



Región de Murcia
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura,
Juventud, Deportes y Portavocía

Dirección General
de Comunicación Institucional

ACTA Nº9 DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA REGIÓN DE MURCIA

Lugar: Murcia, Calle Acisclo Díaz, s/n, Palacio de San Esteban, segunda planta, Sala de Secretarios/as Generales.

Fecha: 12/04/2023

Hora: 11.30 horas.

ASISTENTES:

PRESIDENTE:

D. Marcos Ortuño Soto. Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía.

VOCALES:

Por la Consejería de Transparencia, Participación y Cooperación.

No asisten

Por la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía:

D. Juan Antonio Lorca Sánchez - Secretario General

Por la Consejería de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y Administración Digital.

No asisten

Por la Consejería de Política Social, Familias e Igualdad.

D. Leopoldo Olmo Fernández-Delgado - Secretaria General

Por la Consejería de Empresa, Economía Social y Autónomos.

No asisten

Por la Consejería de Salud.

D. Miguel Martín López-Vicesecretario.



Por la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca.

D. Francisco José González Zapater- Secretario General.

Por la Consejería de Medio Ambiente, Mar Menor, Universidades e Investigación.

Dña. Ana María Méndez Bernal-Vicesecretaria.

Por la Consejería de Educación, Formación Profesional y Empleo.

No asisten

Por la Consejería de Fomento e Infraestructuras.

Dña. Ana María Fructuoso Sánchez-Vicesecretaria.

SECRETARIA: Dña. Juana M. García Campos. Coordinadora de Proyectos de la Dirección General de Comunicación Institucional.

ACTUACIONES:

El orden del día de la sesión es:

1. Lectura del informe realizado por la Secretaria del Consejo de Comunicación y Publicidad Institucional de fecha 05/04/2023 que se acompaña como Anexo a la presente Acta.
2. Resolución de la Solicitud de 20 de febrero presentada por D^a Nuria García Sánchez en nombre del Partido Socialista de la Región de Murcia PSRM-PSOE.

Por la presidencia se declara abierta la reunión.

1. **Lectura del informe realizado por la Secretaria del Consejo de Comunicación y Publicidad Institucional.**
2. **Resolución de la solicitud presentada el 20 de febrero por Doña Nuria García Sánchez en nombre del Partido Socialista de la Región de Murcia PSRM-PSOE.**

Tras comprobar que hay quorum suficiente, se pasa a tratar el primer punto del orden del día, y por el Presidente se cede la palabra a la Secretaria del Consejo, que procede a la exposición de su informe que se adjunta como Anexo.

En su punto séptimo, y a modo de síntesis, el informe indicado, considera lo siguiente:



“SÉPTIMO.- En función de los puntos anteriores se considera conveniente, a modo de síntesis exponer lo siguiente de cara a que por los miembros del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional se adopte el acuerdo que estime oportuno:

- La fecha de reclamación presentada es de 20 de febrero de 2023, aportando respecto de los documentos que acompaña como prueba certificados web de fechas 13 y 17 de febrero de 2023.

- La reclamación considera que la campaña institucional llevada a cabo por el Gobierno regional con el lema “Un nuevo impulso” infringe determinados preceptos de la Ley 13/2018, entre los que están:

- Artículo 10.3 prohibición de que los mensajes o campañas institucionales induzcan a confusión con símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social”
- Artículo 10.10 prohibición de utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales.
- Artículo 10.12 Prohibición de que la publicidad institucional se pueda identificar como partidista, quedando prohibidos los puntos de similitud con la publicidad que lleva a cabo cualquier partido político para la propia imagen o la captación de afiliación.
- Alude también a los artículos 2, 4, 5 y 7 de la Ley que aluden también a prohibiciones relacionadas con emplear la publicidad institucional como propaganda personal de personas con cargos públicos, de aquellas que tengan como finalidad destacar logros de gestión y/o los objetivos alcanzados por el ejecutivo, y de inducir a confusión con símbolos, lemas, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social.

Por lo tanto, son dos las cuestiones principales en las que la reclamación se fundamenta:

- Por un lado, la identificación de la publicidad institucional como partidista, por similitud con la publicidad llevada a cabo por cualquier partido político, ya sea por la utilización de símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes que induzcan a confusión.
- La utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales.

- La reclamante solicita la cesación de lo que considera una campaña institucional desarrollada por el Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia titulada “Un nuevo impulso” por infringir la Ley 13/2018, en los términos establecidos en su reclamación.

- El Partido Popular realiza alegaciones el 10 de marzo, acompañadas de un informe pericial de misma fecha emitido por el Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos en Informática.



- El Partido Popular alega que fruto de un error humano, se utilizó una pieza gráfica inspirada en un hashtag con el lema utilizado por el gobierno regional, considerando que el uso legítimo es del gobierno regional.

- Indica que con fecha seis de febrero de 2023, advertido error cesó toda actividad y se procedió a su eliminación, tal y como indica que consta acreditado con el informe que se acompaña como documento adjunto.

