



---

# ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA

## BOLETÍN OFICIAL

---

NÚMERO 169

IX LEGISLATURA

26 DE NOVIEMBRE DE 2018

---

### C O N T E N I D O

#### SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS

##### 1. Leyes

- [Ley](#) de modificación de la Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia. (pág. 9763)

- [Ley](#) de comunicación y publicidad institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. (pág. 9766)

##### 2. Mociones o proposiciones no de ley

- [Moción](#) sobre solicitud al Gobierno de la nación para la continuación de la difusión a nivel internacional de los daños ocasionados por el secesionismo en España. (pág. 9782)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración de la puesta a disposición de los ayuntamientos de menos de 20.000 habitantes de un delegado de protección de datos. (pág. 9782)

- [Moción](#) sobre convocatoria de la Mesa General Negociación de la Comunidad Autónoma para el cumplimiento del punto quinto del II Acuerdo Gobierno-Sindicatos. (pág. 9782)

- [Moción](#) sobre solicitud al Gobierno de la nación para que el desfile anual de las Fuerzas Armadas se realice en la Comunidad el próximo año 2019.  
(pág. 9783)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración de adopción de medidas contra el despoblamiento en los municipios de la Región.  
(pág. 9783)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración de elaboración de un plan para dar respuesta efectiva a los períodos de epidemia gripal aplicable anualmente de manera automática.  
(pág. 9786)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración de elaboración del plan regional para el abordaje de los trastornos del espectro alcohólico fetal y el síndrome alcohólico fetal en la Región.  
(pág. 9788)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración de un proceso de participación sobre el proyecto de decreto de desarrollo de la Ley 6/2015, de Vivienda de la Región.  
(pág. 9788)

- [Moción](#) sobre estudio y toma en consideración para evitar medidas para la desigualdad de género en la carrera académica.  
(pág. 9789)

## **SECCIÓN “B”, TEXTOS EN TRÁMITE**

### **2. Propositiones de ley**

#### **b) Enmiendas**

- [Ampliación](#) del plazo de presentación de enmiendas a las proposiciones de ley 64, 88, 90, 95, 97 y 98.  
(pág. 9790)

## **SECCIÓN “H”, COMUNICACIONES E INFORMACIÓN**

- [Calendario](#) de tramitación del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el año 2019.  
(pág. 9791)

**SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS****1. Leyes****PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA  
REGIONAL DE MURCIA****Orden de publicación**

Aprobada por el Pleno de la Cámara, en reunión celebrada el día de la fecha, la Ley de modificación de la Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia, se ordena por la presente su publicación en el Boletín Oficial de la Asamblea.

Cartagena, 15 de noviembre de 2018  
LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

**LEY DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 3/2009, DE 11 DE MAYO, DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA SANITARIO DE LA REGIÓN DE MURCIA.****PREÁMBULO**

La Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia, supuso un hito importante en el sistema sanitario de nuestra Región al recogerse en un único texto legal, de forma completa y sistematizada, los principios rectores que deben guiar toda actuación sanitaria, el desarrollo y organización por bloques de los derechos y deberes que ostentan los usuarios de nuestro sistema sanitario a la vista de lo establecido en la normativa nacional e internacional, así como un sistema de protección y garantía de estos derechos. En particular, en su título II, dentro de los derechos relacionados con la atención y asistencia sanitaria, se dedicó el artículo 16 a los menores en cuanto colectivo que merece una especial protección. En él se estableció la obligación de la Administración sanitaria de velar de forma especial por los derechos relativos a la salud de los menores, de conformidad con la normativa aplicable, y se recogieron previsiones específicas para los recién nacidos: el derecho a un tratamiento respetuoso y digno desde su nacimiento y a ser identificado con inmediatez, a la realización de pruebas de detección neonatal y, en su caso, de medidas de estimulación precoz.

Los avances producidos en lo relativo a los primeros mil días (P1000D) de vida de una persona aconsejan seguir avanzando en el reconocimiento de los derechos de los recién nacidos. La evidencia aportada por la epigenética (influencia del ambiente sobre la expresión de los genes), la neurociencia (influencia del desarrollo del cerebro) y la biología evolutiva (que determina el comportamiento) pone de manifiesto que la fisiología del recién nacido depende del cuerpo de la madre. El bebé recién nacido es el que activa, a través del “programa de reproducción”, la secuencia de acontecimientos biológicos y emocionales que ocurren durante el parto, el nacimiento y la lactancia. Es en este hábitat de transición entre la vida intrauterina y la vida extrauterina, donde el bebé encuentra todo lo que necesita: calor, nutrición y protección. Y es en ese hábitat donde se dan las mejores condiciones para el correcto desarrollo neuronal. Durante el estado de “alerta tranquila” que se produce tras el parto y que dura unas dos horas, la madre y el bebé tienen los niveles más altos de oxitocina, lo que explica la estrecha vinculación afectiva que se produce entre la madre y el bebé. Estas experiencias tempranas influyen

notablemente en la estructura y la función cerebral y repercuten tanto en la salud física como en la psicológica para toda la vida. Otro aspecto a considerar es el referente al derecho a la identidad del recién nacido tras el nacimiento y su extensión a la identidad sanitaria. Los servicios de salud de la mayoría de los países no han reconocido aún al bebé recién nacido, que no precisa ingreso, como “sujeto de la asistencia”, sino como acompañante de la madre que no precisa recursos adicionales para sus cuidados.

En consecuencia, la información sobre estos aspectos trascendentales para el bebé permanece invisibilizada y fuera de los circuitos convencionales de planificación sanitaria. La Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia, reconoce en su preámbulo y en el artículo 8, el deber de la Administración sanitaria de abordar las acciones necesarias que profundicen en la humanización y calidad de la asistencia sanitaria. Y la humanización comienza, sin duda, en el periodo más crítico y trascendente del ciclo vital de la madre y del bebé: el episodio del parto-nacimiento.

En este sentido, y dentro de la competencia otorgada a la consejería competente en materia de sanidad para promover programas de actuación dirigidos a colectivos objeto de especial protección (artículo 15.2 de la Ley 3/2009, de 11 de mayo), se han desarrollado diversas iniciativas. Por un lado, los indicadores de lactancia y de contacto piel con piel se han incorporado en los Acuerdos de Gestión del Servicio Murciano de Salud. Por otro lado, desde finales de 2017 todas las maternidades han comenzado a implantar una Historia Clínica Electrónica que recoge toda la información relevante del nacimiento. Y en 2018, desde la gerencia del Servicio Murciano de Salud, se ha aprobado un plan de acción para impulsar esta iniciativa en el marco del Programa de Atención para los 1000 primeros días de vida.

La trascendencia de esta fase de la vida en el posterior desarrollo de la persona así como los avances producidos a nivel regional en este ámbito aconsejan el reconocimiento expreso a nivel legal de ciertos derechos a los recién nacidos, concretando así la previsión contenida en el artículo 16, párrafo primero, de la Ley 3/2009, acerca del trato respetuoso y digno al recién nacido y su derecho a la identificación. En concreto, a través de la modificación del párrafo segundo del artículo 16 (cuyos párrafos pasan a enumerarse con ordinales), se reconoce el derecho del recién nacido a no ser separado de su madre tras el parto (esto es, el derecho a permanecer en contacto piel con piel inmediato e ininterrumpido, salvo por motivos médicos debidamente justificados) y el derecho a una identidad sanitaria desde el nacimiento, con apertura de historia clínica. Respecto a este último, el reconocimiento del recién nacido como “sujeto de la asistencia” implica disponer de un informe de asistencia normalizado para todos los bebés recién nacidos, instrumento necesario para asegurar la continuidad asistencial: poseer tarjeta de identificación sanitaria y asignación de pediatra en el centro de salud, así como disponer, de forma regular y normalizada, de las variables de nacimiento más predictivas junto con los datos de alimentación y desarrollo que permitan establecer un conjunto mínimo básico de datos de salud sobre los P1000D con el fin de gestionar, planificar y evaluar el cuidado de la salud, además de promover la investigación clínica y epidemiológica en estas primeras etapas del desarrollo en los términos previstos en la legislación aplicable.

#### **Artículo único. Modificación de la Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia.**

Se modifica el artículo 16 de la Ley 3/2009, de 11 de mayo, de los derechos y deberes de los usuarios del sistema sanitario de la Región de Murcia, que queda redactado en los siguientes términos:

## Artículo 16. Menores.

1. La Administración sanitaria velará de forma especial por los derechos relativos a la salud de los menores, de conformidad con las previsiones contenidas en la Ley 3/1995, de 21 de marzo, de la Infancia de la Región de Murcia, y demás normativa aplicable.

