



La regulació de la publicitat institucional en els mitjans audiovisuals

Després de poc més d'un any de l'entrada en vigor de la Llei 22/2005, de 29 de desembre de 2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, i a poc temps de la convocatòria d'eleccions municipals, convé recordar algunes qüestions que envolten l'emissió de publicitat institucional.

En primer lloc, cal tenir en compte que la publicitat institucional, entesa com una forma de comunicació que els poders públics tenen al seu abast per poder informar la població sobre els serveis públics i sobre els drets i els principis democràtics, es troba regulada a Catalunya, de manera específica, des del 2000, any en què el Parlament va aprovar la Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional.

També cal recordar que l'emissió de publicitat institucional en períodes electorals es troba regulada, des del 1985, per la Llei orgànica 5/1985, de 19 de juny, del règim electoral general.

En l'àmbit estatal, la publicitat institucional es troba regulada per la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional. Cal tenir en compte, a més, que l'article 4 d'aquesta Llei té caràcter bàsic i, per tant, afecta i delimita la normativa autonòmica.

Així doncs, les limitacions de contingut i d'emissió temporal de la publicitat institucional no són, en termes generals, ni una novetat, ni una qüestió restringida a l'àmbit territorial de Catalunya.

La Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, afegeix algunes concrecions a la normativa específica i incorpora una novetat pel que fa a les garanties de compliment. Així, l'article 109 d'aquesta Llei regula, sens perjudici del que estableix la normativa específica, la publicitat institucional per ràdio i televisió que emetin les administracions públiques de Catalunya.

En referència al contingut de la publicitat institucional, l'apartat 2 de l'article 109 estableix que només pot tenir per objecte la informació sobre els serveis públics; no pot tenir per finalitat destacar la gestió o els objectius assolits pels poders públics i no pot induir a confusió directa o indirecta amb relació a elements identificatius de partits polítics o de les campanyes de propaganda electoral.

Pel que fa a la dimensió temporal, el mateix article determina que les administracions de Catalunya, durant els períodes electorals, únicament poden fer campanyes de caràcter institucional destinades a informar els ciutadans sobre la data en què han de tenir lloc les eleccions o el referèndum, el procediment per votar i els requisits i els tràmits del vot per correu. També estableix que aquestes campanyes en cap cas no poden suggerir, directament o indirectament, opcions de vot. S'ha d'entendre que, en període electoral, només l'administració competent pot emetre campanyes adreçades a informar sobre els comicis.

La Llei afegeix que el termini de prohibició de la publicitat institucional durant els períodes electorals s'inicia el dia de la publicació de la convocatòria d'eleccions.

Per tal de verificar el compliment d'aquests requisits, l'apartat 3 del mateix l'article 109 estableix que l'emissió de la publicitat institucional a través dels mitjans audiovisual està sotmesa a l'autorització prèvia de Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Amb la intenció de facilitar el compliment de la nova normativa per part de tots els agents implicats, el Consell va trametre, el març i l'abril de 2006, dues circulars informatives a les administracions locals catalanes. En aquestes circulars especificava que: són les administracions les que, abans de l'emissió per ràdio o televisió de qualsevol publicitat institucional, han de sol·licitar l'autorització al Consell; la petició d'autorització ha d'anar acompanyada de la versió definitiva de l'anunci, del pla de mitjans i de la durada de la campanya institucional i el Consell disposa de deu dies hàbils, des de la data de recepció, per resoldre la petició. D'altra banda, s'oferia a les administracions la possibilitat de sol·licitar una autorització provisional, que té un caràcter merament orientatiu i que, en cap cas, substitueix l'obligació de sol·licitar autorització prèvia presentant el material definitiu que es preveu emetre.

D'altra banda, el Consell va informar també els prestadors de serveis de ràdio i televisió de Catalunya, de quina era la nova normativa i de com els afectava. En concret, el Consell recordava als operadors que, abans d'emetre qualsevol campanya institucional, tenien l'obligació de sol·licitar de l'administració que volia difondre-la l'autorització prèvia atorgada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Així mateix, els recordava que l'emissió de campanyes institucionals sense aquesta autorització prèvia suposa una infracció administrativa greu.

Així doncs, resumint, cal tenir present que:

1. Totes les campanyes institucionals de les administracions públiques catalanes que es vulguin emetre per ràdio o televisió necessiten l'autorització prèvia del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
2. Aquesta autorització ha de ser sol·licitada per l'administració que vol emetre la campanya.
3. En formalitzar la sol·licitud s'ha de presentar, també, el material de la versió definitiva de l'anunci, el pla de mitjans i la durada de la campanya.
4. Les autoritzacions s'atorguen per un període temporal i uns mitjans concrets i, per tant, no tenen caràcter indefinit.
5. Des de la data de publicació de la convocatòria de les eleccions municipals, les administracions locals catalanes no poden emetre cap publicitat institucional a través dels mitjans audiovisuals.

Barcelona, 5 de febrer de 2007