

Habíamos propuesto como tema para este número 33 de nuestra revista el de la Información Institucional, la Publicidad Institucional, incluso, la Propaganda. Aquí presentamos un ramillete de colaboraciones que han obtenido el mayor de los aplausos por parte de nuestros árbitros. Con ligeras modificaciones por parte de los autores y levísimos retoques técnicos en Redacción, los textos que se publican están tal cual nos llegaron. Vamos a ver que lo que ofrece la revista al lector, estudioso o curioso, en esta ocasión, es una visión bastante amplia, crítica y extraordinariamente bien fundamentada, acerca de cómo se gestiona la publicidad institucional por parte de las autoridades públicas españolas, cómo se supervisa esa gestión y, en concreto, qué diferencias hay entre la gestión estatal de la publicidad institucional y alguna gestión autonómica. Por lo tanto, la visión no es exhaustiva, pero sí es muy amplia y permite extraer conclusiones políticas, administrativas, legales y jurisprudenciales.

A esta propuesta mayoritaria se acompañan otros dos artículos sobre diferentes aspectos del derecho a la información de gran actualidad; uno, sobre minorías y libertad de expresión, en el que **Antonio Rodríguez Bernal** repasa la normativa internacional sobre minorías nacionales y su papel en la conformación de una democracia, a través del ejercicio del derecho a la información libremente ejercido. Otro, del **Profesor Cano Montejano** quien vuelve sobre la Ley General de Comunicación Audiovisual para destacar el abuso de la institución de *gold-plating* por parte del Gobierno de España al apartarse del principio de la no-discriminación en la regulación de la publicidad audiovisual. **Ana Fernández Viso** analiza la actuación de la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia, situándola histórica y actualmente en su contexto, y recorre las resoluciones e informes más significativos en el ámbito de la publicidad y de la comunicación institucional. La comparación de nuestra institución con otras extranjeras, como la portuguesa, resulta descorazonadora para nosotros. **Isabel Fernández-Alonso** y **Marc Espín-Heras** han investigado sobre la gestión de la comunicación institucional y de la publicidad comercial por parte del Gobierno de España tanto durante el Gobierno de Mariano Rajoy, como en el actual Gobierno de Pedro Sánchez. De la comunicación institucional en Madrid se ha encargado **Raúl Magallón Rosa** y de la comunicación institucional en Castilla-León se ha hecho cargo **Belén Galletero-Campos**. Algunos trabajos más conceptuales han sido los de **Guadalupe Aguado-Guadalupe**, que se centra en la normativa, en la jurisprudencia y en el valor de la audiencia y su contabilización, y el de **Raúl Rojas-Andrés** y **Miguel Álvarez-Peralta**, quienes analizan el discurso periodístico sobre la comunicación institucional. Finalmente, el toque comparado internacional viene de la mano de **Aida Martori** y **Adriana Mutu**, que realizan un análisis de la comunicación institucional en dos países de la Unión Europea, Alemania y Francia, y en el Reino Unido.

Deseamos que esta panorámica legal, jurisprudencial, administrativa y fáctica sobre la comunicación institucional, esencial para cualquier persona interesada en el Derecho de la Publicidad o en el tema dedicado a la publicidad dentro del temario de Derecho de la Información, sea útil y formativa, además de un ejemplo de análisis criteriológico.