2. Específicamente, los recién nacidos tendrán derecho a recibir un tratamiento respetuoso y digno desde su nacimiento y a ser identificados con inmediatez, así como a que se les realicen las pruebas que se considere adecuadas de detección neonatal y, en su caso, a las medidas de estimulación precoz si hay sospecha de enfermedad que pueda generar discapacidad.

En particular, se les reconoce:

a) El derecho a no ser separados de su madre tras el parto (contacto piel con piel inmediato e ininterrumpido), salvo por razones médicamente justificadas.

b) El derecho a la identidad sanitaria desde el momento de su nacimiento, como sujetos de la asistencia, con apertura de historia clínica.

### **Disposición final. Entrada en vigor.**

La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.

## **SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS**

### **1. Leyes**

PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA  
REGIONAL DE MURCIA

Orden de publicación

Aprobada por el Pleno de la Cámara, en reunión celebrada el día 8 de noviembre, la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y corregida de estilo por la Comisión de Competencia Legislativa en reunión del día 19 de noviembre, se ordena por la presente su publicación en el Boletín Oficial de la Asamblea.

Cartagena, 26 de noviembre de 2018

LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

# LEY DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA

## PREÁMBULO

### I

El artículo 10.1.30 del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia reconoce a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia la competencia exclusiva en materia de publicidad, correspondiéndole la función legislativa, la potestad reglamentaria y, en ejercicio de la función ejecutiva, la adopción de cuantas medidas, decisiones y actos procedan. El artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia establece que los poderes públicos regionales promoverán las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas, removiendo los obstáculos que impidan o dificultan su plenitud y facilitarán la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social de la Región. Así mismo, tanto la Ley 5/1994, de 1 de agosto, del Estatuto Regional de la Actividad Política, como la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, fijan el ejercicio de las funciones políticas y ejecutivas del Gobierno regional, sus deberes y obligaciones, reflejadas a través de la acción de gobierno como una actividad de responsabilidad leal a los intereses generales de la ciudadanía, entre las cuales debe destacarse por su especial relevancia la actividad comunicativa y publicitaria desarrollada por parte de las Administraciones públicas en el ámbito de la Región de Murcia.

El principio de utilidad pública de la información y la comunicación institucional debe estar orientada, de modo prioritario, al servicio público y nunca al ensalce de la labor del gobierno. Como garantía de este principio se aprobó la Ley estatal 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, en la que se recoge expresamente que "La valoración, el juicio y la información de carácter político tienen sus propios cauces y no deben mezclarse con la actividad comunicativa que, ordenada y orientada a la difusión de un mensaje común, emprende la Administración para dar a conocer a los ciudadanos los servicios que presta y las actividades que desarrolla. Debe ser un principio fundamental de la actividad comunicativa del Gobierno, a través de campañas institucionales, desligar la opción política de la información veraz y neutral sobre sus políticas públicas. 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".

En este sentido, y teniendo en cuenta que en la Región de Murcia, como en el conjunto del país, son precisamente las administraciones públicas los principales clientes de los servicios públicos y privados de publicidad y comunicación, se hace necesario, en primer lugar, fijar en nuestra Comunidad Autónoma nuevos niveles de responsabilidad, transparencia, buen gobierno, participación y rendición de cuentas de las administraciones públicas en un contexto de garantía de la pluralidad, la independencia y la neutralidad de la acción comunicativa de los poderes públicos. La comunicación y publicidad institucional no sólo se describen como un deber de las administraciones sino que también en un derecho de la ciudadanía, por cuanto la participación ciudadana y el control democrático de las funciones de los poderes públicos serán más efectivos cuanto mayor sea la información objetiva y veraz sobre las actuaciones y servicios que los poderes públicos desarrollan, aspecto especialmente relevante para certificar la calidad y

la excelencia de un sistema democrático.

En segundo lugar, y de acuerdo a los principios de eficacia, transparencia, austeridad y eficiencia cada día se hace más exigible que la planificación, ejecución y evaluación de las campañas institucionales de comunicación logren el máximo aprovechamiento de los recursos públicos al mismo tiempo que se garantiza, en tercer lugar, la lealtad institucional entre los distintos niveles de la Administración, quedando prohibidas las campañas destinadas a denostar la actividad de otras administraciones en el uso legítimo de sus competencias.

La cultura del buen gobierno constata la necesidad de armonizar la comunicación como herramienta que aporta valor a la gestión de la Administración con un ejercicio profesionalizado de esta acción comunicativa en torno a los principios de objetividad, veracidad y utilidad pública. Esta ha sido la intención recogida en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que si bien su artículo 4 tiene carácter de legislación básica, en virtud de lo recogido en su disposición final segunda conforme a lo establecido en el artículo 149.1.18ª de la Constitución española, sin embargo, no existe en nuestra Comunidad Autónoma ningún organismo que garantice su cumplimiento, por lo que se hace necesario avanzar en el desarrollo propio de una normativa regional sobre la publicidad institucional, en sintonía con lo que ha ocurrido en la mayor parte del resto de comunidades autónomas.

## II

La presente Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia tiene como objetivos prioritarios: la transparencia, la garantía de una mayor accesibilidad a los ciudadanos de manera que les permita un aprovechamiento más eficaz de los recursos públicos, así como la preservación de la lealtad institucional y la pluralidad de medios.

El presente texto legal establece garantías concretas a fin de asegurar que las campañas institucionales de comunicación y publicidad sean efectivamente útiles a los ciudadanos, y no al gobierno que las promueve, por lo que se establecen los requisitos que éstas deben cumplir, enumerando los objetivos que las mismas deben tener para poder ser promovidas y/o contratadas. Así, por ejemplo, prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de sus competencias; cuando vayan a contribuir al fomento la igualdad entre hombres y mujeres y el respeto a la diversidad social y cultural presente en la sociedad; o cuando se ajusten a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

En este mismo sentido, se prohíben expresamente aquellas campañas de publicidad y comunicación institucional que tengan como finalidad destacar los logros de gestión y/o los objetivos alcanzados por el ejecutivo; aquéllas que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales; y aquellas que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. Los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, lemas, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u

organización social; y no se podrán difundir campañas institucionales que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración autonómica o entidad promotora o contratante.

Como aspecto esencial, se promueve la accesibilidad para las personas con discapacidad y se otorga preferencia a los soportes más respetuosos con el medio ambiente.

### III

La presente ley se estructura en cinco capítulos, que establecen las disposiciones generales, los principios de aplicación a la acción comunicativa de los sujetos afectados, el régimen jurídico de la publicidad institucional, las prohibiciones y la planificación y evaluación de la comunicación y publicidad institucional y, finalmente, las garantías y derechos de los ciudadanos en relación con la cancelación o rectificación.

El primero de los capítulos recoge las disposiciones generales relativas al alcance objetivo y subjetivo de la norma. En relación con el objeto se opta por incluir la comunicación institucional del sector público autonómico en su acepción integral. De esta manera, la ley extiende su contenido inicial referido a los principios y valores a toda la acción comunicativa. El capítulo se completa delimitando el ámbito subjetivo por remisión al sector público de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El segundo capítulo enuncia los principios a los que deberá someterse la comunicación institucional en todas sus manifestaciones. Cobran especial relevancia los relativos a la objetividad, veracidad y utilidad pública; los vinculados al buen gobierno; y los relativos a la profesionalización de la comunicación institucional en el marco de la labor de planificación y evaluación. Completan el capítulo de los principios los vinculados con la responsabilidad social de las administraciones públicas en su actividad de comunicación.

El tercero de los capítulos se refiere al ámbito de la publicidad institucional como una de las formas en las que se materializa la actividad comunicativa, desplegando sobre ellas el régimen jurídico aplicable en relación con sus soportes, alcance material, y las normas para los procesos electorales, y el cuarto de los capítulos a las prohibiciones y al proceso de planificación y evaluación. En el artículo 10 se regulan las "prohibiciones", extendiendo su ámbito objetivo tanto a las campañas de publicidad institucional como a las campañas institucionales de comunicación tal y como se definen por la normativa básica estatal, respetándose de esa forma el contenido básico del artículo 4.1 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. El capítulo se ocupa igualmente de la transparencia en relación con la actividad derivada de estas campañas.

Finalmente, el capítulo V se ocupa de las garantías de las que disponen los ciudadanos en relación con el derecho de cesación y rectificación.

La disposición adicional primera establece normas específicas para la Asamblea Regional, las entidades locales y universidades de titularidad pública. La disposición derogatoria establece la derogación de cuantas normas se opongan a ésta. La disposición final primera determina la habilitación normativa y el desarrollo reglamentario de la ley. Y, por último, la disposición final segunda establece la entrada en vigor de la ley.



