenciana. [2020/4472] (DOGV núm. 8834 de 15.06.2020) Ref. Base de dades 004404/2020**
- **LLEI 3/2020, de 30 de desembre, de la Generalitat, de mesures fiscals, de gestió administrativa i financera i d'organització de la Generalitat 2021. [2020/11362] (DOGV núm. 8987 de 31.12.2020) Ref. Base de dades 010710/2020**
- **DECRET LLEI 1/2022, de 22 d'abril, del Consell, de mesures urgents en resposta a l'emergència energètica i econòmica originada a la Comunitat Valenciana per la guerra a Ucraïna. [2022/3502] (DOGV núm. 9323 de 22.04.2022) Ref. Base de dades 003456/2022**