

INFORME 3/2006, DE 13 DE JULIOL DE 2006

CONTRACTES DE PATROCINI QUE HAGI DE SUBSCRIURE L'ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA DE LES ILLES BALEARS, ATESA L'ENTRADA EN VIGOR DE LA LLEI 29/2005, DE 29 DE DESEMBRE, DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ INSTITUCIONAL

ANTECEDENTS

El viceinterventor general de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears planteja a aquesta Junta Consultiva de Contractació Administrativa la consulta següent:

“L'Administració de la Comunitat Autònoma ha subscrit els darrers anys diferents contractes de patrocini, d'acord amb la Llei 34/1998, d'11 de novembre, general de publicitat, en què ha actuat sempre com a subjecte patrocinador amb l'objectiu de fer publicitat institucional a través del finançament d'una activitat privada.

A tall d'exemple i amb la finalitat d'aportar la màxima informació en aquest escrit de consulta es pot esmentar el patrocini d'un suplement cultural a un diari de difusió estatal (anunci d'adjudicació publicitat en el BOIB número 98 de 15-05-2004), el patrocini publicitari dels premis culturals de les arts i de la ciència en l'àmbit de les Illes Balears (anunci d'adjudicació en el BOIB número 98 de 15-07-2004), i el patrocini publicitari per a l'edició d'una revista (anunci d'adjudicació BOIB número 109 de 07-08-2004), entre d'altres.

Atesa la publicació en el BOE de 30 de desembre de 2006, i posterior entrada en vigor de la Llei de les Corts Generals, la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional, i vista la seva disposició final segona, la qual atorga caràcter bàsic a l'article 4, resulta necessari obtenir uns criteris interpretatius per a l'aplicació de l'esmentat precepte que permetin l'adopció d'unes pautes de comportament homogènies en la gestió i fiscalització dels expedients de contractes de patrocini.

Amb l'objecte de conèixer la interpretació que a aquest respecte li mereix, i en virtut del que s'estableix en els articles 12.1 del Decret 20/1997, de 7 de febrer, de creació de la Junta Consultiva i de l'article 15.1 del seu reglament d'organització i funcionament, se sol·licita informe sobre la qüestió que a continuació es planteja.

¿Resulta procedent que l'Administració de la Comunitat Autònoma formalitzi contractes de patrocini publicitari en els termes en què ha procedit fins ara en els quals actüi com a patrocinador, o per contra hem d'entendre que amb l'entrada en vigor de la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional, no és possible fer aquest tipus de contractes?

S'hi adjunta un informe del servei jurídic de la Conselleria d'Economia, Hisenda i Innovació, d'acord amb el que disposa l'article 4 in fine de l'Ordre del conseller de Presidència de 26 d'octubre de 2001.

PRESSUPÒSITS D'ADMISSIBILITAT

Encara que l'article 15.1 del reglament d'organització i funcionament d'aquesta Junta Consultiva, aprovat per l'Acord del Consell de Govern de la Comunitat Autònoma, de 10 d'octubre de 1997, legitima entre d'altres l'interventor general per sol·licitar informes de la Junta, és obvi que tal legitimació pot fer-se extensiva al viceinterventor general, càrrec que es troba en el segon lloc de la jerarquia funcional, i atès que a l'escrit de consulta s'adjunta un informe jurídic (documentació considerada suficient per a l'emissió d'aquest informe), es compleixen així els requisits exigits per l'art.16 de l'esmentat reglament, ja que hi concorren els pressupòsits d'admissibilitat de la petició.

La formulació de la pregunta s'ha fet en termes confusos i que han obligat la Junta a fer una tasca interpretativa del contingut i que dóna com a resultat el plantejament següent:

CONSIDERACIONS JURÍDIQUES

PRIMERA. La qüestió plantejada se centra a determinar els efectes jurídics de l'article 4 en relació amb el 3 de la Llei 29/2005, de 29 de desembre, quant a la possibilitat legal que la Comunitat Autònoma segueixi duent a terme la formalització de contractes de patrocini tal com ho feia fins ara.

Primerament, cal dir que del contingut de la consulta podria inferir-se la incompetència d'aquesta Junta Consultiva per emetre informe sobre la qüestió, atès que la consulta no està relacionada amb cap qüestió contractual, sinó que es refereix a una interpretació d'una norma sobre criteris de publicitat institucional. No obstant l'anterior, i atès que aquesta interpretació és en relació amb la possibilitat o no de poder fer contractes de patrocini per part de la nostra Comunitat Autònoma i, conseqüentment, d'alguna manera s'incideix en un tema sobre contractació administrativa (per altra banda tractat amb anterioritat en l'informe d'aquesta Junta 9/2003, de 30 de novembre), s'entra en la consideració de l'estudi del contingut.