## **Capítulo I**

### **Disposiciones generales**

#### **Artículo 1. Objeto.**

1. Es objeto de esta ley establecer los principios a los que deberá someterse la comunicación institucional y regular la publicidad institucional entendidas como las actividades comunicativas y publicitarias promovidas por las administraciones e instituciones públicas de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así como por las empresas y organismos que de ellas dependen, y definir y garantizar el uso de la publicidad institucional exclusivamente en beneficio de la ciudadanía, para que sea informada de sus derechos y de los servicios públicos concretos a los que puede acceder, bajo la concepción ciudadana colectiva y no partidista de los servicios públicos.

2. También es objeto de la ley que la publicidad institucional sirva para informar a la ciudadanía de sus responsabilidades legales, cívicas y sociales o para requerir un determinado comportamiento en función de un concreto bien jurídico a proteger, entendiendo la comunicación y la publicidad institucional como un derecho de la ciudadanía y un deber de las instituciones.

#### **Artículo 2. Definiciones.**

1. A efectos de esta ley, se entiende por campaña de comunicación institucional toda actividad de comunicación que sea promovida por los entes referidos en el artículo 3 de esta ley, con los siguientes objetivos:

a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.

d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

f) Anunciar medidas en caso de situaciones de emergencia o catástrofe, así como las acciones a llevar a cabo por las personas afectadas para su protección.

g) Difundir los procesos electorales y fomentar el ejercicio del derecho al voto.

h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.

i) Difundir ofertas de empleo público.

j) Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.

k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.

l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.

m) Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.

Cuando estas actividades de comunicación se realicen mediante la utilización de formatos o soportes publicitarios contratados con terceros o cedidos por estos, la actividad de comunicación se enmarcará dentro de la consideración de publicidad institucional.

2. Las redes sociales serán consideradas a todos los efectos medios de difusión.

3. Quedan excluidos de la aplicación de esta ley todas las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

### **Artículo 3. Ámbito subjetivo.**

1. Las disposiciones de esta ley se aplicarán:

a) A todas las entidades integrantes del sector público de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en los términos definidos por la legislación aplicable y, en concreto, a:

- La Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Los organismos y entes públicos.
- Las fundaciones, consorcios y empresas públicas.

b) A la Asamblea Regional.

c) A las entidades locales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, así como las instituciones o entidades públicas dependientes de ellas, las que actúen sometidas al Derecho Público, y cualesquiera otras personas jurídicas en las que participen mayoritariamente.

d) A las universidades de titularidad pública financiadas mayoritariamente por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

2. Esta ley no será de aplicación a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que desarrollen los sujetos enumerados en el apartado anterior en el cumplimiento de los fines que les son propios.

3. Cualquier campaña de publicidad o publicación institucional sufragada, total o

parcialmente, con dinero público y que no sea emitida por las personas jurídicas referidas en el punto primero del presente artículo también deberá cumplir con lo dispuesto en la presente ley.

4. Adicionalmente, el contenido de los principios recogidos en el capítulo II de esta ley resultará de aplicación a las personas físicas o jurídicas que tengan suscritos contratos con cualquiera de las administraciones sujetas a esta ley, así como a los que sean beneficiarios de ayudas o subvenciones públicas. Esta aplicación se limita a los actos de comunicación vinculados con el bien o servicio contratado, o de la actividad objeto de subvención.

#### **Artículo 4. Principios Generales.**

1. Las campañas institucionales de publicidad y de comunicación se desarrollarán exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias.

2. Estas campañas deben tener como finalidad dar a conocer los derechos y servicios a la ciudadanía, además de responsabilidades cívicas y obligaciones legales de la ciudadanía o alertas por emergencias, cumpliendo con el deber de información pública.

3. Las campañas institucionales se ajustarán siempre a los principios de interés ciudadano, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad y eficiencia.

4. Las campañas institucionales deben quedar claramente desmarcadas de la propaganda de los partidos políticos, tanto en el fondo como en la estética utilizada.

5. Las campañas institucionales deben ser claramente identificables.

6. Los anuncios institucionales deben ser claros y completos. La campaña institucional no debe conducir a conclusiones erróneas, ni por ambigüedad, inexactitud, omisión u otras circunstancias. En caso de que la publicidad o publicación institucional utilice personas que realizan recomendaciones o dan testimonio, estos deben responder a la verdad, tanto respecto a la persona como al contenido, planteando por tanto casos reales o informando, en su caso, de que se trata de una dramatización.

7. La campaña institucional no debe incitar, directa o indirectamente, a la violencia ni a comportamientos antisociales, ni debe sugerir ventajas en las actitudes de violencia. Tampoco puede ofrecer argumentos que se aprovechen del miedo, el temor o las supersticiones de las personas destinatarias, ni promover prácticas peligrosas.

8. Las campañas institucionales deben respetar los derechos al honor, la intimidad y la propia imagen. En la publicidad institucional no debe denigrarse, implícita o explícitamente, a ninguna persona o colectivo social, religión, pensamiento o ideología democrática.

9. Las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y respetarán la diversidad social, cultural, étnica, de pensamiento, de identidad en orientación sexual presente en la sociedad, evitando en todo caso la reproducción de estereotipos de género o culturales. Las campañas institucionales contribuirán a la

protección de la infancia y la adolescencia.

10. La comunicación y publicidad institucional destinada a segmentos de población especialmente sensibles como infancia y adolescencia debe ser extremadamente cuidadosa. No debe explotarse la inseguridad o inmadurez de las personas, la credulidad natural de niños y niñas, ni tampoco debe abusarse de su sentido de lealtad.

11. Las campañas institucionales deben fomentar el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad. Los medios y apoyos que utilizan las comunicaciones institucionales deben corresponderse con dicho criterio y deben servir de ejemplo para el conjunto de la población.

12. Todos los datos difundidos en la comunicación y publicidad institucional deben ser relevantes y comprobables y no pueden dar lugar a error. Todas las comparaciones deben ser objetivas y verificables. No puede crearse confusión ni mezcla de mensajes. En caso de que la publicidad institucional utilice a personas que realizan recomendaciones o dan testimonio, estos deben responder a la verdad, tanto en lo que se refiere a la persona como en lo concerniente al contenido, planteando por lo tanto casos reales o informando, en su caso, de que se trata de una dramatización.

13. Las campañas institucionales de comunicación y publicidad tendrán carácter inclusivo y no discriminatorio, respetando el derecho de todas las personas a ser destinatarias de las mismas. Con esta finalidad deberán garantizar medidas de accesibilidad audiovisual a la información suministrada.

## **Capítulo II Comunicación institucional**

### **Artículo 5. Principios.**

1. La comunicación institucional se sujetará a los siguientes principios:

a) Igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad en el contenido de la información.

b) Orientación al servicio público, haciendo que prevalezca la utilidad pública.

c) Transparencia y buen gobierno en los medios utilizados y en el contenido de la acción comunicativa, el estímulo de la participación y la búsqueda de la colaboración con los diferentes agentes implicados en la acción comunicada.

d) La claridad en el contenido informativo, así como en la existencia de elementos identificativos suficientemente claros para no inducir a confusión sobre su origen.

e) La creatividad en el desarrollo de los proyectos publicitarios, y en especial su capacidad para adaptar la acción comunicativa a los objetivos predeterminados.

f) La responsabilidad y rendición de cuentas como principios de actuación de los poderes públicos en contraprestación al legítimo derecho a la información de la ciudadanía.

g) La efectividad y profesionalidad en la gestión de la comunicación, mediante la normalización de procedimientos de planificación y evaluación. La comunicación institucional y la actividad publicitaria no podrá disponer en ningún caso de contenidos de carácter engañoso, desleal, subliminal o encubierto; debiendo respetar las prohibiciones y limitaciones normativas que en cada caso sean de aplicación.

h) La pluralidad en los medios y soportes utilizados.

i) El fomento del periodismo ético y el respeto de los códigos deontológicos de la profesión, en especial en lo referido a las garantías de la necesaria independencia y equidad en el desempeño de la actividad periodística.

j) La protección de la dignidad de las personas y los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente los recogidos en los artículos 18 y 20, apartado 4, de la Constitución española.

k) El impulso de las nuevas tecnologías de la comunicación, para que los contenidos de publicidad institucional puedan llegar a los ciudadanos de forma eficaz y accesible.

l) La libre concurrencia, así como la transparencia, eficacia y rentabilidad en la asignación de los recursos económicos.

2. La comunicación institucional deberá mostrarse sensible con la realidad social en la que se desarrolla, y en tal sentido atenderá en especial a los criterios de:

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

b) Tolerancia, respeto y civismo democrático.

c) Atención a la diversidad.

d) Perspectiva de género.

e) Protección a la infancia.

f) Respeto y protección a las personas mayores.

g) Integración social.

h) Accesibilidad universal a la información de cualquier persona con cualquier tipo de discapacidad.

i) Diálogo en el ámbito social, económico y laboral.

j) Respeto con el medio ambiente en los medios y soportes utilizados.

k) Cultura de la Paz.

l) Aconfesionalidad de las instituciones públicas.

