



1. PROCEDIMIENTOS LEGISLATIVOS

120. Proposiciones de Ley

PPL/000012-01

Proposición de Ley de reforma de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, presentada por el Grupo Parlamentario Mixto, a instancia del Sr. Fernández Santos (PODEMOS-IU-AV).

PRESIDENCIA

La Mesa de las Cortes de Castilla y León, en su reunión de 16 de mayo de 2024, ha acordado admitir a trámite la Proposición de Ley de reforma de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, PPL/000012, presentada por el Grupo Parlamentario Mixto, a instancia del Sr. Fernández Santos (PODEMOS-IU-AV), y, de conformidad con lo previsto en el artículo 122 del Reglamento de la Cámara, ha ordenado su publicación y su remisión a la Junta de Castilla y León para que manifieste su criterio respecto a la toma en consideración así como su conformidad o no a la tramitación, si implicara aumento de los créditos o disminución de los ingresos presupuestarios del ejercicio.

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 16 de mayo de 2024.

EL SECRETARIO DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: Diego Moreno Castrillo

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

A LA MESA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN

El Grupo Parlamentario Mixto de las Cortes de Castilla y León, a instancia del procurador de Unidas Podemos-IU-AV, Juan Pablo Fernández Santos, habilitado como portavoz a estos efectos por acuerdo de la Mesa de las Cortes de Castilla y León, y al amparo de lo establecido en el artículo 121 y siguientes del Reglamento de la Cámara, presenta para su debate y votación ante el Pleno la siguiente

PROPOSICIÓN DE LEY DE REFORMA DE LA LEY 4/2009, DE 28 DE MAYO, DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE CASTILLA Y LEÓN

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I

La divulgación de informaciones falsas o bulos se ha multiplicado en los últimos años como consecuencia de la proliferación de 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 los ingresos de este tipo de publicaciones.

A su vez, y ante el éxito de estos nuevos medios, son muchas 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 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.

La combinación de ambos fenómenos deja a nuestras sociedades cada vez más polarizadas y en un estado cada vez mayor de vulnerabilidad ante las informaciones falsas, que se reproducen de forma vertiginosa y alcanzan a muchas más personas que las correcciones y rectificaciones de las herramientas de verificación de hechos.

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 sin menoscabar al mismo tiempo la libertad de expresión.

En ese sentido, esta proposición de 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.

En este sentido, el 28 de mayo de 2009, las Cortes de Castilla y León aprobaron la Ley 4/2009, de publicidad institucional de Castilla y León, indicando 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" (sic. art.4).

Es a través de esta ley, y de las limitaciones que establece en su artículo 8, como el legislador puede incidir de forma indirecta en la lucha contra la desinformación, prohibiendo la publicidad institucional en aquellos medios digitales que la alimentan, con el fin de no contribuir a su financiación.

II

Además de los bulos o noticias falsas que buscan dañar a personas u organizaciones con una finalidad política o económica, la desinformación afecta también en gran medida a aquellos consensos que hasta ahora garantizaba la práctica unanimidad de la comunidad científica.

En concreto, en la comunidad de Castilla y León llevamos sufriendo desde el año 2020 una intensa campaña de intoxicación informativa por parte de lobbies que buscan desviar la atención sobre las verdaderas causas de la situación económica, sanitaria, educativa y social en general de la comunidad para exculpar a sus responsables.



El enorme poder económico de estos lobbies les ha permitido llenar páginas en los diarios y minutos en las televisiones con informaciones sesgadas o directamente falsas, bajo la forma, tanto de contenidos patrocinados o pagados, como de reportajes que constituyen una forma de publicidad encubierta.

Es también una obligación de los poderes públicos poner coto a este tipo específico de bulos, retirando cualquier apoyo o colaboración financiera a los medios de comunicación que colaboran en esta campaña de desinformación masiva.

III

La presente ley consta de un artículo único que modifica la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de publicidad institucional de Castilla y León y de una disposición final.

En este artículo se añade un nuevo apartado al artículo 8 "Limitaciones" de la citada ley, que recoge las prohibiciones que afectan a la contratación de campañas de comunicación y publicidad institucional por parte de la administración. A las prohibiciones en vigor ya incluidas se añaden ahora uno más: la prohibición de la contratación con aquellos medios de comunicación social que hayan sido condenados en sentencia firme por difundir informaciones falsas o que atentan contra los derechos de las personas.

Artículo uno. Modificación de la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de publicidad institucional de Castilla y León.

Uno. Artículo 8.

Se añade un nuevo apartado:

6. Se prohíbe la contratación de cualquier tipo de campaña de publicidad o comunicación institucional con medios de comunicación social que hayan sido condenados en sentencia firme de forma reiterada a rectificar informaciones inexactas, por vulnerar el derecho al honor y a la intimidad y la propia imagen de las personas o por delitos de odio, tanto el caso en el que hayan sido directamente condenados como si esta condena recae en sus trabajadores y colaboradores.

Se entenderá por reiterada esta circunstancia cuando se haya producido una condena firme por estos delitos dos veces en los tres últimos años o tres o más veces en los últimos cinco años anteriores a la contratación de la campaña.

Disposición final.

La presente ley entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

Valladolid, 8 de mayo de 2024.

Fdo.: Juan Pablo Fernández Santos
Unidas Podemos-IU-AV