



**AYUNTAMIENTO DE ARENAS DE SAN PEDRO
ILMO. SR. ALCALDE**

Asunto: Página oficial del Ayuntamiento en red social / Publicación

Ilmo. Sr.:

De nuevo nos dirigimos a V.I. una vez recibido el informe solicitado en relación con el expediente que se tramita en esta Institución con el número **1142/2025**, referencia a la que rogamos haga mención en ulteriores contactos que llegue a tener con nosotros.

El motivo de la queja era la publicación, con fecha 29 de mayo de 2025, de una información relacionada con el hospital comarcal en la cuenta creada por el Ayuntamiento en la red social Facebook, bajo el título “Fortalecer la mentira y manipular a la gente”, que había supuesto el uso partidista de la cuenta oficial del Ayuntamiento para difundir un mensaje contrario a un partido político, lo cual contradice el principio de neutralidad institucional.

Iniciada la investigación oportuna, se le solicitó información en relación con la cuestión planteada.

El informe remitido el 14 de noviembre de 2025 en atención a dicha petición señala que el Ayuntamiento desarrollaba su labor comunicativa desde el respeto absoluto a los principios de veracidad, objetividad, transparencia y neutralidad institucional.

Afirma que en ningún caso las publicaciones que se difunden a través de los perfiles oficiales tienen por finalidad manipular, confundir o influir indebidamente en la opinión pública, sino que se orientan exclusivamente a informar sobre la gestión municipal y los servicios de interés general, de forma clara y accesible para la ciudadanía.

Continúa señalando cuáles son las normas de uso de las redes sociales del Ayuntamiento de Arenas de San Pedro:

“Las redes sociales del Ayuntamiento de Arenas de San Pedro (Ávila) tienen como objetivo facilitar la comunicación y mantener informados a los ciudadanos sobre las actividades y servicios municipales, siempre desde la cercanía y la transparencia. Valoramos y promovemos el intercambio de ideas, y estamos dispuestos a escuchar y dialogar con todos.



Es importante que los comentarios sean respetuosos con los demás usuarios y que el contenido que compartan sea adecuado para el buen funcionamiento de la comunidad. Por ello, se eliminarán y bloquearán aquellos comentarios que incluyan:

- Lenguaje ofensivo, insultante o despectivo hacia otras personas o colectivos, así como actitudes discriminatorias de cualquier tipo.

- Amenazas o intimidaciones hacia ciudadanos o cualquier miembro de la Corporación Municipal.

- Publicación de datos personales de otras personas sin su consentimiento, para proteger la privacidad y seguridad de todos.

- Publicidad no autorizada o enlaces con fines comerciales.

El Ayuntamiento se reserva el derecho de bloquear a usuarios que utilicen perfiles falsos o intenten desvirtuar el propósito de este espacio”.

A la vista de lo informado, se ha considerado preciso realizar algunas indicaciones, partiendo de la regulación de la publicidad institucional establecida en la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, reformada por la Ley 1/2025, de 3 de julio, aplicable a las entidades locales de la comunidad autónoma.

La definición legal de la publicidad institucional incluye la comunicación pública realizada a través un medio electrónico, utilizando soportes cedidos con la finalidad de transmitir a una pluralidad de ciudadanos mensajes veraces de interés público relacionados con sus objetivos y actividades, garantizando con ello la eficacia de las políticas públicas.

La publicidad institucional tendrá como finalidad principal difundir entre los ciudadanos mensajes de interés público relacionados con los objetivos y actividades del sujeto que lleve a cabo la acción publicitaria, de conformidad con el artículo 4 de la Ley 4/2009.

La información que facilita una Administración local a través de una red social utilizando un perfil institucional está incluida en el ámbito de aplicación de esta Ley autonómica, de tal modo que tales actuaciones estarían sometidas a las limitaciones establecidas en el artículo 8, a las que se suman las contempladas en la legislación estatal básica, establecidas en el artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, como expresamente recoge el precepto citado.

La Ley 4/2009 prevé que no puedan llevarse a cabo actuaciones de publicidad institucional ajenas a las competencias y atribuciones propias de los sujetos que las realicen.



En relación con esta cuestión, cabe hacer referencia a la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Castilla–La Mancha 83/2018, de 2 de abril, que resuelve un recurso interpuesto contra la actuación material constitutiva de vía de hecho de la Administración autonómica de la Comunidad de Castilla–La Mancha consistente en la publicación institucional reiterada, bajo la cuenta oficial de una red social de un órgano de esa Administración, de mensajes cuyo contenido atribuía personalmente los logros de la gestión a la persona que ocupa el cargo.