3. En las actividades publicitarias y la comunicación institucional no deberá cuestionarse, implícita o explícitamente, a otras instituciones, entidades o personas.

### **Capítulo III**

## **Publicidad institucional**

#### **Artículo 6. Publicidad institucional.**

1. Se denomina publicidad institucional al acto o conjunto de actos enmarcados en la comunicación institucional que, promovidos por los entes sujetos a esta ley, se realizan mediante la utilización de formatos, soportes o medios contratados con terceros o cedidos por estos.

2. La publicidad institucional forma parte de la comunicación institucional y, como tal, se sujeta a los principios descritos en el capítulo II de esta norma.

#### **Artículo 7. Criterios de contratación de la publicidad institucional, soportes y medios de difusión.**

1. Los contratos relativos a la publicidad institucional regulados por la presente ley se regirán por la legislación de contratos del sector público y por el resto de disposiciones que les sea de aplicación, respetando los principios de igualdad, libre concurrencia, publicidad, objetividad, eficacia y eficiencia.

2. Las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general y podrá realizarse en cualquier tipo de formato, soporte o medio de difusión.

3. No obstante lo anterior, se evitará la utilización de medios de difusión incompatibles con la dignidad de la institución, administración o ente anunciante o que por su titularidad, ideario o contenido se vinculen con posiciones o actividades que violen o apoyen la violación de los valores constitucionales o los derechos humanos o promuevan o induzcan a la violencia, la discriminación u otros comportamientos contrarios a la dignidad humana.

4. Las campañas de publicidad definirán en su objeto el alcance concreto de los servicios, soportes, medios o canales a utilizar. Se potenciarán, en el marco de la legislación sobre contratación, los soportes que sean respetuosos con el medio ambiente. 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.

5. Se publicará en la página de transparencia de la institución, con al menos una periodicidad cuatrimestral, todos los contratos de publicidad institucional que celebre cualquier órgano, entidad o sociedad mercantil incluido en el ámbito de aplicación de esta ley. En esta publicación se especificará el objeto del contrato, su cuantía y el nombre del adjudicatario.

6. Se publicará en la página de transparencia de la institución, con al menos una periodicidad cuatrimestral, las ayudas, subvenciones y convenios que sean concedidos o celebrados por la Administración de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y las Administraciones locales, así como por los organismos, entidades o sociedades mercantiles incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley, con medios de comunicación, agencias o empresas del sector, en materia de actividad publicitaria. En esta publicación

se especificará el objeto de la ayuda, subvención o convenio, su cuantía y el nombre del beneficiario. Su publicación en el BORM se realizará de acuerdo con la normativa de aplicación para la concesión de las mismas.

7. Para alcanzar la máxima eficacia, en los pliegos para los contratos publicitarios se establecerá con claridad que las empresas licitadoras deberán atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio dentro de las limitaciones económicas fijadas.

8. Se garantizará el acceso de las personas con discapacidad a los mensajes institucionales posibilitando la accesibilidad universal establecida en la legislación vigente en cada momento, el reconocimiento de las lenguas de signos españolas y la aplicación de cualquier norma que regule los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas. La publicidad institucional respetará en todas sus actuaciones la legislación vigente en cuanto a igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

9. Queda prohibido el pago en paraísos fiscales y la contratación de empresas que hagan uso de estos.

#### **Artículo 8. Limitación de la publicidad mediante patrocinio.**

No podrá realizarse publicidad institucional mediante la modalidad de patrocinio cuando el patrocinado, la actividad patrocinada u otros patrocinadores de la misma actividad vulneren los principios informadores de los artículos 4 y 5 del presente texto legal o cualquier otra norma prevista en la presente ley.

#### **Artículo 9. Procesos electorales, consultas y referéndums.**

1. Los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley se abstendrán de realizar campañas institucionales en periodo electoral o en periodos en los que se esté en proceso de celebración de una consulta o referéndum en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Se entiende por periodo electoral el comprendido entre el día de la publicación de la convocatoria de las elecciones o referéndum y el mismo día de la votación.

2. Quedan excluidas del apartado anterior las campañas institucionales previstas en la legislación electoral así como las informativas que resulten imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el desarrollo correcto de los servicios públicos, siempre y cuando no se violen los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y de igualdad entre los actores electorales, y no se dirijan a inducir el sentido del voto, todo ello en los términos que señale la normativa vigente.

3. En las campañas institucionales para promover la participación en las elecciones no podrán utilizarse eslóganes, simbología o elementos publicitarios identificables de los partidos políticos. Asimismo, los partidos políticos tampoco pueden utilizar durante la campaña electoral eslóganes, simbología o elementos publicitarios identificables con las campañas institucionales.

4. En todos los contratos de publicidad que se liciten por cualquiera de los sujetos

comprendidos en el ámbito de esta ley se incluirán las cláusulas oportunas para hacer efectivas las previsiones contenidas en el presente artículo.

## **Capítulo IV** **Prohibiciones, planificación y evaluación de la comunicación y publicidad institucional**

### **Artículo 10. Prohibiciones.**

1. En los términos que disponga la normativa básica estatal no se podrán promover o contratar campañas de comunicación y publicidad institucional:

a) Que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos mencionados en los artículos 1 y 3 de esta ley.

b) Que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.

c) Que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales y estatutarios.

d) Que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

2. En relación con la prohibición de campañas que incluyan mensajes discriminatorios, se atenderá especialmente a la prohibición de aquellas que no transmitan una imagen igualitaria, plural y no estereotipada entre hombres y mujeres, ya sea a través de imágenes, de símbolos o del propio uso del lenguaje.

Las administraciones públicas de la Región de Murcia incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley no insertarán espacios de publicidad institucional en aquellos medios de comunicación que contengan anuncios de prostitución, contactos, comercio sexual y/o reproduzcan contenidos vejatorios relacionados con la imagen de las mujeres y, por tanto, atenten contra su dignidad, banalicen o inciten a la violencia contra las mujeres.

Las administraciones públicas de la Región de Murcia incluidas en el ámbito de aplicación de esta ley inadmitirán a trámite las solicitudes de subvenciones de aquellos medios de comunicación de titularidad privada que contengan anuncios de prostitución, comercio sexual y/o reproduzcan contenidos vejatorios relacionados con la imagen de las mujeres y, por tanto, atenten contra su dignidad, banalicen o inciten a la violencia contra las mujeres.

3. Los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social.

4. No se podrán difundir campañas institucionales de publicidad que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o



entidad promotora o contratante, así como su imagen corporativa institucional.

5. Se prohíben las campañas referidas a materias que no formen parte de las competencias propias, así como aquellas que cuestionen, implícita o explícitamente, a otras instituciones entidades o personas.

6. En relación con la prohibición de campañas que incluyan mensajes discriminatorios, se atenderá especialmente a la prohibición de aquellas que no transmitan una imagen igualitaria, plural y no discriminatoria entre hombres y mujeres, ya sea a través de imágenes, de símbolos o del propio uso del lenguaje.

7. Se prohíben las campañas que revistan carácter engañoso, desleal, subliminal o encubierto, de acuerdo con la legislación vigente en materia de publicidad. Igualmente, se prohíben las que induzcan a errores por ambigüedad, omisiones, inexactitud de los datos o cualquier otra circunstancia.

8. Quedan igualmente prohibidas las campañas de publicidad y comunicación institucional que tengan un contenido o se difundan a través de un formato, soporte o medio que sea incompatible con la dignidad de la institución pública que la promueva.

9. Se prohíbe la comunicación publicitaria institucional partidista.

10. Se prohíbe la utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales. En este sentido, se prohíben las comunicaciones financiadas, directa o indirectamente, con fondos públicos de los gobiernos institucionales.

11. Se prohíbe alcanzar acuerdos con medios de difusión para promocionar la imagen de los cargos públicos y administraciones públicas.

12. Toda la publicidad institucional estará libre de identificación partidista alguna, quedando prohibidos los puntos de similitud con la publicidad que lleve a cabo cualquier partido político para la propia imagen o la captación de afiliación.

13. Las prohibiciones contenidas en este artículo se extenderán igualmente a las campañas institucionales de comunicación, tal y como se definen en la normativa básica estatal.

### **Artículo 11. Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional.**

1. Para la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, se crea el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia, adscrito a la consejería competente en materia de comunicación institucional, formado por un representante de cada una de las consejerías con rango, al menos, de subdirección general y presidido por el/la consejero/a competente en materia de comunicación institucional.

