

## **Aprobación de la Ley /2018, de 29 de noviembre, de comunicación y publicidad institucional de la CARM**

El 14 de enero de 2019 se publicó en el BOE la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de comunicación y publicidad institucional de la CARM, que **entró en vigor** al día siguiente de la publicación en el BORM (esto es, el **4 de diciembre de 2018**).

Es objeto de esta ley, entre otros, 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.

El artículo 3, al fijar el **ámbito subjetivo** de la Ley, determina que **sus disposiciones se aplicarán** a todas las entidades integrantes del Sector Público de la CARM, a la Asamblea Regional, **a las Entidades Locales de la CARM (e instituciones y entidades públicas dependientes de ellas sujetas a derecho público y personas en las que participen mayoritariamente)**, así como a Universidades de titularidad pública financiadas mayoritariamente por la CARM.

En la norma se establecen, asimismo, los **principios** a los que se deben sujetar todas las campañas institucionales (arts. 4 y 5), y se dedica un artículo (el 9) a los **procesos electorales, consultas y referéndums**.

Igualmente relevante es el artículo 10, que contempla una serie de **prohibiciones** a tener en cuenta, destacando entre ellas las siguientes:

*2. 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.*

*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.