SEGONA. L'entrada en vigor de la Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional és el reflex de la voluntat d'ordenar l'activitat publicitària de l'Administració pública de l'Estat en el sentit, com diu l'exposició de motius, que:

«La publicitat i comunicació institucional han d'estar a l'estricta servei de les necessitats i interessos dels ciutadans —el subratllat és nostre—, facilitar l'exercici dels seus drets i promoure el compliment dels seus deures, i no ha de perseguir objectius inadequats al bon ús dels fons públics.

Així mateix —segueix dient l'exposició de motius de la llei—, la Llei té com a objectius prioritaris la utilitat pública —el subratllat és nostre—, la professionalització... en el desenvolupament de les campanyes de publicitat institucional i de comunicació.»

TERCERA. Examinat el contingut del cos legal que ens ocupa, en concret de la lectura del article 1 i de la disposició final segona, es dedueix l'àmbit d'aplicació d'aquesta Llei,

que es limita a la publicitat i comunicació institucional que duu a terme l'Administració general de l'Estat llevat de l'article 4t que té el caràcter de legislació bàsica i, per tant, aplicable a la resta d'administracions públiques entre les quals es troba la nostra Comunitat Autònoma.

Després dels plantejaments anteriors, cal dir que l'article 4 de la Llei 29/2005, de 29 de desembre, estableix una sèrie de prohibicions a l'hora de promoure o contractar campanyes institucionals de publicitat i de comunicació, prohibicions que han de ser tingudes en compte per la Comunitat Autònoma a l'hora de subscriure un contracte de patrocini o un altre contracte de publicitat.

QUARTA. Doncs bé, per si mateix aquest article 4 de la Llei no suposaria cap limitació a l'activitat de patrocini de la Comunitat Autònoma o d'una altra administració pública ja que el patrocini així considerat no implica cap prohibició de contractar. Ara, si bé és l'únic d'aplicació directa a la nostra Comunitat Autònoma, la veritat és que la lectura i interpretació d'aquest article de la Llei no pot dur-se a terme amb abstracció del contingut de la resta del cos legal del qual forma part, per a tenir-ne una visió certa de l'abast. En aquesta tasca interpretativa, cal tenir en compte el contingut de l'article 3 de la Llei, que marca els únics objectius que poden perseguir les campanyes de publicitat institucional que, en relació amb l'article 4, que estableix les actuacions prohibides en la matèria, ens ha de conduir forçosament, com era la voluntat del legislador en redactar la Llei que analitzam, a establir el caràcter de bàsic de l'article 4 de la Llei.

CINQUENA. De la relació limitativa dels objectius que poden perseguir les campanyes de publicitat institucional i de les prohibicions a què les campanyes estan sotmeses, hem d'afirmar, juntament amb l'exposició de motius del cos legal que examinem, que tota campanya de publicitat o divulgació institucional ha de perseguir una finalitat d'interès general, en el nostre cas, de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears i sense incórrer en cap motiu de prohibició de l'article 4 de la Llei.

SISENA. De tot l'anterior cal concloure que la Comunitat Autònoma no pot dur a terme campanyes de patrocini (concretam la forma de publicitat al patrocini ja que així s'ha plantejat la consulta) que per si mateixa, o mitjançant l'activitat patrocinada, es tingui per objecte destacar els assoliments de gestió o els objectius a què ha arribat la Comunitat Autònoma. No pot fer patrocinis d'activitats que suposin menyscabar o pertorbar les polítiques públiques o qualsevol actuació legítimament duita a terme per un altre poder públic. La Comunitat Autònoma no pot fer patrocinis d'activitats que impliquin missatges discriminatoris, sexistes o contraris als principis, valors i drets constituents. La Comunitat Autònoma no pot patrocinar activitats que, de forma directa o indirecta, incitin a la violència o a comportaments contraris a l'ordenament jurídic.

Això és així ja que, com molt bé indica l'informe jurídic que s'adjunta amb la consulta, el contracte de patrocini publicitari és aquell en què el patrocinador s'obliga a pagar una quantitat de diners determinada a favor d'una altra persona o entitat a canvi d'utilitzar la seva bona imatge en l'exercici de les seves activitats, les quals no poden incórrer en cap supòsit de prohibició de l'article 4 de la Llei 29/2005, de 29 de

desembre i, a més a més, haurien de ser activitats d'interès públic en l'àmbit de la Comunitat Autònoma. Aquesta última manifestació està en relació directa amb el contingut del punt 2 de l'article 3 de l'esmentada Llei.

CONCLUSIÓ

La Llei 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional no impedeix que l'Administració pública de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears formalitzi contractes de patrocini publicitari, amb les úniques limitacions de les prohibicions establertes en l'article 4 en constituir legislació bàsica en la matèria i sempre que l'objectiu sigui d'interès general per a la Comunitat Autònoma.