2. En el seno del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia se creará un Comité de Recursos encargado de resolver las reclamaciones que pudieran presentarse. Reglamentariamente, se determinará la composición, organización y funcionamiento del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de

Murcia.

## **Artículo 12. Planificación anual de las campañas de publicidad y comunicación institucional.**

1. Anualmente se elaborará en el seno del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia un "Plan anual de comunicación y publicidad institucional" en el que se incluirán todas las campañas de comunicación y publicidad institucional que se prevea desarrollar por la Administración pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

2. En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre:

a) El objetivo de cada campaña.

b) El coste previsible.

c) El periodo de ejecución.

d) Los canales de comunicación que se prevea utilizar.

e) Los públicos objetivos.

f) Los organismos y entidades afectadas, en su caso.

g) Las medidas tendentes a garantizar el acceso de las personas discapacitadas a las campañas de publicidad que se desarrollen.

3. El plan anual de comunicación y publicidad institucional será aprobado por el Consejo de Gobierno, a propuesta del Consejo de Publicidad y Comunicación institucional de la Región de Murcia. De la aprobación del plan, y de su contenido íntegro, se dará cuenta a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional en el plazo de un mes desde su aprobación.

4. Excepcionalmente, cuando deban realizarse campañas de comunicación y/o publicidad institucional, en el ámbito de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, no previstas en el plan anual, el órgano o entidad que la promueva lo comunicará, con carácter previo, a la consejería que coordine la ejecución del plan a efectos de su inclusión en el mismo si procede. Trimestralmente se informará a la Comisión referida en el apartado anterior de las modificaciones efectuadas en el plan.

5. Junto a la información referida a las campañas de publicidad, el plan incluirá los fines u objetivos corporativos que, en su caso, deberán estar presentes en las diferentes campañas de publicidad, así como las pautas de identidad gráfica corporativa a las que deben sujetarse, y en todo caso la identificación de la campaña como institucional.

6. El plan se someterá a los principios de transparencia activa, su contenido será publicado en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Igualmente, se someterán a los principios de publicidad previstos en la normativa de transparencia los contratos suscritos en este ámbito.

7. El Consejo de publicidad y comunicación institucional de la Región de Murcia remitirá

a los distintos grupos políticos con representación en la Asamblea Regional, con una periodicidad cuatrimestral, la relación de las adjudicaciones de los contratos, y de las ayudas, subvenciones y convenios a los que se refieren los artículos 7, 9 y 12, respectivamente, de esta ley.

### **Artículo 13. Informe y evaluación anual de publicidad y comunicación.**

1. El Gobierno elaborará un informe anual referido a las campañas de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos celebrados, la relación de objetivos perseguidos a los que se vinculan las campañas, así como en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

2. Al informe anual se acompañarán los datos disponibles en relación con la efectividad de las campañas.

3. El informe anual que apruebe el Gobierno se remitirá a la Asamblea Regional y se publicará en el Portal de la Transparencia en el primer trimestre del ejercicio siguiente a su ejecución.

4. El Informe final desglosará las partidas de gasto vinculadas a la ejecución de la actividad publicitaria del Gobierno regional, especificando expresamente el peso inversor por departamento, todo ello con el máximo grado de detalle, a fin de garantizar los principios de transparencia.

## **Capítulo V Garantías y derechos de la ciudadanía**

### **Artículo 14. Derecho de cesación y rectificación.**

Las personas físicas o jurídicas que ostenten un derecho o interés legítimo, así como las corporaciones, asociaciones, sindicatos y grupos y entidades que resulten afectados o estén legalmente habilitados para la defensa de los derechos e intereses legítimos colectivos, ostentan el derecho a solicitar la cesación inmediata o la rectificación de aquellas campañas que incumplan algunas de las previsiones contenidas en esta ley.

Podrán además solicitarlo, sin necesidad de acreditar un derecho o interés legítimo, aquellas entidades jurídicas que tengan por objeto o finalidad velar por el respeto de los valores y principios consagrados por esta ley.

### **Artículo 15. Procedimiento de la solicitud de cesación o rectificación.**

1. Sin perjuicio de los recursos previstos en el ordenamiento jurídico, las personas físicas o jurídicas que ostenten el derecho a que se refiere el artículo anterior podrán solicitarla cesación inmediata o la rectificación ante el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia de aquellas campañas que incumplan algunas de las previsiones contenidas en los artículos 2, 4, 5, 7 y 10.

La rectificación podrá solicitarse desde el inicio de la actividad publicitaria hasta siete días después de finalizada la misma.

2. El Consejo de Publicidad y Comunicación institucional de la Región de Murcia resolverá en un plazo máximo de seis días. Su resolución, que será ejecutiva, pondrá fin a la vía administrativa. Si la resolución estimara la solicitud de cesación, el órgano anunciante procederá inmediatamente a dicha cesación. Si la resolución estimara una solicitud de rectificación, el órgano anunciante deberá proceder a la rectificación dentro de los siete días siguientes de dictada dicha resolución.

3. De no resolverse la solicitud en el plazo indicado, se entenderá desestimada, pudiendo las personas interesadas interponer los recursos que resulten procedentes.

4. Como medida cautelar, a petición del interesado, el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia podrá ordenar la suspensión provisional de la campaña, siempre que se aprecien indicios de infracción manifiesta de los artículos 4 y 5. El plazo máximo para resolver la suspensión provisional será de tres días.

5. Los plazos a los que se refiere este artículo se computarán en todo caso desde el momento en que la solicitud tenga entrada en el registro electrónico del órgano competente para su tramitación.

6. Durante el curso del procedimiento, el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia podrá recabar de las entidades afectadas cuanta información estime necesaria para su resolución.

7. De las solicitudes de cesación o rectificación, y de su resolución, se dará cuenta trimestralmente a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional.

## **DISPOSICIONES ADICIONALES**

### **Primera. Normas específicas para la Asamblea Regional, entidades locales y universidades de titularidad pública.**

1. En el caso de su aplicación a los sujetos comprendidos en los párrafos b), c) y d) del apartado 1 del artículo 3, las referencias hechas en esta ley a los órganos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia se entenderán hechas a los órganos que resulten competentes de acuerdo con las respectivas normas de autoorganización.

2. Por lo que se refiere al cumplimiento de obligaciones relativas a la remisión de información a La Asamblea Regional, las mismas se entienden encuadradas dentro del ejercicio de la función de control que afecta a la relación entre la Asamblea Regional y el Gobierno de la Región de Murcia, y, en consecuencia, resultarán exclusivamente aplicables a los sujetos comprendidos en el párrafo a) del apartado 1 del artículo 3 de esta norma.

3. Igualmente, la referencia hecha al Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia se entenderá hecha a los diferentes sitios web que cumplan esta finalidad en cada institución.

## **Segunda. Publicaciones periódicas.**

Las administraciones, organismos y resto de entes comprendidos en el ámbito subjetivo definido en el artículo 3 de la presente ley que realicen edición directa de publicaciones periódicas deberán atender a los principios de la publicidad institucional contenidos en la presente ley en todo lo que les sea de aplicación.

## **Tercera. Autoedición de obras.**

La autoedición de obras en cualquier soporte por parte de las administraciones, los organismos y demás entes a los que se refiere el artículo 3 de esta ley se reducirá a los supuestos de interés divulgativo, así como cultural o científico, relacionados con las competencias propias de aquellos.

## **DISPOSICIÓN DEROGATORIA**

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan o contradigan lo dispuesto en esta ley.

## **DISPOSICIONES FINALES**

### **Primera. Desarrollo reglamentario e instrucciones.**

1. Se habilita al Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en el ámbito de sus competencias, a dictar en el plazo de seis meses desde la entrada en vigor de esta ley cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y ejecución de lo establecido en la misma. En el marco del desarrollo reglamentario, el Gobierno regulará el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia.

2. Sin perjuicio de los desarrollos reglamentarios que se consideren oportunos, se habilita al Consejo de Gobierno a adoptar los acuerdos o convenios necesarios que favorezcan la mayor eficiencia en las funciones de dirección, planificación y coordinación a que se refieren los artículos 11, 12 y 13 de esta ley, así como para el desarrollo de esta ley con aquellas instituciones y administraciones que resulten competentes y oportunas.

3. Las medidas contempladas en la presente ley, que en virtud de su desarrollo reglamentario implican la realización de gastos, serán presupuestarias en sus correspondientes programas y capítulos con cargo a los presupuestos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia del ejercicio siguiente a la entrada en vigor de las disposiciones adoptadas para su aplicación.

### **Segunda. Entrada en vigor.**

Esta ley entrará en vigor al día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.

**SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS****2. Mociones o proposiciones no de ley****PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA  
REGIONAL DE MURCIA****Orden de publicación**

Aprobadas por la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea, en reunión celebrada el día de la fecha, mociones “sobre solicitud al Gobierno de la nación para la continuación con la difusión a nivel internacional de los daños ocasionados por el secesionismo en España”, “sobre estudio y toma en consideración de la puesta a disposición de los ayuntamientos de menos de 20.000 habitantes de un delegado de protección de datos” y “sobre convocatoria de la Mesa General Negociación de la Comunidad Autónoma para el cumplimiento del punto quinto del II Acuerdo Gobierno-sindicatos”, se ordena por la presente su publicación en el Boletín Oficial de la Asamblea Regional.

Cartagena, 6 de noviembre de 2018  
LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

**MOCIÓN SOBRE SOLICITUD AL GOBIERNO DE LA NACIÓN PARA LA CONTINUACIÓN DE LA DIFUSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL DE LOS DAÑOS OCASIONADOS POR EL SECESIONISMO EN ESPAÑA**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno, y este, a su vez, al Gobierno de la nación, a continuar difundiendo a nivel internacional los daños que el secesionismo está causando en España, con el fin de explicar:

1.º La verdadera realidad del mismo, sus objetivos y efectos y su permanente deseo de conculcar el marco constitucional, el Estado de Derecho y la unidad de España, así como la concordia y convivencia de todos los españoles en paz y libertad.

2.º Las medidas que, desde la proporcionalidad y oportunidad, y en defensa de la soberanía del pueblo español y del interés general de España, se han adoptado para hacer frente al mismo y garantizar así los derechos y libertades de todos los ciudadanos.

**MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN DE LA PUESTA A DISPOSICIÓN DE LOS AYUNTAMIENTOS DE MENOS DE 20.000 HABITANTES DE UN DELEGADO DE PROTECCIÓN DE DATOS**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno de la Región de Murcia a que estudie y tome en consideración facilitar a los ayuntamientos de menos de 20.000 habitantes que así lo soliciten un delegado de protección de datos, para hacerse cargo de las funciones a que obliga la vigente legislación, con cargo a los fondos del sistema de financiación de provincial.

**MOCIÓN SOBRE CONVOCATORIA DE LA MESA GENERAL NEGOCIACIÓN DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PUNTO QUINTO DEL II ACUERDO GOBIERNO-SINDICATOS**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno a la convocatoria de la Mesa General de Negociación de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el inmediato cumplimiento del punto quinto del II Acuerdo Gobierno-Sindicatos, ya que se cumplen todos los requisitos fijados por el citado acuerdo y por la Ley de Presupuestos Generales del Estado 2018.

## **SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS**

### **2. Mociones o proposiciones no de ley**

#### **PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA**

##### **Orden de publicación**

Aprobadas por el Pleno de la Cámara, en reunión celebrada el día de la fecha, mociones “sobre solicitud al Gobierno de la nación para que el desfile anual de las Fuerzas Armadas se realice en la Comunidad el próximo año 2019”, “sobre estudio y toma en consideración de adopción de medidas contra el despoblamiento en los municipios de la Región” y “sobre estudio y toma en consideración de elaboración de un plan para dar respuesta efectiva a los períodos de epidemia gripal aplicable anualmente de manera automática”, se ordena por la presente su publicación en el Boletín Oficial de la Asamblea Regional.

Cartagena, 8 de noviembre de 2018  
LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

### **MOCIÓN SOBRE SOLICITUD AL GOBIERNO DE LA NACIÓN PARA QUE EL DESFILE ANUAL DE LAS FUERZAS ARMADAS SE REALICE EN LA COMUNIDAD EL PRÓXIMO AÑO 2019**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno para que este, a su vez, solicite al Gobierno de la nación que el tradicional desfile anual de las Fuerzas Armadas se realice en la Comunidad Autónoma de Murcia el próximo año 2019.

### **MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN DE ADOPCIÓN DE MEDIDAS CONTRA EL DESPOBLAMIENTO EN LOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno para que, a su vez, inste al Gobierno de España a realizar las siguientes actuaciones en aras de combatir el cambio demográfico en nuestro país:

1.- Impulsar y coordinar políticas concretas para los territorios con graves riesgos demográficos, elaborando un mapa de la despoblación en España en colaboración con las Comunidades Autónomas, y las Entidades Locales, en el que se diferencien niveles de riesgo, en función de los cuales se apliquen criterios compensadores para el mantenimiento de servicios básicos, de titularidad autonómica y local, en el medio rural y la garantía de políticas de activación económica inclusiva y creación de empleo, con incentivos para la reindustrialización y la localización de servicios y otras actividades económicas en las mejores condiciones que permita la normativa de fondos europeos.

2.- Promover ante la Unión Europea, el Gobierno de España y las comunidades autónomas que la autoridad de gobernanza y gestión de los fondos europeos sea liderada por las entidades locales en las partidas destinadas al medio rural, y compartida en el resto de líneas sectoriales cofinanciadas por la Unión Europea. Todo ello para garantizar sus objetivos de convergencia y cohesión territorial. Así como que en los futuros debates sobre la nueva reglamentación de la política de cohesión se promueva un reajuste de criterios, en aras a que la asignación y cofinanciación de fondos comunitarios tengan en cuenta variables demográficas en escala territoriales adecuadas.

3.- Redefinir los indicadores demográficos descendiendo a un nivel territorial inferior al de la provincia, para que no resulten discriminadas extensas áreas duramente castigadas por la despoblación y que, sin embargo, arrojan indicadores demográficos medios relativamente elevados por efecto de la presencia de grandes urbes que distorsionan dichas medias y esconden la problemática real del resto de la provincia.

4.- A la hora de decidir las medidas a aplicar, tanto a nivel estatal como a nivel autonómico, definir con claridad a quién corresponde la competencia (sea única o compartida) y, por tanto, establecer el compromiso por parte de esos agentes a poner en marcha dichas acciones.

5.- Realizar un estudio de los costes para el sostenimiento de los servicios públicos locales en poblaciones de reducido tamaño, zonas de baja densidad, envejecidas o con núcleos dispersos, a efectos de su consideración en la financiación local con cargo a los tributos del Estados y de las Comunidad Autónomas. Este estudio debe tener en cuenta tanto los servicios obligatorios por tamaño demográfico, como aquellos no obligatorios pero esenciales que están siendo prestados de los municipios.

6.- Establecer, legislativamente, una carta de servicios públicos garantizados para los ciudadanos, y evaluar las dificultades de acceso a dicha cartera en el medio rural, con el fin de asegurar unas condiciones equiparables a las del medio urbano.

7.- Garantizar la prestación de servicios comerciales en el territorio en condiciones de equidad, en aquellos sectores sometidos a regulación pública del Estado, como es el bancario o el de las telecomunicaciones, entre otros.

8.- Adaptar el Plan de Garantía Juvenil a la realidad rural.

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno a estudiar y tomar en consideración las siguientes actuaciones:

1.- Mantener la mesa de trabajo con los ayuntamientos de la Región de Murcia que representan indicativos de pérdida continuada de la población o envejecimiento para establecer líneas de trabajo entre administraciones y definir un proyecto estratégico para la reactivación de estos municipios.

2.- Apoyar la conservación y promoción del legado lingüístico y social, tradiciones y costumbres de las zonas rurales de la Región.

3.- Promover activamente un proceso de simplificación burocrática, y de revisión legislativa, para erradicar los frenos existentes en estos momentos para el desarrollo de proyectos e iniciativas públicas y privadas que contribuyan a la reactivación del medio



rural en nuestra Región.

4.- Dotar en los presupuestos regionales la partida presupuestaria necesaria para elaborar un proyecto estratégico para la reactivación de los municipios con problemas de despoblación y envejecimiento.

5.- Que el criterio de la despoblación y el envejecimiento pese en el reparto de los fondos de financiación destinados a las entidades locales y, de esa forma, se responda también al sobrecoste que supone la prestación de servicios públicos básicos en núcleos de población de reducido tamaño.

6.- Poner en marcha planes especiales de apoyo a autónomos y emprendedores del medio rural e incentivos a la creación de empresas y cooperativas agrícolas y ganaderas que actúen en el ámbito rural y permitan la empleabilidad de personas que residan en la zona en la que se ubiquen.

7.- Reforzar las líneas de apoyo técnico, formativo y económico para potenciar la efectiva inserción laboral, profesional y empresarial de las mujeres del medio rural.

8.- Con carácter general, todas aquellas líneas de subvención existentes en la Comunidad Autónoma serán reforzadas específicamente cuando los beneficiarios sean residentes en zonas de prioridad demográfica.

9.- Evaluar, y, en su caso, promover la creación de incentivos económicos y de carrera profesional para los empleados públicos que fijen su residencia habitual en el municipio o zona rural en la que presten servicio.

