

I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE CULTURA

14563 *Orden CUL/2405/2009, de 10 de septiembre, por la que se crea la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura y se regula su composición, competencias y funcionamiento.*

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, crea, en su artículo 11, la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, adscrita al Ministerio de la Presidencia y en la que se incluyen representantes de todos los Departamentos Ministeriales.

Dentro de sus funciones se encuentran la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado, así como la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación institucional de la Administración General del Estado.

Esta Comisión, de acuerdo con las directrices de la Secretaría de Estado de Comunicación del Ministerio de la Presidencia y siguiendo el modelo organizativo de otras Comisiones de carácter horizontal en la Administración General del Estado, acordó, en su reunión del 8 de mayo de 2009, trasladar al resto de Departamentos Ministeriales la necesidad de crear comisiones internas en cada Departamento para planificar y hacer el seguimiento y la evaluación de las campañas de publicidad y comunicación institucional en sus respectivos ámbitos. El objeto de la presente Orden es crear la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura y regular, asimismo, su composición, atribuciones y formas de funcionamiento.

En virtud de lo expuesto, con la previa aprobación de la Vicepresidenta Primera del Gobierno y Ministra de la Presidencia, dispongo:

Artículo 1. *Objeto y ámbito.*

1. Se crea la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura, como órgano colegiado adscrito a la Subsecretaría del Departamento, con la composición y funciones que se determinan en los artículos siguientes.

Dicha Comisión se configura como el órgano encargado de la planificación, coordinación, seguimiento y evaluación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación a que se refiere el artículo 2 de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional.

2. El ámbito de actuación de dicha Comisión comprende todos los órganos del Ministerio de Cultura, así como los distintos Organismos Públicos adscritos al mismo.

Artículo 2. *Formas de actuación de la Comisión.*

La Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura podrá actuar en Pleno y en Comisión Ejecutiva.

Artículo 3. *Composición del Pleno.*

1. El Pleno se compondrá, teniendo en cuenta la presencia equilibrada de hombres y mujeres, de los siguientes miembros:

Presidente: El Subsecretario del Departamento.

Vicepresidente primero: El Director del Gabinete del Ministro.

Vicepresidente segundo: El Secretario General Técnico.

Vocales:

El Director de Comunicación del Gabinete del Ministro.

Un representante del Gabinete Técnico de la Subsecretaría.

El Subdirector General de Publicaciones, Información y Documentación.
El Subdirector General de Gestión Económica y Financiera.
Un representante de cada una de las Direcciones Generales del Departamento.
Un representante de cada uno de los Organismos Públicos dependientes del Departamento.

Secretario: un funcionario de la Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación que ocupe un puesto de nivel no inferior al 26, que formará parte del Pleno con voz pero sin voto.

2. Los vocales no natos deberán ocupar un puesto de nivel 30 y serán nombrados por el Subsecretario del Departamento a propuesta de los titulares de los órganos directivos y Organismos Públicos a los que representen.

Todos los vocales tendrán un vocal suplente que les sustituirá en casos de ausencia o de enfermedad y, en general, cuando concurra alguna causa justificada, que serán nombrados por el Subsecretario del Departamento a propuesta de los titulares de los órganos directivos y Organismos Públicos a los que representen.

3. Previa autorización del Pleno podrán acudir a las sesiones del mismo, cuando se estime conveniente en función de las materias a tratar, otros integrantes de los órganos y organismos representados en la Comisión, que participarán como asesores con voz pero sin derecho a voto.

Artículo 4. *Composición de la Comisión Ejecutiva.*

Presidente: El Director del Gabinete del Ministro.

Vicepresidente: El Secretario General Técnico.

Vocales:

El Director de Comunicación del Gabinete del Ministro.

El representante del Gabinete Técnico de la Subsecretaría en el Pleno.

El Subdirector General de Gestión Económica y Financiera.

El Subdirector General de Publicaciones, Información y Documentación.

Secretario: El Secretario del Pleno.

Previa autorización de la Comisión Ejecutiva podrán acudir a sus sesiones, cuando se estime conveniente en función de las materias a tratar, otros integrantes de los órganos y organismos representados en la Comisión, que participarán como asesores con voz pero sin derecho a voto.

