



Junta Electoral de Andalucía

Tipo	Acuerdo
Asunto	Acuerdo de la Junta Electoral de Andalucía de 23 de mayo de 2022, en relación con la denuncia formulada por el Representante General del Partido Socialista Obrero Español de Andalucía (PSOE-A) contra la Dirección de Comunicación de la Junta de Andalucía y solicita que se requiera a esa Dirección y a CADENA SER ANDALUCÍA la supresión y cese de campaña publicitaria.
Fecha	23 de mayo de 2022

Elecciones al Parlamento de Andalucía de 19 de junio de 2022

El día 18 de mayo de 2022 tuvo entrada en el Registro de la Junta Electoral de Andalucía escrito del Representante General del Partido Socialista Obrero Español de Andalucía (PSOE-A) en el que formula denuncia contra la Dirección de Comunicación de la Junta de Andalucía y solicita que se requiera a esa Dirección y a CADENA SER ANDALUCÍA la supresión y cese de campaña publicitaria.

Se dio traslado del escrito a la Dirección de Comunicación de la Junta de Andalucía y a CADENA SER ANDALUCÍA a efectos de que formularan cuantas alegaciones estimaran pertinentes al respecto, presentándose los correspondientes escritos el día 19 de mayo de 2022.

ACUERDO

La denuncia formulada en relación con la campaña publicitaria promovida por la Junta de Andalucía y que se ha difundido por CADENA SER ANDALUCÍA no puede ser acogida, por carecer de todo fundamento.

1. En primer lugar, no puede dejar de destacarse que el denunciante yerra al identificar el sujeto al que dirige la denuncia. En efecto, como se desprende del Decreto 114/2020, de 8 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, las actuaciones a las que se refiere la denuncia (relativas a la realización de acciones y campañas de comunicación institucional de interés público para la ciudadanía) no son competencia de la Dirección de Comunicación de la Junta de Andalucía (artículo 2.11 del Decreto), sino de la Dirección General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior (letra *b* del artículo 12.1 del Decreto), que, efectivamente, es el órgano que ha realizado, en el supuesto que nos ocupa, las correspondientes actuaciones, como se indica en el informe de la Directora General de Comunicación Social que se ha aportado por el Letrado de la Junta de Andalucía junto con su escrito de alegaciones.



Del mismo modo, son imprecisas las referencias que se realizan en la denuncia a los preceptos de la normativa electoral que pueden resultar vulnerados. En este sentido, parece claro que la denuncia tiene esencialmente por objeto la actuación desarrollada por la Administración de la Junta de Andalucía para obtener la difusión de la campaña publicitaria considerada, que podría suponer, a juicio del denunciante, una vulneración de lo establecido en el artículo 50.2 LOREG. La actuación de CADENA SER ANDALUCÍA se limitaría, conforme a lo contratado, a la difusión de esa campaña publicitaria, sin que esa mera actuación, sin desarrollo argumental adicional, permita atribuirle la vulneración de la obligación establecida en el artículo 66.2 LOREG para las emisoras de titularidad privada de respetar los principios de pluralismo e igualdad. En cualquier caso, es evidente que carece de todo sentido la referencia que se contiene en la denuncia a una eventual vulneración del artículo 66.1 LOREG, toda vez que este resulta exclusivamente de aplicación a la programación de los medios de comunicación de titularidad pública, condición que no reúne, desde luego, CADENA SER ANDALUCÍA.

2. Sentado lo anterior, la campaña publicitaria a la que se refiere la denuncia no vulnera las previsiones del artículo 50.2 LOREG ni de ningún otro precepto que resulte de aplicación y que pueda tener específica relación con el proceso electoral.

En efecto, como expone el Letrado de la Junta de Andalucía con apoyo en el informe de la Directora General de Comunicación Social de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior que aporta, se trata de una campaña publicitaria que tiene por objeto la concienciación ciudadana ante los riesgos del COVID-19.

Asimismo, se destaca que las específicas circunstancias concurrentes en ese momento temporal en relación con la situación del COVID-19 en Andalucía, teniendo en cuenta las nuevas medidas de aplicación y los acontecimientos y celebraciones que en estas fechas van a tener lugar en Andalucía, justificaban el desarrollo de esa campaña publicitaria de concienciación, que también consideraba la evolución de la situación del COVID-19 en Andalucía a la luz de los datos de que se disponía.

