



1. PROCEDIMIENTOS LEGISLATIVOS

120. Proposiciones de Ley

PPL/000012-11

Enmiendas transaccionales presentadas por el Grupo Parlamentario VOX Castilla y León a la Proposición de Ley de reforma de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León.

PRESIDENCIA

La Mesa de la Comisión de Comisión de la Presidencia de las Cortes de Castilla y León, al amparo del artículo 115.3 del Reglamento de la Cámara, ha admitido a trámite las enmiendas transaccionales presentadas por el Grupo Parlamentario VOX Castilla y León a la Proposición de Ley de reforma de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, PPL/000012, que a continuación se insertan.

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento, se ordena su publicación en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 9 de junio de 2025.

EL PRESIDENTE DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Carlos Pollán Fernández

El Grupo Parlamentario VOX Cortes de Castilla y León propone una enmienda transaccional a la Enmienda n.º 8 del Grupo Parlamentario Socialista donde:

El texto propuesto por dicha enmienda se modifica, quedando redactada la enmienda del siguiente modo:

Dos. Se propone una nueva redacción al punto 2 del artículo 3, con el siguiente contenido:

Las actuaciones de publicidad institucional tendrán en cuenta la diversidad territorial, social y cultural de la Comunidad de Castilla y León, y deberán respetar los principios rectores y objetivos de las políticas públicas establecidos en el artículo 16 del Estatuto de Autonomía y, en concreto, los siguientes principios:

a) Aplicación de criterios objetivos, de libre concurrencia y transparencia a los procedimientos de contratación, incluso en los contratos menores.

b) Objetividad y veracidad en los contenidos.

c) Protección del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

d) Protección a la infancia y respeto y protección a las personas mayores.

e) Igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

f) Respeto a la diversidad de razas, etnias y religiones.

g) Igualdad entre mujeres y hombres.

h) Protección del medio ambiente.

i) Evaluación de impactos y efectos.



j) Eficacia y eficiencia.

k) Responsabilidad y rendición de cuentas.

En Valladolid, a 9 de junio de 2025.

Fdo.: Miguel Suárez Arca

Fdo.: Nuria Rubio García

Fdo.: Luis Briones Martínez

El Grupo Parlamentario VOX Cortes de Castilla y León propone una enmienda transaccional a la Enmienda n.º 10 del Grupo Parlamentario Socialista donde:

El texto propuesto por dicha enmienda se modifica, quedando redactada la enmienda del siguiente modo:

Cuatro. Se propone la adición de un nuevo punto, el 1 bis al artículo 5, con el siguiente contenido:

1.bis) Cuando se trate de contratar formatos, soportes o medios digitales se atenderá a las particularidades del medio y a las métricas propias de la analítica web.

En Valladolid, a 9 de junio de 2025.

Fdo.: Miguel Suárez Arca

Fdo.: Nuria Rubio García

Fdo.: Luis Briones Martínez

El Grupo Parlamentario VOX Cortes de Castilla y León propone una enmienda transaccional a la Enmienda n.º 17 del Grupo Parlamentario Socialista donde:

El texto propuesto por dicha enmienda se modifica, quedando redactada la enmienda del siguiente modo:

Doce. Se propone añadir un apartado 4 al artículo 10 con el siguiente contenido:

4. En cualquier caso no se contratará publicidad institucional, ya sea de forma directa o a través de las agencias o empresas adjudicatarias de los planes de medios, con aquellos medios de comunicación que hayan sido condenados reiteradamente en el sentido establecido por el punto 6 del artículo 8 de la presente Ley. Dicha prohibición será extensiva a consejerías, agencias administrativas, agencias de régimen especial, consorcios, agencias públicas empresariales, sociedades mercantiles de participación mayoritaria o fundaciones del sector público.

En Valladolid, a 9 de junio de 2025.

Fdo.: Miguel Suárez Arca

Fdo.: Nuria Rubio García

Fdo.: Luis Briones Martínez

El Grupo Parlamentario VOX Castilla y León propone una enmienda transaccional a la Enmienda n.º 19 del Grupo Parlamentario Socialista donde:

Se modifica la redacción del texto de articulado propuesto para adaptarlo y se modifica la redacción del texto de la enmienda propuesto para adaptarlo. Quedando redactado del siguiente modo:



Se propone la adición de una nueva Disposición Adicional Cuarta con el siguiente contenido:

Disposición Adicional Cuarta.- Actuaciones comunicativas durante los períodos electorales.

Durante los períodos establecidos en el apartado 5 del artículo 8 esta Ley, y sin perjuicio de lo establecido en el párrafo segundo de dicho apartado, quedan prohibidas todas aquellas actuaciones comunicativas consistentes en presentaciones públicas, inauguraciones u otros eventos de naturaleza análoga, relativas a proyectos, planes, realizaciones o resultados de los sujetos enumerados en el artículo 1 de esta Ley.

