





## RESUELVO

**Primero.** En atención a los antecedentes de hecho y los fundamentos de derecho descritos, se estima la solicitud en los términos que siguen y se explican:

La Dirección General de Promoción Institucional ejerce sus competencias en materia de difusión a través del contrato actualmente vigente de intermediación publicitaria CNMY22/DGPI/12. Por tanto, es a través de las empresas adjudicatarias de este contrato cómo se desarrolla esta competencia.

Tiene que señalarse que, a todos los efectos, la distribución de publicidad se efectúa de acuerdo con lo establecido en la Ley 12/2018, de 24 de mayo, de la Generalitat, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas. En concreto, en su art. 6 se establece cuales son los criterios para la distribución de la publicidad institucional, disponiéndose que:

“1. La distribución de la publicidad institucional se ajustará a criterios objetivos; respetará los principios de eficacia, eficiencia, equidad y objetividad, y se realizará en medios de difusión y soportes que, siendo respetuosos con el medio ambiente, se estimen los más adecuados en cada momento para poder llegar al público objetivo destinatario del mensaje e información de la campaña o comunicación. 2. En orden a la realización de los principios señalados en el apartado anterior, para la determinación de los medios de difusión se tendrán en cuenta como criterios prioritarios la audiencia, en primer lugar, y la implantación territorial y social, en segundo lugar”, estableciendo además en su apartado 8 que “la contratación no puede realizarse de manera directa con el medio”, con limitadas excepciones.

Por tanto, la vida o antigüedad de cada medio no es un criterio a tener en cuenta a la hora llevar a cabo la distribución de la publicidad institucional, sino que, como claramente señala la Ley 12/2018, la misma se realizará en medios de difusión y soportes que, siendo respetuosos con el medio ambiente, se estimen los más adecuados en cada momento para poder llegar al público objetivo destinatario del mensaje e información de la campaña o comunicación, siguiendo como criterios prioritarios la audiencia e implantación territorial y social del medio.

En el caso concreto por el cual se interesa el solicitante, en la campaña TERRA DE FESTES, como en tantas otras, la selección de medios fue realizada por una agencia de medios, en este caso EQU MEDIA S.L., adjudicataria del lote 2 del expediente CNMY22/DGPI/12, que nos informa acerca del tema planteado lo siguiente:

“ En respuesta a la solicitud de D. [REDACTED], planteada a través de GVA Oberta con fecha 14/03/2023, exponemos que:

Las campañas de comunicación de Presidència de la Generalitat Valenciana se planifican teniendo en cuenta criterios de audiencia y eficacia publicitaria, intentando dar cabida a todos los medios que cumplan con los requisitos de control establecidos.

A partir de los presupuestos disponibles para cada campaña, intentamos abarcar el mayor número de medios posible, para cumplir con los objetivos anteriormente expuestos, no siendo posible por la limitación en los presupuestos, la participación de todos los medios en todas las campañas.

En el caso específico de los medios representados por D. Carlos López Soria, [www.calpedigital.es](http://www.calpedigital.es), [www.benissadigital.es](http://www.benissadigital.es), [www.deniadigital.es](http://www.deniadigital.es), [www.teuladamorairadigital.es](http://www.teuladamorairadigital.es) y [www.xabiaaldia.com](http://www.xabiaaldia.com), se ha podido comprobar que en la planificación de la campaña Terra de Festes a la que se hace referencia en la solicitud de información recibida, están incluidas las 5 cabeceras, pero debido a un error en la recepción de la orden de compra por parte de la Asociación de medios digitales a la que pertenecen dichas cabeceras, la campaña se puso en marcha el



día 21 de marzo, en lugar del día 12 como estaba planificado. Es por ello que se pudo ver activa la campaña desde el día 12 de marzo en otros medios digitales. “

Por tanto, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, ha sido subsanado el error y hay que entender que ha sido resuelta de forma satisfactoria su pretensión.

**Segundo.** La información pública puesta a disposición por la presente resolución podrá ser reutilizada según lo dispuesto en el capítulo III del título II del Decreto 105/2017, de 28 de julio.

**Tercero.** Notificar a la persona interesada la presente resolución, con la indicación de que contra ésta, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse un recurso contencioso-administrativo conforme a lo establecido en los artículos 112, 114, 123 y 124 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas y los artículos 8, 14.1 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la jurisdicción contencioso-administrativa, en el plazo de 2 meses, contados desde el día siguiente al de la notificación de la presente resolución. No obstante, con carácter potestativo y previo a su impugnación ante la jurisdicción contencioso-administrativa, podrá interponerse una reclamación ante el Consejo de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno en el plazo de 1 mes, contado también desde el día siguiente al de la notificación de la presente resolución, según lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 2/2015, de 2 de abril, y el artículo 57 del Decreto 105/2017, de 28 de julio.

Valencia,

LA DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN INSTITUCIONAL

Firmado por María Fernanda Escribano Botet  
el 12/04/2023 10:24:59