- Que, en cualquier caso, el lema "Un nuevo impulso" ha sido utilizado por el Partido Popular de forma aislada sin que se trate de ninguna campaña y que nunca podría ser encuadrada en los criterios legales con los que la ley de comunicación y publicidad institucional define una campaña.

- Finaliza solicitando disculpas e indicando que procederán a adoptar las medidas y precauciones pertinentes para que no vuelva a producirse una situación similar.

- El informe pericial referido, de fecha de 10 de marzo, indica a modo de conclusión que el mensaje o Tweet emitido el 16 de enero de 2023 desde la cuenta @PPRMurcia con el mensaje "Un Gobierno más fuerte más unido" aportando una fotografía idéntica a la contenida en el documento 1 de la reclamación, no existe en la actualidad. Así mismo, concluye que dicho mensaje, aun no pudiendo determinar cuándo fue borrado, todo indica que fue con bastante anterioridad al presente día (10 de marzo).

- La reclamante acredita su representación y, dado que según los certificados que aporta como prueba de acceso a las publicaciones son de fechas 13 y 17 de febrero de 2023, y su reclamación se presentó el 20 de febrero, está presentada dentro del plazo indicado en el artículo 15.1 segundo párrafo de la Ley 13/2018 (desde el inicio de la actividad publicitaria hasta siete días de finalizada la misma)

- Según lo indicado en la Sentencia reproducida en el presente informe, la actividad publicitaria que la reclamación considera contraria a lo dispuesto en los artículos citados de la Ley 13/2018, tanto por parte del Gobierno Regional como por el Partido Popular de la Región de Murcia, se encuadra en la aplicación de dicha Ley.

- Por otra parte, en lo que respecta al empleo de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de quien ostente un cargo público, cuestión también alegada en la reclamación, en dicha sentencia sí se aprecia claramente el uso personalista de un hashtag "#PAGE CUMPLE" que hace referencia a una persona en concreto, en el presente caso, el hashtag controvertido "#Un nuevo impulso" no alude a una persona en concreto, y según lo alegado por el Partido Popular de la Región de Murcia, el uso de ese lema ha sido fruto de un error humano por parte de ellos.

- Si bien los certificados aportados como documentos adjuntos de la reclamación indican que las publicaciones por el Partido Popular de la Región de Murcia se han dado hasta 17 de febrero de 2023, independientemente de que se hubieran eliminado totalmente después, hay que pronunciarse sobre su adecuación o no a la Ley 13/2018.

- Respecto a la actividad publicitaria controvertida, se aprecia lo siguiente:



- *Tal y como la reclamación afirma, el día 16 de enero de 2023, por el Gobierno regional se dio, en primer lugar, una rueda de prensa incluyendo en esa actividad publicitaria el lema "Un nuevo impulso".*
- *Posteriormente, a las 18:55 horas dicho lema se empleó en formato hashtag el mismo lema por el Partido Popular y también posteriormente se empleó el mismo hashtag por el Gobierno Regional.*
- *Si bien es cierto que la recurrente alude y acompaña como documento nº 9 una actividad publicitaria en redes sociales con el mismo hashtag que data de 2018, aparte de esta actividad residual, no aporta acreditación de alguna otra actividad en los 5 años posteriores, por lo que no se puede afirmar que esa actividad publicitaria se haya venido realizando de forma continua o reciente.*

- *Si se concluye la no adecuación de la actividad publicitaria indicada en la reclamación, o bien por el Gobierno Regional o bien por el Partido Popular de la Región de Murcia, la consecuencia que establece la Ley 13/2018, es acordar la cesación inmediata o rectificación de dicha actividad publicitaria. La reclamación solicita la cesación inmediata.*

- *Si el error humano alegado por el Partido Popular es el causante de ese uso común de un hashtag que infringe lo dispuesto por la Ley 13/2018, y si así lo consideran los miembros del Consejo, sería procedente que se acreditara de forma fehaciente que, posteriormente a las fechas de los certificados referidos aportados por la reclamación, se ha cesado toda actividad y se han eliminado todas las publicaciones, puesto que el informe pericial aportado por ellos sólo hace referencia a la publicación que se adjunta como documento 1 en la reclamación, y no al resto que también adjunta como documentos.*

- *No obstante, respecto a los hechos y preceptos relacionados en el presente informe en relación a la reclamación objeto del mismo, corresponde a los miembros del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional acordar lo que estime oportuno.*

Es cuanto procede informar"

Tras la lectura del informe referido y previa deliberación de los miembros del Consejo, se pasa al segundo punto del orden del día relativo a la Resolución de la reclamación, acordando lo siguiente:

PRIMERO.- Que el uso del lema "Un nuevo impulso" por el Partido Popular, según ellos reconocen en sus alegaciones, ha sido fruto de un error humano, siendo el Gobierno Regional el legítimo usuario y el que lo utilizó primero en la Rueda de Prensa aludida en la reclamación indicada, siendo posteriores las publicaciones en redes realizadas por el Partido Popular. Que la publicación de dicho lema en 2018 se considera una actividad residual y aislada de la que no hay constancia de su uso en los cinco años posteriores. Dado lo anterior se considera que no ha habido una intención por el Gobierno Regional de utilizar dicho lema para crear confusión con una formación política, y que la similitud producida con dicha formación es atribuible al error humano alegado por el Partido Popular.