En Valladolid, a 9 de junio de 2025.

Fdo.: Miguel Suárez Arca

Fdo.: Nuria Rubio García

Fdo.: Luis Briones Martínez

El Grupo Parlamentario VOX Cortes de Castilla y León propone una enmienda transaccional, en virtud al artículo 115 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, a las Enmiendas números 1, 3, 4, 5 y 6 del Grupo Parlamentario Socialista, Enmienda n.º 1 del Grupo Parlamentario VOX Cortes de Castilla y León, Enmiendas números 1, 2, 3, 4, 5 y 6 de los procuradores don José Ángel Ceña tutor, doña Leila Vanessa García Macarrón y don Juan Antonio Palomar Sicilia, procuradores de Soria ¡Ya! pertenecientes al Grupo Parlamentario UPL-SORIA ¡YA! y las Enmiendas números 1, 2, 3, 4 y 5 de los procuradores D. Luis Mariano Santos Reyero, D. José Ramón García Fernández y Dña. Alicia Gallego González, procuradores de Unión del Pueblo Leonés (UPL), pertenecientes al Grupo Parlamentario UPL-SORIA ¡YA! de las Cortes de Castilla y León donde:

El texto propuesto de la exposición de motivos se refunde y renumera y pasando a contar con cinco bloques, se suprimen de manera completa los bloques "II" y "III" del texto propuesto por el Procurador de Unidas Podemos-IU-AV, Juan Pablo Fernández Santos del Grupo Parlamentario Mixto de la Proposición de Ley de Reforma de la Ley 4/2009, de 28 de mayo de Publicidad institucional de Castilla y León. Quedando redactada la exposición de motivos del siguiente modo:

I

La publicidad institucional, tal y como dispone nuestra legislación, debe estar orientada a la difusión de un mensaje común, de manera que con ella la Administración pueda dar a conocer a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, los servicios que presta y las actividades que desarrolla. Por ello, la comunicación debe ser usada por la Administración como herramienta que aporte valor a su gestión con un ejercicio profesionalizado de esta acción comunicativa en torno a los principios de objetividad, veracidad y utilidad pública.

Así, nuestro Estatuto de Autonomía establece en su artículo 16.22 la obligación de los poderes públicos de Castilla y León de promover y adoptar las medidas necesarias para garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir una información plural y veraz, desde el reconocimiento del papel de los medios de comunicación en la formación de una opinión pública libre y en la expresión de la identidad regional.



Disponiendo además el citado artículo que, en sus relaciones con los medios de comunicación, los poderes públicos de la Comunidad respetarán los principios de transparencia y objetividad.

El cumplimiento de este objetivo marcado por el Estatuto de Autonomía de Castilla y León, implica que la información y la comunicación institucional debe estar orientada de modo prioritario al servicio público, de manera que el principio de utilidad pública de la información debe ser un principio fundamental de la actividad comunicativa del Gobierno y tal como dispone la Ley estatal 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, "la publicidad y comunicación institucional deben estar al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitar el ejercicio de sus derechos y promover el cumplimiento de sus deberes, y no deben perseguir objetivos inadecuados al buen uso de los fondos públicos.

II

La eficacia en la acción comunicativa de los poderes públicos en la sociedad contemporánea requiere que, además de aquellas soluciones que ya ha hecho suyas la sociedad de la información, se habiliten como parte de los recursos informativos de las Administraciones públicas y se incorporen las técnicas que permiten difundir con eficiencia mensajes de interés para los ciudadanos y los colectivos en que se integran.

La Ley tiene como objetivos prioritarios garantizar la utilidad pública, la transparencia y la lealtad institucional en el desarrollo de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación. Así se consigue que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos, que son los ciudadanos, y no a quien las promueve. Resulta por tanto esencial garantizar la independencia de los medios de comunicación que colaboran o participan en esta labor, que se debe guiar por los principios de veracidad, pluralismo y neutralidad política.

El modelo que se desarrolla en esta ley es plural y debe aspirar a que la sociedad castellana y leonesa se sienta representada, tanto en su composición como en los contenidos audiovisuales y multimedia que se programen, y para que, de manera permanente, se recojan las diversas sensibilidades sociales, tanto mayoritarias como minoritarias, sin discriminación por motivos ideológicos, políticos o de otra índole recogidos en la Constitución Española.

Asimismo, la realización de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación debe responder a los principios de eficacia, transparencia, austeridad y eficiencia.

III

El derecho a recibir información veraz es un derecho fundamental reconocido constitucionalmente (art. 20.1. CE), que resulta clave en democracia, por ser fundamento para la formación de una opinión pública que ha de ser libre e informada.