La sentencia aplica la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, *“siguiendo el tenor interpretativo que aporta la mencionada Exposición de Motivos, la finalidad de la norma es indubitada e impide que se utilicen los canales públicos institucionales con fines políticos”*.

El TSJ de Castilla–La Mancha analiza la prohibición establecida en el artículo 4.1 a) de la Ley 29/2005 que impide que se puedan promover aquellas campañas institucionales de publicidad y de 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 en relación con ella afirma que *“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”*.

Con estas premisas, el Tribunal destaca que la finalidad de la prohibición está en sintonía con el contenido de la Exposición de Motivos de la Ley, cuando indica *“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 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 opinión 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”*.

El Tribunal estima el recurso y declara la existencia de una vía de hecho consistente en la publicación institucional reiterada, bajo la cuenta oficial de un organismo público, de tuits que atribuyen personalmente los logros de su gestión al titular del cargo público; ordena su retirada y prohíbe expresamente la reiteración de su uso.



En relación con el supuesto que examinamos en este expediente, el mensaje que se difundió en la cuenta oficial del Ayuntamiento en Facebook, en la fecha indicada, se refería a la implantación de un hospital comarcal, cuestión que no se encuentra entre las competencias de una entidad local; por otra parte, las alusiones que contiene el mensaje a los logros de un partido político y desaciertos de otro deben quedar al margen de la información que proporciona una Administración pública, cuya actividad debe ajustarse a los principios de neutralidad política y lealtad institucional.

Por otra parte, en el informe enviado a esta Defensoría se hace constar que existen normas de uso de los perfiles institucionales del Ayuntamiento en las redes sociales, pero las que se reflejan en ese informe se refieren únicamente a los contenidos que publican los usuarios, no a los que divulga el Ayuntamiento y, por otra parte, no se indica si se ha aprobado alguna norma reglamentaria municipal que recoja los objetivos de la publicidad institucional del municipio a través de los medios digitales y sus posibles límites.

La discusión en torno a los contenidos que los medios de comunicación públicos han de ofrecer a la ciudadanía han sido una constante en la actividad municipal, cobrando mayor protagonismo conforme van incrementándose las vías de comunicación existentes como consecuencia de la generalización de las nuevas tecnologías. El Real Decreto 2586/1986, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, recoge en el artículo 229 la posibilidad de que los ayuntamientos pudieran editar un boletín informativo municipal para dar conocer las convocatorias y órdenes del día de las sesiones plenarias, el contenido resumido de las sesiones y de los acuerdos adoptados por los órganos municipales.

Después de la fecha de aprobación de esa norma han aparecido otros canales de comunicación, como los proporcionados por las diversas redes sociales, que hacen que la información que parte de una Administración Pública se difunda con rapidez y se presuma su exactitud y objetividad, puesto que se ofrece a través de un perfil institucional.

Por ello, podría considerarse la posibilidad de elaborar y aprobar un reglamento que discipline el uso de los medios de comunicación del Ayuntamiento, incluidos los que se difunden en el perfil institucional de las redes sociales.

En virtud de lo expuesto, y al amparo de las facultades conferidas por el Estatuto de Autonomía de Castilla y León y por la Ley 2/1994, de 9 de marzo, del Procurador del Común, consideramos oportuno formular la siguiente **Resolución**:

PRIMERA: Recomendar a ese Ayuntamiento que observe el principio de neutralidad de los poderes públicos en el uso de los medios de comunicación y



PROCURADOR DEL COMÚN
DE CASTILLA Y LEÓN

difusión a su alcance, incluida la divulgación de mensajes en las cuentas oficiales del Ayuntamiento en las redes sociales.

SEGUNDA: Sugerir que se elabore y apruebe un reglamento municipal que regule los medios de difusión de la información municipal, cualquiera que sea su formato, con el fin de garantizar que las publicaciones se acomoden a la Ley 4/2009, de 28 de mayo, de Publicidad Institucional de Castilla y León, reformada por la Ley 1/2025, de 3 de julio, así como a las consideraciones jurisprudenciales incorporadas a esta resolución.

Esta es nuestra resolución y así se la hacemos saber, con el ruego de que nos comunique de forma motivada la aceptación o no aceptación de la misma en el plazo de dos meses, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 19.2 de la Ley Reguladora de la Institución.

Una vez realizadas las comunicaciones oportunas, se acuerda publicar la presente Resolución en la página web de esta Institución, previa disociación de los datos de carácter personal que contuviera.

Pendiente de sus noticias, reciba un cordial saludo.

Atentamente,

EL PROCURADOR DEL COMÚN
Tomás Quintana López