SEGUNDO.- Que, respecto al uso del lema como propaganda personal de personas con cargo público, y a la luz de la Sentencia a la que el informe de la Secretaria del Consejo hace referencia, no queda acreditado que se haya producido tal uso como propaganda de personal con cargo público ni a fin de destacar logros de gestión.

TERCERO.- Se insta al Partido Popular a que proceda, si no se ha hecho aún, a eliminar cualquier otra publicación que contenga dicho lema, puesto que, si bien alegan que han borrado todo, el informe pericial que aportan únicamente deja constancia del borrado del Documento 1 adjunto a la reclamación referida.

CUARTO.- Recordar a todas las formaciones políticas que, especialmente en este período electoral, procuren actuar en materia de publicidad institucional, conforme a lo dispuesto tanto por la normativa electoral, como por la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional.

QUINTO.- Finalmente se acuerda que por la Secretaria del Consejo se dé traslado de lo acordado en la presente reunión a la solicitante y al Gerente del Partido Popular de la Región de Murcia, indicando los recursos procedentes y así mismo, al resto de Partidos de ámbito regional en cuanto a lo recogido en el punto Cuatro de la presente acta.

Vº Bº EL PRESIDENTE

Fdo.: Marcos Ortuño Soto

LA SECRETARIA

Fdo.: Juana M^a. García Campos.

ANEXO

INFORME DE LA SECRETARIA DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN RELACIÓN A LA SOLICITUD PRESENTADA EL 20 DE FEBRERO DE 2023 POR DÑA NURIA GARCÍA SÁNCHEZ EN NOMBRE DEL PARTIDO SOCIALISTA DE LA REGIÓN DE MURCIA PSRM-PSOE.

A petición del Presidente del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional y en relación a la solicitud indicada, por la Secretaria del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional se informa lo siguiente:

PRIMERO.- El 20 de febrero de 2023 por D^a Nuria García Sánchez en nombre del Partido Socialista de la Región de Murcia PSRM-PSOE, se presenta mediante Registro electrónico solicitud acompañada de documentos adjuntos y de Poder otorgado a la solicitante para actuar ante cualquier administración pública y registrado con identificador 274279 en el Registro Electrónico de Apoderamientos “Apodera”.

La referida solicitud manifiesta lo siguiente:

“... ”

Que, a través del presente escrito, en atención al procedimiento para la solicitud de cesación o rectificación recogido en el artículo 15 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia SE INTERPONE SOLICITUD DE CESACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL por incumplir la misma los preceptos recogidos en los artículos 4.3, 4.4, 5.1.b), 5.1.c), 5.1.g), 10.1.a), 10.3, 10.3, 10.10 y 10.12 de esta ley, todo ello en base a los siguientes

HECHOS Y FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero.- *La presente solicitud de cesación va contra la campaña institucional que se está llevando a cabo por el Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM) titulada “Un nuevo impulso”. Bajo esta campaña se están incumpliendo los preceptos establecidos en la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Esta campaña tiene como emblema central la frase “Un nuevo impulso” siendo este lema el tema central y común de la comunicación institucional llevada a cabo por el gobierno de la CARM en sus redes sociales.*

Segundo.- *El día 16 de enero de 2023 se procedió por parte del Presidente de la Región de Murcia, Don Fernando López Miras, a una renovación, sustitución y reorganización de*

los miembros del ejecutivo que preside. Con ocasión de dicha modificación y de la rueda de prensa en la que se daba cuenta de los mismos el gobierno regional comenzó una campaña institución con el lema “Un nuevo impulso”.

Con ello el gobierno de la Región de Murcia comenzó con el uso de un emblema y expresión utilizado por el partido político Partido Popular desde hace tiempo (al menos desde 2018), siempre vinculada a la figura del Sr. López Miras, siendo evidente la identidad del eslogan utilizado por la institución pública del gobierno regional con la utilizada por la formación política.

Para esta ocasión, como puede comprobarse con el documento nº 1, el Partido Popular retomó dicha campaña publicitaria con el eslogan “un nuevo impulso” en la que se ve al presidente de la CARM, campaña que se inicia en redes a las 18:55 h del día 16 de enero. También se publica un vídeo en el que se utiliza el lema “Un nuevo impulso”. Se acredita a través del documento nº 2 y puede visualizarse en el siguiente enlace: <https://twitter.com/ppasamblearm/status/1615067903099015168>

Posteriormente, a las 19:36h y 19:37h las redes sociales de Facebook y Twitter del Gobierno de la Región de Murcia publican imágenes de la rueda de prensa del presidente del ejecutivo donde se puede observar el mismo eslogan que el utilizado anteriormente por su formación política. Así se acredita con el documento nº 3 y documento nº 4. El Presidente comparece con el lema en el atril, documento nº 5.