Sobre estas bases, resultaba plenamente razonable y justificado realizar las actuaciones precisas para el desarrollo de esa campaña publicitaria que, de este modo, resultaba legitimada por las específicas previsiones de la Instrucción 2/2011, de 24 de marzo, de la Junta Electoral Central, sobre interpretación del artículo 50 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, en relación al objeto y los límites de las campañas institucionales y de los actos de inauguración realizados por los poderes públicos en periodo electoral, que establece en la letra *b* de su



apartado cuarto que, siempre que no se violen los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y de igualdad entre los actores electorales, y no se dirijan directa o indirectamente, mediata o inmediatamente, a inducir el sentido del voto de los electores, no se encuentran prohibidas en el periodo electoral las campañas informativas que resulten imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el correcto desenvolvimiento de los servicios públicos, siempre también que los anuncios en medios de comunicación no contengan connotaciones electoralistas ni alusiones a las realizaciones o los logros obtenidos por los poderes públicos afectados.

En el mismo sentido, la letra *c* del artículo 6.2 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, permite en periodo electoral las actividades publicitarias necesarias para la salvaguarda del interés general o para el desarrollo correcto de los servicios públicos. Y debe recordarse que el artículo 6 del Decreto del Presidente 4/2022, de 25 de abril, de disolución del Parlamento de Andalucía y de convocatoria de elecciones, permite expresamente la realización en el periodo electoral de esas actividades publicitarias enumeradas en el apartado 2 del artículo 6 de la Ley 6/2005, de 8 de abril.

3. Finalmente, la audición del contenido de la cuña publicitaria considerada permite descartar todos los reproches que al respecto se realizan en la denuncia.

En efecto, frente a lo allí afirmado, no se aprecia la existencia de expresión o juicio alguno con connotaciones electoralistas que invite a mantener el apoyo a la opción política representada en el Gobierno o que invite o sugiera a los oyentes a continuar con el mismo Gobierno de Andalucía, por utilizar las expresiones de la denuncia.

Tampoco se aprecia alusión a realizaciones o logros obtenidos por los poderes públicos o, como señala la denuncia, elogios de la actuación del Gobierno de Andalucía.

Por el contrario, un análisis objetivo de la cuña publicitaria permite comprobar que se adecúa a su esencial objetivo de intentar concienciar a la ciudadanía ante la situación del COVID-19 en Andalucía, destacando el esfuerzo general que se ha realizado desde la aparición de la pandemia, pero sin que, como se ha expuesto, exista dato objetivo alguno del que pueda desprenderse que ese esfuerzo o labor se atribuya específicamente a poder público alguno, sino que, por el contrario, parece indudablemente predominar una consideración de carácter general al efecto. Y, desde luego, lo que en ningún caso corresponde a esta Junta Electoral de Andalucía



Junta Electoral de Andalucía

es una apreciación de la calidad técnica o de la posible eficacia de la campaña publicitaria diseñada.

Finalmente, está desprovista también de toda específica argumentación y justificación la referencia en la denuncia a que la música que acompaña al contenido de la cuña publicitaria es «propagandística», lo que impide, ya de entrada, que esa alegación pueda ser examinada y aceptada. Y tampoco puede atribuirse ninguna connotación electoralista a la simple identificación, al final de la cuña publicitaria, de quien la promueve, la Junta de Andalucía en este caso.

De este modo, recogiendo las ya citadas expresiones del apartado cuarto de la Instrucción 2/2011, de 24 de marzo, de la Junta Electoral Central, la campaña publicitaria considerada en modo alguno viola los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y de igualdad entre los actores electorales, ni se dirige directa o indirectamente, mediata o inmediateamente, a inducir el sentido del voto de los electores, siendo, desde luego, irrelevantes a los efectos que ahora nos ocupan cualesquiera otras irregularidades, sin incidencia electoral, que puedan afectar al diseño o difusión de la campaña de acuerdo con su específica normativa reguladora.

Por todo lo expuesto, como se adelantó, no se accede a lo solicitado en la denuncia formulada por el Representante General del Partido Socialista Obrero Español de Andalucía (PSOE-A).

Contra el presente Acuerdo cabe interponer recurso, que será resuelto por la Junta Electoral Central. El recurso deberá interponerse ante esta Junta Electoral de Andalucía dentro de las veinticuatro horas siguientes a su notificación, entendiéndose que el plazo concluye el día siguiente a aquel en el que se notifique el Acuerdo.