10.- Promover programas territoriales de fomento, con dotación presupuestaria, para zonas en las que concurren necesidades especiales de reindustrialización, ya se trate de zonas en declive o en que proceda fomentar la implantación industrial, contando con la participación de los ayuntamientos en la elaboración y gestión de dichos programas.

11.- Reforzar las líneas de incentivos a la creación de empresas y empleo en el sector turístico, apoyándose en los recursos naturales y patrimoniales de dichos territorios.

12.- Promover la creación de fondos públicos-privados de concesión de avales y créditos blandos específicamente dirigidos a proyectos de emprendimiento en el medio rural. Implicación de inversores privados y entidades financieras, junto a administraciones públicas, en la dotación de dichos fondos.

13.- Garantizar el acceso de la educación de 0 a 3 años con medidas específicas en las zonas de prioridad demográfica, incluyendo un programa de subvenciones a las familias para facilitar el acceso en todos los núcleos que no cuenten con este servicio.

14.- Acordar conjuntamente con los municipios un plan de prioridades de nuevas infraestructuras municipales que faciliten los accesos a los servicios básicos y grandes infraestructuras regionales y nacionales.

15.- Establecer objetivos específicos de inversión anual para inversiones en la red viaria, de forma que quede garantizado un porcentaje mínimo en los capítulos presupuestarios que a tal fin aprueba cada comunidad autónoma.

16.- Establecer un plan digital para reducir la brecha digital y disponer de redes de muy alta velocidad y calidad, con el objetivo de que antes de 2020 todos los hogares y empresas pueden disponer de conectividad con banda ancha de al menos 30Mbps en, al menos, todos los municipios. Y que, como mínimo, en el mismo plazo, todos los municipios de más de 1000 habitantes tengan conexiones de más de 100 Mbps.

17.- Revisar el actual modelo de transporte público, para adaptarlos a las condiciones reales de demanda del medio rural, garantizar la movilidad de la población, y corregir los déficits de servicios e infraestructuras en estos espacios.

18.- Realizar una política de vivienda en la Comunidad Autónoma con planes personalizados por municipios sobre terrenos de posible cesión para la creación de empresas en zonas rurales, gestión de bolsas de viviendas a nivel comarcal con ayudas específicas bajo estrictos principios de viabilidad técnica.

19.- Fomentar servicios de guardería de proximidad para garantizar la conciliación de la vida familiar y laboral, y sondear servicios de atención infantil similares a los de ayuda a domicilio para ancianos, en aquellas zonas en las que hay demanda suficiente.

20.- Las ayudas e incentivos a la natalidad podrán tener en cuenta las características de los espacios rurales en cuanto a su prioridad demográfica. Así como ayudas especiales a la natalidad.

21.- Promover acciones educativas que contribuyan a difundir la realidad y los valores del medio rural de nuestra región, fomentando el tratamiento de esta materia en las aulas, así como sensibilidad a la población en su conjunto.

22.- Recuperar la dotación de las prestaciones económicas a las personas en situación de dependencia que optan por los cuidados en el entorno familiar.

23.- Estudiar la puesta en funcionamiento de una agencia murciana contra la despoblación rural.

## **MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN DE ELABORACIÓN DE UN PLAN PARA DAR RESPUESTA EFECTIVA A LOS PERÍODOS DE EPIDEMIA GRIPAL APLICABLE ANUALMENTE DE MANERA AUTOMÁTICA**

La Asamblea Regional de Murcia agradece y reconoce el trabajo y el esfuerzo realizado por los trabajadores sanitarios.

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno de la Región de Murcia para el estudio y toma en consideración, de la adopción de las siguientes medidas:

1.º Realizar un plan que permita dar respuesta efectiva a los períodos de epidemia gripal que sea aplicable anualmente de forma automática.

2.º Dotar de los recursos necesarios Atención Primaria para dar respuesta efectiva para mejorar la organización de sus agendas y de sus horarios. Eso incluye medidas de gestión que haga posible mejorar sus coberturas y la cartera de servicios, compatibilizando los horarios laborales con la conciliación familiar, pudiendo flexibilizar voluntariamente la jornada laboral a cambio de recuperar las jornadas en otros días del año, entre otras posibilidades, e incluso facilitar que los profesionales puedan dar apoyo

fuera de su horario ordinario mediante un sistema de compensación.

3.º Establecer puntos de atención continuada 24 horas en los centros de salud que sean necesarios durante los picos epidémicos. Para realizar esa asistencia extra se contará con sustitutos y, en su ausencia, con personal del centro o de la zona a los que se les compensará adecuadamente.

4.º Establecer protocolos de estrategias clínicas de triaje rápido para la derivación hospitalaria (saturación de O<sub>2</sub>, frecuencia cardíaca y respiratoria, edad, comorbilidad, etcétera).

5.º Incluir en el portal de la transparencia los indicadores mensuales de las derivaciones a urgencias hospitalarias desagregado por región sanitaria, centro hospitalario y centro de salud, así como los indicadores de vacunación antigripal, especificando como indicador de calidad en Atención Primaria el porcentaje de población de riesgo vacunada y el número de derivaciones a urgencias no atendidas previamente en Atención Primaria.

6.º Insistir en las campañas de vacunación antigripal en todos aquellos colectivos en los que la comunidad científica considera indicados y en dar mayor difusión educativa a las medidas higiénicas de prevención.

7.º Reforzar el papel actual de la Farmacia Comunitaria dentro de la educación para la salud y la promoción del autocuidado en coordinación con el equipo de Atención Primaria de su centro de salud.

8.º Revertir los recortes realizados en los últimos por el Gobierno regional en el Servicio Murciano de Salud de la Región de Murcia.

## **SECCIÓN “A”, TEXTOS APROBADOS**

### **2. Mociones o proposiciones no de ley**

#### **PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA**

##### **Orden de publicación**

Aprobadas por el Pleno de la Cámara, en reunión celebrada el día de la fecha, mociones “sobre estudio y toma en consideración de elaboración del plan regional para el abordaje de los trastornos del espectro alcohólico fetal y el síndrome alcohólico fetal en la Región”, “sobre estudio y toma en consideración de un proceso de participación sobre el proyecto de decreto de desarrollo de la Ley 6/2015, de Vivienda de la Región” y “sobre estudio y toma en consideración para evitar medidas para la desigualdad de género en la carrera académica”, se ordena por la presente su publicación en el Boletín Oficial de la Asamblea Regional.

Cartagena, 15 de noviembre de 2018

**LA PRESIDENTA,**  
Rosa Peñalver Pérez

## **MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN DE ELABORACIÓN DEL PLAN REGIONAL PARA EL ABORDAJE DE LOS TRASTORNOS DEL ESPECTRO ALCOHÓLICO FETAL Y EL SÍNDROME ALCOHÓLICO FETAL EN LA REGIÓN**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno al estudio y toma en consideración de la elaboración de un plan regional para el abordaje de los trastornos del espectro alcohólico fetal y el síndrome alcohólico fetal en la Región de Murcia, que contemple al menos:

1.º Acciones en materia de difusión entre la población para fomentar una actitud de responsabilidad social que promueva el rechazo al consumo de alcohol durante la gestación y la etapa preconcepcional, así como en la etapa infantil y juvenil.

2.º Articular estrategias precisas para la prevención del consumo de alcohol en el ámbito de la salud, mediante el refuerzo de la red asistencial con especial atención a la red primaria para la implementación de herramientas clínicas de identificación de exposición al alcohol en las parejas con embarazo o que se preparen para ello, en el periodo de lactancia, etc.

3.º Elaborar un protocolo de diagnóstico, tratamiento y seguimiento de este síndrome, estableciendo una red de centros de referencia donde se puedan derivar los casos más graves, con el objetivo de garantizar el acceso a las intervenciones sanitarias que necesitan los pacientes afectados, tanto en lo referido al diagnóstico como al seguimiento de la enfermedad, con la inclusión de medidas de mejora de la calidad de vida.

4.º Establecer programas formativos a los profesionales del Servicio Murciano de Salud para la detección y manejo del síndrome alcohólico fetal (SAF) y trastornos del espectro alcohólico fetal (TEAF).

5.º Impulsar programas de intervención precoz para la detección y manejo del síndrome alcohólico fetal (SAF) y otros trastornos por exposición prenatal o lactante al alcohol con seguimiento hasta la adolescencia incorporados a las estrategias pediátricas.

6.º Incluir en el Plan la atención en el marco escolar, mediante la incorporación en el proyecto de enfermería escolar de acciones para la prevención, información y formación sobre el síndrome alcohólico fetal (SAF) y trastornos del espectro alcohólico fetal (TEAF).

7.º Interacción del Plan en el marco de la política social regional.

