

CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA

CONSEJO DE GOBIERNO

134. ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO, DE FECHA 1 DE MARZO DE 2024, RELATIVO A APROBACIÓN DEL PLAN DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA PARA EL AÑO 2024.

ANUNCIO

El Consejo de Gobierno, en sesión resolutive Ordinaria celebrada el día 1 de marzo de 2024, adoptó, entre otros, el siguiente acuerdo:

“PUNTO SÉPTIMO.- APROBACIÓN DEL PLAN DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA PARA EL AÑO 2024.- El Consejo de Gobierno acuerda aprobar la propuesta presentada por la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Igualdad que literalmente dice:

“La Ciudad Autónoma de Melilla, como Administración Pública, es sujeto emisor de publicidad institucional entendida como aquella que, a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio, con consignación presupuestaria de alguna de las distintas administraciones públicas (Estado, Autonómica, Local) tiene fundamentalmente los siguientes objetivos:

- Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas; e informar a los ciudadanos sobre sus derechos y obligaciones legales.
- Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad y fomentar comportamientos de los ciudadanos en relación con bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de naturaleza análoga.
- Difundir las actividades, proyectos ejecutados y resultados obtenidos, respecto de los servicios prestados por cada Administración pública en el ámbito de sus atribuciones y competencias, constituyendo un instrumento útil para el desarrollo del territorio al que va dirigida.
- La sensibilización de los ciudadanos, fomentando conductas o hábitos para la convivencia, el bienestar social, la salud pública, y los valores de libertad, democracia y el pluralismo político.

El artículo 1 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

Por otro lado, las distintas Comunidades Autónomas, en el ejercicio de la capacidad legislativa otorgada a sus respectivos parlamentos, y en desarrollo de sus competencias transferidas en sus Estatutos de Autonomía han legislado sus propias leyes, y los reglamentos de desarrollo de las mismas.

El Estatuto de Autonomía de Melilla, en su artículo 22 le otorga a la Ciudad, la ejecución de la Legislación del Estado en prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación social, sin que le haya sido transferida la competencia sobre la publicidad en general y sobre la publicidad institucional. La Constitución Española, en su artículo 149, establece, que el derecho estatal será, en todo caso, supletorio del derecho de las Comunidades Autónomas.

A tenor de lo anterior, ante la ausencia de normativa específica por parte del Estado para las dos Ciudades Autonómicas, y la falta de posibilidad de la Ciudad Autónoma de Melilla, de legislar sobre la materia, es susceptible de aplicarse con carácter supletorio la normativa estatal, es decir, la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. En este sentido la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de referencia para nuestra Ciudad en virtud de lo establecido en los artículos 22 y 30 de nuestro Estatuto de Autonomía, señala los objetivos que deben cumplir las campañas publicitarias, siendo algunos de dichos objetivos aplicables a nuestra publicidad institucional, tales como:

- a) Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales (y en nuestro caso, los consagrados en nuestro Estatuto de Autonomía).
- b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas (entendiéndose como tales las que formen parte de la Ciudad Autónoma) y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- c) Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares.
- d) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- e) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.
- f) Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.
- g) Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural.
- h) Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural.

i) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

Por ello, el cumplimiento de dichos objetivos debe ser recogido en un Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, definido como tal en el artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que contemple, además, los Organismos Autónomos y Sociedades Mercantiles. Este plan adquiere relevante importancia en este caso, ya que además de documento planificador y regulador, tiene la función de establecer qué, cómo, cuándo y mediante qué canales va a publicitar la CAM durante el año 2024, convirtiéndose en hito imprescindible para poder cuantificar el valor estimado del contrato de Publicidad Institucional que se encuentra actual en fase de tramitación.

La elaboración Plan de Publicidad y Comunicación Institucional (PPCI) se ha realizado en este caso por la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Igualdad como acto de preparación previo dentro del expediente de contratación de Publicidad Institucional, correspondiendo tanto la ejecución del plan como la elaboración y/o modificación de planes anuales posteriores al Gabinete de Comunicación, o departamento equivalente que establezca el Consejo de Gobierno.

Para asegurar la máxima objetividad, independencia y transparencia, la elaboración del plan ha sido objeto de contratación externa a través de licitación con concurrencia pública entre empresas de acreditada solvencia técnica en trabajos similares, mediante contratación menor en el expediente 2179/2023/CME, cuyo anuncio de licitación fue publicado el pasado 2 de noviembre de 2023 en la plataforma de contratación menor de la CAM alojada en su sede electrónica.

Igualmente, dentro del periodo de elaboración del plan se han abierto dos periodos de aportaciones por parte de las Consejerías para fomentar su participación en la elaboración del citado documento y poder hacer una cuantificación real de las campañas a incluir. Del mismo modo, para la cuantificación económica, se ha realizado un estudio de mercado que se incluye como Anexo IV del Plan.

Por analogía a lo contenido en el art. 12 de la citada Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, el órgano competente para la aprobación del plan sería el Consejo de Gobierno, siendo la Consejera de Presidencia, Administración Pública e Igualdad la competente para realizar la correspondiente propuesta en virtud de lo establecido en el apartado 7.2.2. d) del Acuerdo de Consejo de Gobierno, de fecha 28 de julio de 2023, relativo al Decreto de Distribución de Competencias entre las Consejerías de la Ciudad (BOME Extr. Nº 54 de fecha 31 de julio de 2023), que establece que dicha Consejería es competente para "la publicidad institucional".

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 5.4 y 6.2 de la Ley 19/2013 de 9 de noviembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, el Plan de publicidad y comunicación institucional de la Ciudad Autónoma de Melilla para el año 2024 será objeto de publicación, en el Boletín Oficial de la Ciudad (BOME), además de en sede electrónica de la Ciudad Autónoma de Melilla para su plena validez.

Por todo lo anterior y de conformidad con los documentos aportados al expediente, vengo en proponer al Consejo de Gobierno lo siguiente.

PRIMERO.- La aprobación del Plan de publicidad y comunicación institucional de la Ciudad Autónoma de Melilla para el año 2024, cuyo texto íntegro se adjunta a la presente propuesta.

SEGUNDO.- Proceder a la publicación del presente acuerdo en el Boletín Oficial de Melilla momento a partir del cual surtirá efectos, para su conocimiento y efectos y difundir el contenido del mismo, de conformidad con el principio de transparencia, mediante su publicación actualizada y permanente en la sede electrónica, en cumplimiento de lo que disponen los artículos 6.1 de la Ley de Régimen Jurídico del Sector Público, art. 72.5 del Reglamento de Gobierno y Administración y artículos 5 y siguientes de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información y Buen Gobierno en relación con el Reglamento de Transparencia y Acceso a la Información Pública de la Ciudad Autónoma de Melilla."

Contra las disposiciones administrativas de carácter general dictadas por el Consejo de Gobierno de Melilla, de acuerdo con lo establecido en los artículos 93.2 del Reglamento del Gobierno y de la Administración de la Ciudad Autónoma de Melilla (BOME extra num 2, de 30 de enero de 2017) y 112.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento administrativo Común de las Administraciones Públicas (BOE num 236, de 2 de octubre) no cabrá recurso en vía administrativa.

En todo caso, podrá interponerse recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo contencioso administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, en el plazo de dos meses desde la publicación o notificación.

No obstante, podrá utilizarse cualquier otro recurso, si así se cree conveniente bajo responsabilidad del recurrente.

Lo que le hace público para su conocimiento y efectos.

Melilla 7 de marzo de 2024,
El Secretario Acctal. del Consejo de Gobierno,
Antonio Jesús García Alemany