Posteriormente, las cuentas oficiales de la CARM en las redes sociales de Facebook y de Twitter comienzan a publicar la campaña institucional con el lema “Un nuevo impulso”. Puede observarse en los documentos nº 6 y 7 como el lema es utilizado en solitario y como, a su vez, se utiliza como un lema para destacar los logros obtenidos por el gobierno regional, como puede observarse en el documento nº 8 donde se vincula a la cultura (#IMPULSANDOLACULTURA) o a la agricultura.

A día de hoy se continúa utilizando el slogan como un lema del gobierno de la Región de Murcia en sus redes sociales, así como por el Partido Popular que sigue luciendo este lema en sus redes y cartelería, con hashtag y con la correspondiente utilización del mismo por sus miembros.

Es importante destacar que el lema “Un nuevo impulso” lleva siendo utilizado por el Partido Popular de la Región de Murcia como campaña ligada a la figura del Sr. López Miras; campañas todas ellas llevadas a cabo por el Partido Popular desde al menos marzo de 2018, tal y como se prueba con la publicación en sus redes sociales que se acompaña como documento nº 9.

El lema ha sido utilizado en forma de Hashtag por el PP de la Región de Murcia, documento nº 10; y por sus líderes, documento nº 11.

Tercero.- La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia establece que las campañas institucionales deben quedar claramente desmarcadas de la propaganda de los partidos políticos, tanto en el fondo como en la estética utilizada. En su artículo 10 establece expresamente que “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”. También “10. Se prohíbe la utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales”. Y se establece que “12. Toda 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”.

Habiendo quedado claro que la publicidad institucional señalada guarda una indudable identidad con la publicidad realizada por el Partido Popular de la Región de Murcia y que, además, éste es el partido que pertenece al presidente de la Región de Murcia, entendemos clara la obligación de que la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia proceda a la cesación inmediata de esta campaña institucional por infringir las previsiones contenidas en los artículos 2,4,5,7 y 10 de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la CARM.

Cuarto.- Además de lo anterior, también se infringe la prohibición expresa de utilizar la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos, pues la cuenta de Instagram de la CARM ha realizado campaña de propaganda personal del presidente, todo ello a las puertas de unas elecciones autonómicas. Hay una diferencia clara entre las imágenes o vídeos en los que pueda verse al presidente de la CARM en actos públicos, reuniones o acciones similares y las fotográficas de estudio realizadas con el objeto de realizar una campaña institucional para su propaganda personal. En el documento nº 12 puede observarse como se exponen en redes sociales este tipo de publicaciones. Es más, esta fotografía personal en una cuenta institucional se asemeja enormemente a la utilizada por su propio partido político, esto es, el Partido Popular, en la campaña política con la imagen de su líder. Se puede ver más claramente en la noticia de prensa adjunta como documento nº 13.

El fondo y la estética de la campaña es idéntica entre la institución y el partido político (artículos 4.4 y 10.3) existiendo una clara confusión entre la campaña institucional y la formación política (artículo 10.12). Infringiéndose, además, la prohibición de publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos (artículo 10.10). Resaltar que todos los documentos adjuntos consistentes en capturas realizadas a páginas webs y perfiles de redes sociales han sido capturadas por un sistema de certificación que garantiza el origen, contenido e inalterabilidad del contenido del documento.

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la CARM 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. 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 de 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 del 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.

Todas estas cuestiones son infringidas por la campaña institucional llevada a cabo por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y descrita en este escrito.

Que, sin perjuicio de cualesquiera otras acciones que pudieran iniciarse ante diferentes órdenes jurisdiccionales, a cuyos efectos esta parte se reserva los oportunos derechos, al amparo del art. 15 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región y del 30 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso Administrativa es por lo que formulo este expreso requerimiento de cesación.

Por ello,

SOLICITO *Que se tenga por presentado escrito, se admita a trámite, y conforme a lo manifestado, se tenga por interpuesta solicitud de cesación de la campaña institucional desarrollada por el Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM) titulada “Un nuevo impulso” en los términos establecidos.”*

Los documentos aportados vienen acompañados de certificados web emitidos por “eGarante” de fechas 13 y 17 de febrero de 2023.

SEGUNDO.- En reunión celebrada el 24 de febrero, el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional acuerda lo siguiente.

“... .. dar trámite de audiencia al Partido Popular de la Región de Murcia, como interesado en el procedimiento, para que alegue e informe lo que estime oportuno tal y como indica el artículo 15.6 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Se acuerda que se proceda a dicha remisión, así como a informar a la solicitante que el plazo de resolución queda en suspenso hasta que transcurra el concedido en el referido trámite de audiencia, y que será informada inmediatamente del fin de la suspensión.”