Artículo 5. *Competencias del Pleno.*

1. El Pleno de la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura tendrá las siguientes competencias:

a) Elaborar cada año el Plan Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional a partir de las propuestas de los distintos órganos y Organismos Públicos afectados. Dicho Plan incluirá todas las campañas institucionales que se prevean desarrollar en el Ministerio y en los Organismos Públicos de él dependientes con indicación del objetivo de cada una de ellas, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios, los órganos, organismos y entidades afectadas y las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad. Una vez aprobado, será elevado a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia a los efectos de la elaboración del «Plan anual de publicidad y comunicación institucional» de la Administración General del Estado, en los términos establecidos en el artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre.

b) Informar y aprobar, en su caso, la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación no previstas en el «Plan anual de publicidad y comunicación institucional». Tales supuestos serán de carácter excepcional, por motivos sobrevenidos, y la propia Comisión Ministerial comunicará la aprobación de los mismos a la Comisión de Publicidad y de Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia, en los términos establecidos en el artículo 13 de la ley 29/2005, de 29 de diciembre.

c) Vigilar, en el ámbito del Departamento y de los Organismos Públicos a él adscritos, el cumplimiento de las directrices y pautas de actuación acordadas por la Comisión de Publicidad y de Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia, así como la adaptación de las distintas campañas de publicidad y comunicación que se lleven a cabo a las disposiciones reguladoras de la imagen institucional de la Administración General del Estado que sean de aplicación, en los términos previstos en el artículo 15 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre.

d) Informar la memoria y los pliegos de prescripciones técnicas particulares de los contratos administrativos que se celebren para la realización de campañas institucionales de publicidad y comunicación por parte del Ministerio o de los Organismos Públicos de él dependientes.

e) Elaborar anualmente un informe en el que se evalúen todas las campañas institucionales llevadas a cabo por el Departamento y sus Organismos Públicos dependientes en el ejercicio correspondiente. Dicho informe incluirá el importe de cada una de las campañas, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

f) Elaborar cuantos otros informes solicite la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia, así como coordinar la participación del Ministerio de Cultura en los proyectos y grupos de trabajo que dicha Comisión proponga.

Artículo 6. Competencias de la Comisión Ejecutiva.

La Comisión Ejecutiva informará y aprobará, en su caso, aquellos asuntos que expresamente le sean delegados por el Pleno y, en particular:

a) Coordinar la recepción de propuestas de los distintos órganos y organismos del Departamento a los efectos de la elaboración del Plan Anual.

b) Establecer las directrices y criterios de carácter interno que deberán seguir las distintas campañas que se hayan incluido en el Plan Anual cuando llegue el momento de su puesta en marcha.

c) Elaborar un Manual de Buenas Prácticas que contendrá los criterios generales que emanen de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia, así como cualesquiera otras indicaciones de carácter interno que, sin contradecir las anteriores, consideren oportuno incluir los Órganos Superiores del Departamento en relación con las campañas de publicidad y comunicación institucional del Ministerio.

d) Elaborar unas instrucciones para determinar el procedimiento mediante el cual los distintos órganos y organismos dependientes del Ministerio recabarán informe de la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional en los supuestos en que éste sea preceptivo según lo previsto en la letra c) de este artículo.

Artículo 7. Funcionamiento de la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura.

La Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura se reunirá, previa convocatoria de su Presidente, al menos dos veces al año, y en sesión extraordinaria siempre que su Presidente, por propia iniciativa o a petición de un tercio de sus miembros, lo considere oportuno para el cumplimiento de alguna de las funciones que tiene atribuidas.

En todo lo no previsto en esta orden, el funcionamiento de la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura se ajustará a lo establecido

para los órganos colegiados en el Capítulo II del Título II de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 8. *Petición de información.*

La Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura, para el ejercicio de sus funciones, podrá recabar cuanta información estime precisa de todos los órganos y organismos del Departamento, que vendrán obligados a facilitarla.

Artículo 9. *Financiación.*

La constitución y el funcionamiento de la Comisión Ministerial de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de Cultura no supondrá incremento alguno del gasto público y será atendida con los medios materiales y humanos de que dispone el Ministerio.

Disposición final única. *Entrada en vigor.*

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

Madrid, 10 de septiembre de 2009.—La Ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde Reig.