El derecho a recibir información veraz se define, como un derecho no sólo de los medios de comunicación, sino de todos los ciudadanos y resulta lesionado siempre que se impide recibir una información veraz, o se difunde o ampara la transmisión de noticias que no responden a la verdad.



Es función de los Tribunales y no de otro Poder del Estado dilucidar cuando se ha vulnerado este derecho a través de informaciones falsas o que vulneren el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen de las personas. Ello no es obstáculo para que las Administraciones Públicas limiten la contratación de campañas de comunicación y publicidad institucional con aquellos medios que hayan demostrado una reiterada difusión de información falsa. Pero cualquier medida restrictiva de este tipo debe buscar su fundamento en resoluciones judiciales firmes que confirmen un comportamiento habitual.

IV

La divulgación de informaciones falsas o bulos se ha multiplicado en los últimos años como consecuencia de la mala praxis que se da en diversos medios de difusión digitales en los que tienen cabida todo tipo de contenidos, sin pasar por ninguno de los filtros habituales en los medios de comunicación tradicionales, y en los que prima el sensacionalismo para generar el llamado 'clickbait', o cebo de 'clicks' y aumentar el número de visualizaciones, del que dependen gran parte de los ingresos de este tipo de publicaciones, que en ocasiones también se financian parcialmente mediante publicidad institucional.

A su vez, y ante el éxito de estos nuevos medios, son muchos los medios de comunicación tradicionales que se han sumado a estas tendencias para no quedarse atrás, haciéndose eco muchas veces de contenidos que se generan en la esfera digital de dudosa veracidad y que acaban teniendo un impacto innegable en la realidad, aunque carezcan de todo rigor periodístico.

Este fenómeno se une al llamado filtro burbuja que generan los algoritmos que deciden qué publicaciones vemos o no en las redes sociales, fórmulas que tienden a mostrarnos solo las noticias y opiniones compartidas por aquellas personas que se interesan o piensan de forma similar a la nuestra, lo que dificulta recibir una información plural desde diversos enfoques que permita favorecer una mayor reflexión y capacidad crítica en nuestra sociedad.

Todo este despliegue de influencias y proliferación de noticias, también ha supuesto que se silencien noticias que pudieran ser interesantes para los ciudadanos, en favor de otras más sensacionalistas.

La combinación de ambos fenómenos favorece la polarización de nuestra sociedad, contribuye a la desinformación general y al hastío de la ciudadanía ante el creciente número de informaciones falsas o de dudosa veracidad, que se reproducen de forma vertiginosa y alcanzan a muchas más personas que las correcciones y rectificaciones.

Aunque la regulación de las noticias falsas ha sido abordada por gobiernos de distinto signo, nunca ha culminado en una legislación concreta ante la dificultad de garantizar el derecho a una información veraz, que recoge el artículo 20.1.d) de la Constitución, sin menoscabar al mismo tiempo la libertad de expresión, establecido en el artículo 20.1.a) de la Constitución.

En ese sentido, esta ley no pretende prohibir directamente la publicación de informaciones falsas, un asunto que afecta a los derechos y libertades fundamentales y que corresponderá regular, si así lo cree necesario, al legislador estatal. Lo que



sí es competencia de la Comunidad Autónoma de Castilla y León es establecer las normas mediante las cuales regula su propia comunicación y publicidad institucional. (sic. art.4).

El 28 de mayo de 2009, las Cortes de Castilla y León aprobaron la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de publicidad institucional de Castilla y León, indicando en su artículo 4.1 que "La publicidad institucional tendrá como finalidad principal difundir entre los ciudadanos mensajes de interés público relacionados con los objetivos y actividades del sujeto que lleve a cabo la acción publicitaria".

A través de esta ley, y de las limitaciones que establece ,el legislador pretende incidir de forma indirecta en la lucha contra la desinformación, prohibiendo la publicidad institucional en aquellos medios que la alimentan y ajustando la publicidad institucional a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto. Que todas estas exigencias se lleven a efecto pasa indiscutiblemente por la contratación de la publicidad institucional de manera absolutamente ajustada a la legalidad donde no tengan cabida aquellos medios de comunicación que incumplen la ley.

V

En una comunidad autónoma tan extensa como la de Castilla y León es fundamental procurar que los mensajes lleguen correctamente a todo el territorio, algo que debe estar previsto entre los criterios de contratación.

La evaluación de las campañas, la transparencia en la contratación y la rendición de cuentas, deben también incluirse en esta ley para conseguir el deseable objetivo de mejorar la eficacia y eficiencia de la publicidad institucional.

En Valladolid, a 9 de junio de 2025.

Fdo.: Miguel Suárez Arca
Fdo.: Luis Briones Martínez
Fdo.: José Ramón García Fernández

Fdo.: Nuria Rubio García
Fdo.: Leila Vanessa García Macarrón