En cumplimiento de dicho acuerdo se remiten oficios de fecha 27 de febrero tanto al Gerente del Partido Popular de la Región de Murcia como a la solicitante antes indicada.

TERCERO.- En fecha 10 de marzo se reciben alegaciones suscritas por el Gerente del Partido Popular de la Región de Murcia en representación de dicha formación manifestando lo siguiente:

“Que en virtud del artículo 15.6 de la Ley 13/2018 de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, nos ha sido notificado oficio del Consejo, por el que se nos requiere para que aleguemos cuanto estimemos oportuno respecto al procedimiento instado por el Partido Socialista de la Región de Murcia de cesación de campaña institucional del gobierno de la Región de Murcia.

Que analizado el contenido del escrito debemos manifestar que por un error humano se hizo uso de una pieza gráfica en redes sociales inspiradas en un hashtag utilizado por el gobierno regional.

Que con fecha seis de febrero de dos mil veintitrés, advertido el error cesó toda actividad y se procedió a su eliminación, tal y como consta acreditado con el informe que se acompaña como documento adjunto.

Que en cualquier caso, el lema “un nuevo impulso” ha sido utilizado por el Partido Popular de forma aislada sin que se trate de ninguna campaña. Como decimos ha sido utilizado de forma aislada y nunca podría ser encuadrada en los criterios legales con los que la ley de comunicación y publicidad institucional define una campaña.

Que solicitamos disculpas y procederemos a adoptar todas las medidas y precauciones pertinentes para que no vuelva a producirse una situación similar.

En su virtud, ante el Consejo de publicidad y comunicación institucional de la Región de Murcia comparezco y solicito que tenga por presentado este escrito junto a la documentación que se acompaña.

.... .. “

Tal y como se indica en el escrito de alegaciones, se adjunta Informe pericial número **C148** **fechado en 10 de marzo** y emitido por el Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos en Informática, cuyo objeto versa según relata su apartado SEGUNDO *“sobre la posible localización y posterior borrado de un Twitt o mensaje, emitido supuestamente el pasado 16 de enero de 2023 en el portal <https://twitter.com/> desde la cuenta @PPRMurcia con el mensaje “Un Gobierno más fuerte más unido” similar a la siguiente fotografía:”*

La fotografía coincide con la aportada por el Documento 1 de la reclamación objeto del presente informe.

En el informe se realizan dos conclusiones que se reproducen a continuación:

“CONCLUSIÓN PRIMERA: El mensaje o Tweet mencionado en el punto primero desde la cuenta @PPRMurcia, con el texto “Un Gobierno más fuerte más unido” no existe en la actualidad.

CONCLUSIÓN SEGUNDA: Que dicho mensaje, aun no pudiendo determinar cuándo fue borrado, todo indica que fue con bastante anterioridad al presente día.”

CUARTO.- La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en su Capítulo V trata de las Garantías y derechos de la ciudadanía. El mencionado Capítulo consta de dos artículos, el 14 y 15 que señalan lo siguiente:

“Artículo 14. Derechos 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 en 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 solicitar la 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 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.”

QUINTO.- La Ley 13/2018 citada, indica en su artículo 1 relativo al objeto lo siguiente:

“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 de ciudadanía colectiva y no partidista de los servicios públicos.

... ..

Por otra parte, **el artículo 2 de la Ley 13/2018** referido, indica lo siguiente:

“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 pueden 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, aconsejen 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 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.

... ..

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

.... ..

En cuanto al **ámbito subjetivo de aplicación de la Ley 13/2018, su artículo 3** indica que se aplicarán entre otros 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.*

...”

El **artículo 4 de la Ley 13/2018** referida indica que:

“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.

... ..

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

.... “

El **artículo 10 de la Ley 13/2018, relativo a Prohibiciones**, indica:

“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.*

... ..

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.”

SEXTO.- En cuanto a la jurisprudencia sobre materia similar procede citar aquí la **Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Castilla La Mancha nº 946/2018 de fecha 02/04/2018 ECLI:ES:TSJCLM:2018:946** que versaba sobre un supuesto similar:

En sus Fundamento de Derecho PRIMERO señala lo siguiente:

“PRIMERO.- *Por la representación procesal de la actora se interpuso en fecha 21 de febrero de 2017, recuso contencioso-administrativo contra la actuación material constitutiva de vía de hecho consistente en la publicación institucional reiterada, bajo la cuenta oficial de Twitter del Consejo de Gobierno de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, con el perfil @gobjccm, de tuiters cuyo contenido de logros se atribuye personalmente a D. Gervasio, con la utilización del hashtag #PAGECUMPLE.*

En concreto se impugnan las comunicaciones y publicaciones del perfil institucional @gobjccm, realizadas desde el 05 de octubre de 2016, que enumeran los antecedentes de hecho del escrito de demanda y se acompañan en escritura pública otorgada con fecha 19 de octubre de 2016 ante el Notario D.

