

MEMORIA JUSTIFICATIVA RELATIVA A LA OPORTUNIDAD Y NECESIDAD DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REGULA LA COORDINACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Esta memoria justificativa se redacta tal y como exige la Instrucción Tercera.1.2.c) de las Instrucciones sobre el procedimiento para la elaboración de anteproyectos de ley y disposiciones reglamentarias competencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, aprobadas por Acuerdo de 22 de octubre de 2002.

La Comunidad Autónoma de Andalucía, de conformidad con el artículo 70 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, asume la competencia exclusiva sobre la publicidad en general y sobre la publicidad institucional sin perjuicio de la legislación del Estado.

El Decreto 204/2015, de 14 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia y Administración Local, atribuye a ésta la competencia de coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Junta de Andalucía, y, en concreto, a la Dirección General de Comunicación Social, las competencias de dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía en cualquier medio, soporte o canal de comunicación, así como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación. Asimismo, atribuye a dicho centro directivo la dirección de la estrategia de imagen institucional de la Junta de Andalucía, y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, además de la asistencia y asesoramiento en materias de su competencia a las distintas Consejerías y entidades instrumentales de la Administración de la Junta de Andalucía.

Hasta el momento, el desarrollo de la coordinación de la comunicación corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía estaba regulada por el Decreto 461/2004, de 27 de julio. Dicha norma planteaba la necesidad de una estrategia y línea de comunicación integral que permitiese proyectar una serie de identificadores y atributos propiciando una imagen coherente de la Administración Andaluza. Además, configuraba la coordinación como instrumento imprescindible para lograr la eficacia en las acciones de comunicación, referida tanto a las actividades de publicidad institucional como al desarrollo de proyectos de identidad corporativa. A ello hay que añadir que determinados contenidos de la normativa en esta última materia han debido de ser actualizados a lo largo de los últimos años para mayor coherencia de la estrategia de imagen institucional de la Junta de Andalucía.

Por otra parte, tras la regulación de los gastos en información, divulgación y publicidad recogida en artículos de sucesivas Leyes de Presupuestos y Resoluciones de la Dirección General de Comunicación Social que los desarrollan, se hace necesaria recoger, por un lado, la misma en una norma con vocación de permanencia y, por otro, su adecuación a la estrategia global de comunicación de la Junta de Andalucía en cuanto a identidad corporativa, uso de lenguaje e imágenes no sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional.



Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	1/3



En este sentido, la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, establece los principios generales por los que debe regirse la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, que se lleve a cabo a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio previstos en el título III de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Así, toda acción de comunicación institucional debe ajustarse a la misma y así queda recogido expresamente, como respetar el uso de lenguaje e imágenes no sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional.

Por ello, se hace necesaria la unificación de toda la materia antes citada en una norma que atienda la coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la identidad corporativa.

Mediante el Decreto 35/1991, de 12 de febrero, sobre coordinación de la información y divulgación de la acción institucional, se creó una Comisión Interdepartamental, adscrita a la Consejería de la Presidencia, con el objetivo de articular los mecanismos que permitiesen una eficaz coordinación de la información y divulgación de la comunicación institucional de la Administración de la Junta de Andalucía.

Establecer las medidas y directrices para que esta información reuniese criterios generales de identidad corporativa, coordinación, transparencia, eficacia y rentabilidad, y garantizar el derecho de la ciudadanía a recibir la información y la obligación de la Administración de suministrarla, posibilitando, al mismo tiempo, la mejor utilización de medios y recursos públicos, se encontraban entre sus principios.

La experiencia acumulada en la aplicación del Decreto hace necesaria la sustitución de la Comisión prevista en dicha norma por una nueva Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional. Ésta se configura como un órgano colaborador en la planificación, asesoramiento, evaluación, coordinación y seguimiento de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía y de sus entidades instrumentales. Entre sus funciones se encontrarán informar los proyectos de normas generales que afecten a la publicidad y comunicación institucional o el Plan anual de comunicación institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y su informe de evaluación.

Por otro lado, se procede a regular el procedimiento de elaboración del Plan Anual de Comunicación Institucional. Hasta ahora se venía aplicando el Acuerdo de 23 de septiembre de 2008 del Consejo de Gobierno, por el que se establece el procedimiento de elaboración y aprobación del Plan Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y sus Entidades Instrumentales, que contemplaba la planificación de las campañas y acciones de comunicación. A partir de ahora, dicho Plan y su informe de evaluación anual se configuran como herramientas para mejorar la necesaria coordinación y seguimiento de las acciones de comunicación, planificar de forma adecuada y coherente la ejecución de las mismas y, en definitiva, rentabilizar los recursos disponibles en la difusión de los mensajes que debe trasladar la Administración a la ciudadanía. Tanto el Plan como su informe serán objeto de la debida publicidad.

Por último, y derivado de todo lo anteriormente expuesto, procede derogar el Decreto 35/1991, de 12 de febrero, sobre coordinación de la información y divulgación de la acción institucional. Asimismo, procede derogar tanto el Decreto 245/1997, de 15 de octubre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía, como el Decreto 126/2002, de 17 de abril, por el que se aprueba su adaptación y actualizaciones, y la Orden de 22 de julio de 2002, por la que se desarrolla este último. Además, el Decreto 461/2004, de 27 de julio, sobre coordinación de la Comunicación Corporativa de la



Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	2/3



Administración de la Junta de Andalucía y el Decreto 149/2007, de 15 de mayo, por el que se modifican todas las normativas anteriores.

También se deroga el Acuerdo de 23 de septiembre de 2008 del Consejo de Gobierno por el que se establece el procedimiento de elaboración y aprobación del Plan Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y sus Entidades Instrumentales.

Por ende, según lo dispuesto en el artículo 45.1.e), en relación con la Instrucción Tercera.1.2.e) de las Instrucciones sobre el procedimiento para la elaboración de anteproyectos de ley y disposiciones reglamentarias competencia del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, aprobadas por Acuerdo de 22 de octubre de 2002, no procede conceder trámite de audiencia a la ciudadanía, al revestir este proyecto de Decreto la naturaleza disposición de carácter organizativo del Gobierno y la Administración de la Junta de Andalucía o de las organizaciones dependientes o adscritas a ella, así como ser éstas las únicas afectadas por el mismo, constituyendo su ámbito subjetivo de aplicación, sin que afecte a derechos e intereses legítimos de la ciudadanía.

EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Código:		Fecha	22/07/2015
Firmado Por	EUGENIO COSGAYA HERRERO		
Url De Verificación	https://ws043.juntadeandalucia.es/verifirma/	Página	3/3