8.º Fomentar e impulsar proyectos de investigación sobre el síndrome alcohólico fetal (SAF) y trastornos del espectro alcohólico fetal (TEAF).

## **MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN DE UN PROCESO DE PARTICIPACIÓN SOBRE EL PROYECTO DE DECRETO DE DESARROLLO DE LA LEY 6/2015, DE VIVIENDA DE LA REGIÓN**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Gobierno regional al estudio y toma en consideración de la siguiente actuación:

Abrir un proceso de participación abierto y extenso de las organizaciones o asociaciones reconocidas por ley que agrupen o representen a las personas cuyos derechos o intereses legítimos se vieren afectados por la Ley de Reforma de la Ley 6/2015, de 24 de marzo, de la Vivienda de la Región de Murcia, y de la Ley 4/1996, de 14

de junio, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia, y cuyos fines guarden relación directa con su objeto para, en base a lo recogido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas:

- Recabar directamente su opinión.
- Poner a su disposición la documentación necesaria.
- Reunir toda la información precisa para poder pronunciarse sobre la materia.

### **MOCIÓN SOBRE ESTUDIO Y TOMA EN CONSIDERACIÓN PARA EVITAR MEDIDAS PARA LA DESIGUALDAD DE GÉNERO EN LA CARRERA ACADÉMICA**

La Asamblea Regional de Murcia insta al Consejo de Gobierno al estudio y toma en consideración de:

1.º Ampliar las ventanas de medición o consideración en todas las evaluaciones de resultados de investigación o docencia que dependan de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia donde haya restricciones temporales para paliar los parones en la carrera académica en ese período o el inmediato anterior, por las razones de maternidad, paternidad, enfermedad, cuidados, violencia de género y cualquier otra que suponga un permiso reconocido legalmente.

2.º Aplicar factores de corrección en todas las evaluaciones de resultados de investigación o docencia que dependan de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia donde se evalúen currícula completos, o también en ventana concreta, para paliar los parones en la carrera académica por las razones anteriormente expuestas, incluyendo acciones positivas hacia la maternidad/paternidad y violencia de género.

3.º Incluir en los formularios de solicitudes un apartado para poder indicar las situaciones anteriormente expuestas que hayan causado parones en la carrera académica (investigadora, docente o de gestión), incluso aquellas situaciones que no hayan dado lugar a reconocimiento de permisos reconocidos legalmente, como son la asunción de obligaciones familiares en la vida personal y que se tengan en consideración en las valoraciones.

4.º Instar al Gobierno de España a establecer medidas similares a las anteriormente expuestas y las aplique a sus agencias de calificación y acreditación.

5.º Instar a las universidades murcianas y organismos de investigación públicos murcianos a que establezcan medidas similares a las anteriormente expuestas para todas las valoraciones a nivel interno, tanto en investigación como en docencia.

6.º Instar a las universidades de la Región de Murcia a la renovación de sus planes de igualdad, con el objeto de que la igualdad de género oriente las políticas universitarias, la docencia e investigación, la participación y representación, el acceso y la promoción profesional, y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

7.º Incluir en los nuevos planes plurianuales de financiación (PPF), un indicador o parámetro que valore las medidas de igualdad efectiva en la investigación y docencia implementadas en cada universidad murciana.

8.º Instar a las universidades murcianas a que cubran todas las bajas y/o permisos generados por razones de maternidad, paternidad, enfermedad, cuidados, o violencia de género y cualquier otra que suponga un permiso reconocido legalmente.

9.º Que las becas de la Fundación Séneca u otras similares de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia incluyan en la cuantía que aporta para la contratación de investigadores una cantidad variable dependiendo del número de hijos.

10.º Que las becas de movilidad de la Fundación Séneca u otras similares de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia tengan en cuenta las necesidades específicas de aquellos investigadores que se llevan a sus hijos al extranjero.

11.º Que los congresos o actividades similares organizados por las universidades públicas cuenten con un servicio de guardería para que los investigadores e investigadoras con hijos puedan conciliar a la hora de participar en tales actividades.

12.º La adopción de medidas de promoción de vocaciones científico-tecnológicas para las niñas.

13.º La adopción de medidas que potencien programas de mentoría para jóvenes investigadoras.

14.º La adopción de medidas de impulso para el equilibrio en la composición de los jurados de premios científicos.

## **SECCIÓN “B”, TEXTOS EN TRÁMITE**

### **2. Proposiciones de ley**

#### **b) Enmiendas**

#### **PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA**

#### **Orden de publicación**

La Junta de Portavoces, en sesión del día de la fecha, ha acordado ampliar el plazo de presentación de enmiendas hasta el próximo día 4 de febrero de 2019, a las 12 horas, a las siguientes proposiciones de ley:

- Proposición de ley 64, de cambio climático de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, formulada por los G.P. Socialista y Podemos. (BOAR 113, 10-X-2017).

-Proposición de ley 88, de modificación de las leyes reguladoras de las instituciones, órganos técnicos y consultivos y otros órganos de la Región de Murcia para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres en su composición, formulada por el G.P. Socialista, (BOAR 148, de 5-VI-2018).

- Proposición de ley 90, de creación de la Agencia Regional de Clima y Medio Ambiente (ARCA), formulada por el G.P. Popular, (BOAR 162, de16-X-18).

- Proposición de ley 95, de regulación de los senderos de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, formulada por el G.P. Podemos, (BOAR 156, 10-IX-18)

- Proposición de ley 97, de modificación de la Ley 1/2018, de 7 de febrero, de medidas urgentes para garantizar la sostenibilidad ambiental en el entorno del Mar Menor, formulada por el G.P. Popular, (BOAR 156, 10-IX-18).

- Proposición de ley 98, de modificación de las normativas reguladoras sobre juegos y

apuestas en la Comunidad Autónoma de Murcia, formulada por el G.P. Socialista. BOAR 156, (BOAR 156, 10-IX-18).

Lo que se hace público para general conocimiento.

Cartagena, 26 de noviembre de 2018  
LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

## **SECCIÓN “H”, COMUNICACIONES E INFORMACIÓN**

PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA  
REGIONAL DE MURCIA

Orden de publicación

Publíquese en el Boletín Oficial de la Asamblea Regional, para general conocimiento, el calendario de tramitación del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

Cartagena, 23 de noviembre de 2018  
LA PRESIDENTA,  
Rosa Peñalver Pérez

## **CALENDARIO DE TRAMITACIÓN DEL PROYECTO DE LEY DE PRESUPUESTOS GENERALES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA PARA EL EJERCICIO 2019**

- Día 26 de noviembre (lunes):

\* 12.00 horas: entrada en la Cámara del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2019

- Día 27 de noviembre (martes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Hacienda para informar sobre el presupuesto de la sección 13 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 28 de noviembre (miércoles):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia de la consejera de Educación, Juventud y Deportes para informar sobre el presupuesto de la sección 15 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 29 de noviembre (jueves):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Fomento e Infraestructuras para informar sobre el presupuesto de la sección 14 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 30 de noviembre (viernes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia de la consejera de Familia e Igualdad de Oportunidades para informar sobre el presupuesto de la sección 18 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 3 de diciembre (lunes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia de la consejera de Turismo y Cultura para informar sobre el presupuesto de la sección 19 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 4 de diciembre (martes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca para informar sobre el presupuesto de la sección 17 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 5 de diciembre (miércoles):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente para informar sobre el presupuesto de la sección 16 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 10 de diciembre (lunes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Salud para informar sobre el presupuesto de la sección 12 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 11 de diciembre (martes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia de la consejera de Transparencia, Participación y Portavoz para informar sobre el presupuesto de la sección 20 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 12 de diciembre (miércoles):



\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: comparecencia del consejero de Presidencia para informar sobre el presupuesto de la sección 11 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma para el ejercicio 2019.

- Día 13 de diciembre (jueves):

\* 12.00 horas: fin del plazo de presentación de enmiendas a la totalidad y parciales

- Día 14 de diciembre (viernes)

\* 10.00 horas: Pleno

Orden del día: Debate de totalidad del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para 2019.

- Día 18 de diciembre (martes):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: debate y votación de las enmiendas parciales formuladas a las secciones 11, 12, 13 y 14 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para 2019.

\* 16.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: debate y votación de las enmiendas parciales formuladas a las secciones 15, 16 y 17 del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para 2019.

- Día 19 de diciembre (miércoles):

\* 9.30 horas: Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto

Orden del día: debate y votación de las enmiendas parciales formuladas a las secciones 18, 19, 20 y articulado del Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para 2019.

- Día 21 de diciembre de 2018 (viernes):

\* 10.00 horas: Pleno

Orden del día: debate y votación del Dictamen de la Comisión de Economía, Hacienda y Presupuesto al Proyecto de ley de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2019.