Pretende la actora en su demanda que:

- a) *Se declaren no conformes a Derecho las actuaciones materiales constitutivas de vía de hecho enumeradas en el antecedente de hecho primero.*
- b) *Se ordene a los órganos competentes la cesación inmediata de las mismas actuaciones: (i) con la retirada del perfil institucional, mediante borrado de todos aquellos tuits que contengan el hashtag #PAGECUMPLE (ii) la prohibición expresa de la reiteración de su uso.*

El Tribunal una vez vistas las alegaciones de ambas partes decide en base a lo expuesto en sus Fundamentos de Derecho Tercero, Cuarto y Quito, manifestando lo siguiente:

“TERCERO.- *En primer lugar, en cuanto a la existencia de vía de hecho. En efecto, la determinación en la norma procesal de la existencia de vía de hecho tiene su razón de ser en que ninguna actividad administrativa puede sustraerse del control jurisdiccional.*

... ..

En nuestro caso, la actividad impugnada es de comunicación institucional en el perfil institucional de Twitter del Consejo de Gobierno de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha que utiliza el hastaq #PAGECUMPLE, y, efectivamente, el uso del denominado "hashtag" en una red social como Twitter supone la introducción automática de un hipervínculo que relaciona el tuit publicado con todos aquellos que usen de igual forma el mismo hashtag..... t

... ..

... y, como sostienen los recurrentes "(...) se trata de comunicaciones y publicaciones de información relacionada con las funciones y competencias propias de la Administración, que esta emite por un canal de plena actualidad, como es la red social de "twitter". Sin ser dichas comunicaciones resoluciones propiamente dichas, han de quedar sujetas al control jurisdiccional y sin duda alguna, han de someterse al marco legal aplicable, porque la Administración sirve con objetividad los intereses generales y se somete a la Constitución y al resto del ordenamiento jurídico (artículos 103 y 106 CE), no pudiendo quedar ninguna de sus producciones o actuaciones ajenas al Derecho y a los Tribunales"

... ..

El artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional dispone:

Artículo 4. Prohibiciones:

1. No se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y comunicación:
 - a) Que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos mencionados en el artículo 1 de esta Ley. (....)

Y, el artículo 1 de la Ley 29/2005, dispone:

1. Esta Ley establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación promovidas o contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal, enumeradas en el artículo 2.1 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria.

... ..

Vista la redacción del precepto, las comunicaciones por redes sociales, dado que son campañas y publicidad institucional no exentas no quedan excluidas por los apartados 2 y 3 del artículo se sujetan a lo dispuesto en la norma transcrita.

CUARTO.- Sentado lo anterior, en el presente caso dado que el hashtag #PAGECUMPLE alude expresamente a la persona de D. Gervasio, Presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, no cabe duda de que nos encontramos ante uno de los órganos-el máximo- de la Administración regional y, a la utilización, de este hashtag, indudablemente, le alcanza la prohibición del artículo 4 de la Ley 29/2005

....que en su Exposición de Motivos, en lo que aquí interesa dice "(...) La dualidad entre la naturaleza política y ejecutiva de la acción gubernamental debe mantenerse en esferas comunicativas separadas. La valoración, el juicio y la información de carácter político tienen sus propios cauces y no debe 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 opinión política de la información veraz y neutral sobre sus políticas públicas. La publicidad y la comunicación institucional deben estar al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitar el ejercicio de sus derechos u promover el cumplimiento de sus deberes, y no deben perseguir objetivos inadecuados a buen uso de los fondos públicos"

El objetivo principal de un hashtag.... Es poder promocionar cualquier tipo de producto, evento o noticia sobre lo que quieres informar. Otra de las ventajas, es que sirve para ganar alcance en tu marca, aumentar la presencia y que las personas puedan encontrarte fácilmente.

....En pleno "boom" del "BigData", nadie se puede resistir a esta sencilla forma de filtrar mensajes clasificar datos, y el #PAGECUMPLE tiene esa finalidad de exaltar sus logros personales.....

QUINTO.-

Llegados a este punto habrá que determinar si concurre la pérdida sobrevenida del objeto alegada por la Administración demandada.

Como señala la sentencia del Tribunal Constitucional STC 102/2009 "... la causa legal de terminación anticipada de un proceso por pérdida sobrevenida de su objeto, de conformidad a lo establecido en el art. 22, se conecta con la pérdida del interés legítimo en obtener la tutela judicial en relación a la pretensión ejercitada, y precisamente por ello su sentido es evitar la continuación de un proceso...Y por ello en esa misma sentencia 102/2009 el Tribunal Constitucional declara que para que la decisión judicial de cierre del proceso por pérdida del objeto resulte respetuosa del derecho fundamental a la tutela judicial efectiva es necesario que la pérdida del interés legítimo sea completa".....

... ..

Del mismo modo, la STS de 15 de junio de 2015 (recurso 1762/14) recuerda que “La jurisprudencia de este Tribunal contempla como modo de terminación del proceso la pérdida o desaparición sobrevenida del objeto o presupuesto procesal que se produce con la desaparición o eliminación del acto o disposición impugnada. Así, “ad exemplum”, la sentencia del 15 de abril de 2009 (rec. de cas. 1470/2005), se pronuncia sobre la procedencia de declarar terminado el recurso contencioso-administrativo por pérdida sobrevenida del objeto cuando se haya producido la declaración de nulidad del acto administrativo por sentencia firme con posterioridad al planteamiento del recurso contencioso-administrativo, ya que resulta superfluo mantener la controversia jurídica”.

La Administración demandada, sostiene que la aportación por su parte, de Certificado del Coordinador de la Oficina de Prensa del Gobierno de Castilla-La Mancha, de 27 de noviembre de 2017, cuyo iter ha sido el siguiente: Con el escrito e contestación a la demanda, se dice adjuntar este Certificado, y, advertida la ausencia de este documento en el momento de votación y fallo, se acordó como diligencia final, la aportación del mismo, lo que ha tenido lugar, hasta este momento y a pesar de haber dado traslado a los recurrentes del escrito de contestación a la demanda, nada habían alegado al respecto a la ausencia del reiterado Certificado, , que se entiende aportado por la Sala en tiempo y forma, constituye perdida sobrevenida del objeto, lo que no acontece, pues si bien recoge que: (...) a día de expedición del presente certificado se han eliminado todos los tuits relativos al hashtag, #PAGECUMPLE..”, lo que se desprende es que se han eliminado y no se ha utilizado desde 17 de abril de 2017, y, en ningún caso que este proceso haya quedado sin objeto, toda vez que, éste es en primer lugar si el uso del hashtag #PAGECUMPLE, en el momento que fue utilizado ha sido ajustado a derecho o no.

Por último, **el Fallo de la Sentencia es el siguiente:**

“FALLAMOS

Estimar el recurso contencioso administrativo 68/17 interpuesto por el Procurador, en nombre y representación de y, miembros del Grupo Parlamentario Popular, que se encuentra en la oposición en las Cortes regionales, contra la actuación material constitutiva de vía de hecho consistente en la publicación institucional reiterada, bajo la cuenta oficial de Twitter del Consejo de Gobierno de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, con el perfil @qobjccm, de tuiters cuyo contenido de logros se atribuye personalmente a D. Gervasio, con la utilización del hashtag #PAGECUMPLE, y en su consecuencia: 1.- Se declaran no ser conformes a Derecho las actuaciones materiales constitutivas de vía de hecho que se enumeran los recurrentes en el antecedente de hecho primero de su escrito de demanda; Se ordena a los órganos competentes, la cesación inmediata de las mismas actuaciones: (i) con la retirada del perfil institucional,

mediante borrado, de todos aquellos tuits que contengan el hashtag #PAGECUMPLE, (ii) y, la prohibición expresa de la reiteración en su uso. No hacemos especial pronunciamiento en cuanto a las costas procesales.

... .. “

SÉPTIMO.- En función de los puntos anteriores se considera conveniente, a modo de síntesis exponer lo siguiente de cara a que por los miembros del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional se adopte el acuerdo que estime oportuno:

- La fecha de reclamación presentada es de 20 de febrero de 2023, aportando respecto de los documentos que acompaña como prueba certificados web de fechas 13 y 17 de febrero de 2023.
 - La reclamación considera que la campaña institucional llevada a cabo por el Gobierno regional con el lema “Un nuevo impulso” infringe determinados preceptos de la Ley 13/2018, entre los que están:
 - Artículo 10.3 prohibición de que los mensajes o campañas institucionales induzcan a confusión con símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social”
 - Artículo 10.10 prohibición de utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales.
 - Artículo 10.12 Prohibición de que la publicidad institucional se pueda identificar como partidista, quedando prohibidos los puntos de similitud con la publicidad que lleva a cabo cualquier partido político para la propia imagen o la captación de afiliación.
 - Alude también a los artículos 2, 4, 5 y 7 de la Ley que aluden también a prohibiciones relacionadas con emplear la publicidad institucional como propaganda personal de personas con cargos públicos, de aquellas que tengan como finalidad destacar logros de gestión y/o los objetivos alcanzados por el ejecutivo, y de inducir a confusión con símbolos, lemas, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social.
- Por lo tanto, son dos las cuestiones principales en las que la reclamación se fundamenta:

- Por un lado, la identificación de la publicidad institucional como partidista, por similitud con la publicidad llevada a cabo por cualquier

partido político, ya sea por la utilización de símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes que induzcan a confusión.

- La utilización de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de personas con cargos públicos o grupos institucionales.
- La reclamante solicita la cesación de lo que considera una campaña institucional desarrollada por el Gobierno Regional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia titulada “Un nuevo impulso” por infringir la Ley 13/2018, en los términos establecidos en su reclamación.
- El Partido Popular realiza alegaciones el 10 de marzo, acompañadas de un informe pericial de misma fecha emitido por el Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos en Informática.
- El Partido Popular alega que fruto de un error humano, se utilizó una pieza gráfica inspirada en un hashtag con el lema utilizado por el gobierno regional, considerando que el uso legítimo es del gobierno regional.
- Indica que con fecha seis de febrero de 2023, advertido error cesó toda actividad y se procedió a su eliminación, tal y como indica que consta acreditado con el informe que se acompaña como documento adjunto.
- Que, en cualquier caso, el lema “Un nuevo impulso” ha sido utilizado por el Partido Popular de forma aislada sin que se trate de ninguna campaña y que nunca podría ser encuadrada en los criterios legales con los que la ley de comunicación y publicidad institucional define una campaña.
- Finaliza solicitando disculpas e indicando que procederán a adoptar las medidas y precauciones pertinentes para que no vuelva a producirse una situación similar.
- El informe pericial referido, de fecha de 10 de marzo, indica a modo de conclusión que el mensaje o Tweet emitido el 16 de enero de 2023 desde la cuenta @PPRMurcia con el mensaje “Un Gobierno más fuerte más unido” aportando una fotografía idéntica a la contenida en el documento 1 de la reclamación, no existe en la actualidad. Así mismo, concluye que dicho mensaje, aun no pudiendo determinar cuándo fue borrado, todo indica que fue con bastante anterioridad al presente día (10 de marzo).
- La reclamante acredita su representación y, dado que según los certificados que aporta como prueba de acceso a las publicaciones son de fechas 13 y 17 de febrero de 2023, y su reclamación se presentó el 20 de febrero, está presentada dentro del plazo indicado en el artículo 15.1 segundo párrafo de la Ley 13/2018 (desde el inicio de la actividad publicitaria hasta siete días de finalizada la misma)
- Según lo indicado en la Sentencia reproducida en el presente informe, la actividad publicitaria que la reclamación considera contraria a lo dispuesto en los artículos citados de la Ley 13/2018, tanto por parte del Gobierno Regional

como por el Partido Popular de la Región de Murcia, se encuadra en la aplicación de dicha Ley.

- Por otra parte, en lo que respecta al empleo de la publicidad institucional como elemento de propaganda personal de quien ostente un cargo público, cuestión también alegada en la reclamación, en dicha sentencia sí se aprecia claramente el uso personalista de un hashtag “#PAGE CUMPLE” que hace referencia a una persona en concreto, en el presente caso, el hashtag controvertido “#Un nuevo impulso” no alude a una persona en concreto, y según lo alegado por el Partido Popular de la Región de Murcia, el uso de ese lema ha sido fruto de un error humano por parte de ellos.
- Si bien los certificados aportados como documentos adjuntos de la reclamación indican que las publicaciones por el Partido Popular de la Región de Murcia se han dado hasta 17 de febrero de 2023, independientemente de que se hubieran eliminado totalmente después, hay que pronunciarse sobre su adecuación o no a la Ley 13/2018.
- Respecto a la actividad publicitaria controvertida, se aprecia lo siguiente:
 - Tal y como la reclamación afirma, el día 16 de enero de 2023, por el Gobierno regional se dio, en primer lugar, una rueda de prensa incluyendo en esa actividad publicitaria el lema “Un nuevo impulso”.
 - Posteriormente, a las 18:55 horas dicho lema se empleó en formato hashtag el mismo lema por el Partido Popular y también posteriormente se empleó el mismo hashtag por el Gobierno Regional.
 - Si bien es cierto que la recurrente alude y acompaña como documento nº 9 una actividad publicitaria en redes sociales con el mismo hashtag que data de 2018, aparte de esta actividad residual, no aporta acreditación de alguna otra actividad en los 5 años posteriores, por lo que no se puede afirmar que esa actividad publicitaria se haya venido realizando de forma continua o reciente.
- Si se concluye la no adecuación de la actividad publicitaria indicada en la reclamación, o bien por el Gobierno Regional o bien por el Partido Popular de la Región de Murcia, la consecuencia que establece la Ley 13/2018, es acordar la cesación inmediata o rectificación de dicha actividad publicitaria. La reclamación solicita la cesación inmediata.
- Si el error humano alegado por el Partido Popular es el causante de ese uso común de un hashtag que infringe lo dispuesto por la Ley 13/2018, y si así lo consideran los miembros del Consejo, sería procedente que se acreditara de forma fehaciente que, posteriormente a las fechas de los certificados referidos aportados por la reclamación, se ha cesado toda actividad y se han eliminado todas las publicaciones, puesto que el informe pericial aportado por ellos sólo

hace referencia a la publicación que se adjunta como documento 1 en la reclamación, y no al resto que también adjunta como documentos.

- No obstante, respecto a los hechos y preceptos relacionados en el presente informe en relación a la reclamación objeto del mismo, corresponde a los miembros del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional acordar lo que estime oportuno.

Es cuanto procede informar.

Murcia, fecha y firma electrónica al margen

**LA SECRETARIA DEL CONSEJO DE
PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Fdo.: Juana M^a García Campos.