

Informe 3/06, de 13 de julio de 2006

Contratos de patrocinio que deba suscribir la Administración de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, a la vista de la entrada en vigor de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

Antecedentes

El viceinterventor General de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears, plantea a esta Junta Consultiva de Contratación Administrativa, la consulta siguiente:

“La Administración de Comunidad Autónoma ha suscrito en los últimos años diferentes contratos de patrocinio, de acuerdo con la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de la Publicidad, actuando siempre como sujeto patrocinador con el objetivo de realizar publicidad institucional a través del financiamiento de una actividad. privada

A modo de ejemplo y con el fin de aportar la máxima información en este escrito de consulta se puede mencionar el Patrocinio de un suplemento cultural a un diario de difusión estatal (anuncio de adjudicación publicidad al BOIB número 98 de 15-05-2004), el Patrocinio publicitario de los premios culturales de las artes y de la ciencia en el ámbito de las Islas Baleares (anuncio de adjudicación al BOIB número 98 de 15-07-2004), y el Patrocinio publicitario para la edición de una revista (anuncio de adjudicación, BOIB número 109 de 07-08-2004) entre otros.

Vista la publicación en el BOE de 30 de diciembre de 2006, y posterior entrada en vigor de la Ley de las Cortes Generales, Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, y vista su Disposición Final Segunda la cual otorga carácter básico al artículo 4, resulta necesario obtener unos criterios interpretativos para la aplicación del mencionado precepto que permitan la adopción de unas pautas de comportamiento homogéneas en la gestión y fiscalización de los expedientes de contratos de patrocinio.

Con el objeto de conocer la interpretación que al respecto le merece, y en virtud del que se establece en los artículos 12.1 del Decreto 20/1997, de 7 de febrero, de creación de la Junta Consultiva y del artículo 15.1 de su Reglamento de organización y funcionamiento se solicita informe sobre la cuestión que a continuación se plantea.

¿Resulta procedente que la Administración de la comunidad autónoma celebre contratos de patrocinio publicitario en los términos en que ha procedido hasta ahora en los cuales actúa como patrocinador, o por el contrario hemos de entender que con la entrada en vigor de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, no es posible realizar este tipo de contratos?.

Se acompaña informe de los Servicios Jurídicos de la Consejería de Economía, Hacienda e Innovación, de acuerdo con lo que dispone el artículo 4 “in fine” de la Orden del Consejero de Presidencia de 26 de octubre de 2001.

Presupuestos de Admisibilidad

Aunque el artículo 15.1 del Reglamento de Organización y Funcionamiento de esta Junta Consultiva, aprobado por Acuerdo de Consejo de Gobierno de la CAIB, de 10 de octubre de 1997, legitima entre otros, al Interventor General para solicitar informes de la Junta, es obvio que tal legitimación puede hacerse extensiva al Viceinterventor General, cargo que se halla en el segundo lugar de la jerarquía funcional, y dado que al escrito de consulta se acompaña un informe jurídico, y que la documentación acompañada al mismo se considera suficiente para la emisión del presente informe, se cumple así con los requisitos exigidos por el art.16 del precitado Reglamento, concurriendo los presupuestos de admisibilidad de la petición.

La formulación de la pregunta se ha realizado en términos confusos y que han obligado a la Junta a realizar una labor interpretativa de su contenido que da como resultado el siguiente planteamiento:

Consideraciones Jurídicas

Primera. La cuestión planteada se centra en determinar los efectos jurídicos del artículo 4º en relación con el 3º de la Ley 29/2006, de 29 de diciembre en cuanto a la posibilidad legal de que la Comunidad Autónoma siga llevando a cabo la formalización de contratos de patrocinio tal y como lo estaba haciendo hasta ahora.

Primeramente, decir que del contenido de la consulta podría inferirse la incompetencia de esta Junta Consultiva para informar sobre la cuestión dado que aquella no está relacionada con cuestión contractual alguna, sino que se refiere a una interpretación de una norma sobre criterios de publicidad institucional. No obstante lo anterior, y dado que esta interpretación es en relación a la posibilidad o no de poder realizar contratos de patrocinio por parte de nuestra Comunidad Autónoma y, consecuentemente, de alguna manera se incide en un tema sobre contratación administrativa, por otra parte tratado con anterioridad en un informe de esta Junta (9/03, de 30 de noviembre), se entra en la consideración del estudio de su contenido.

Segunda. La entrada en vigor de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional es el reflejo de la voluntad de ordenar la actividad publicitaria de la Administración Pública del Estado en el sentido, como dice su exposición de motivos, de que: *“La publicidad y comunicación institucional deben estar al*

estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, (el subrayado es nuestro) facilitar el ejercicio de sus derechos y promover el cumplimiento de sus deberes, y no debe perseguir, objetivos inadecuados al buen uso de los fondos públicos.”

“Así mismo, -sigue diciendo la exposición de motivos de la ley- la Ley tiene como objetivos prioritarios la utilidad pública (el subrayado es nuestro), la profesionalización...en el desarrollo de las campañas de publicidad institucional y de comunicación.”

Tercera. Examinando el contenido del cuerpo legal que nos ocupa, en concreto de la lectura de su artículo 1º y de la disposición final segunda, se deduce el ámbito de aplicación de esta Ley que se limita a la publicidad y comunicación institucional que lleva a cabo la Administración General del Estado a excepción de su artículo 4º que tiene el carácter de legislación básica y por ende aplicable al resto de Administraciones Públicas entre las que se halla nuestra Comunidad Autónoma.

Planteado lo anterior, hay que decir que el artículo 4º de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre establece una serie de prohibiciones a la hora de promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación, prohibiciones que deben ser tenidas en cuenta por la Comunidad Autónoma a la hora de suscribir un contrato de patrocinio, u otro contrato de publicidad.

Cuarta. Pues bien, por si mismo, este artículo 4º de la Ley no supondría ninguna limitación a la actividad de patrocinio de la CAIB o de otra Administración pública ya que el patrocinio así considerado no implica ninguna prohibición de contratar. Ahora, si bien este artículo de la ley es el único de aplicación directa a nuestra Comunidad Autónoma, lo cierto es que la lectura e interpretación del mismo no puede llevarse a cabo con abstracción del contenido del resto del cuerpo legal del que forma parte, para tener una visión cierta del alcance del mismo. En esta labor interpretativa hay que tener en cuenta el contenido del artículo 3º de la Ley que marca los únicos objetivos que pueden perseguir las campañas de publicidad institucional que, en relación con el artículo 4º que establece las actuaciones prohibidas en la materia, nos tiene que conducir forzosamente a cual fue la voluntad del legislador al redactar la Ley que analizamos y al establecer el carácter de básico del artículo cuarto de la misma.

Quinta. De la relación limitativa de los objetivos que pueden perseguir las campañas de publicidad institucional y de las prohibiciones a que aquellas están sometidas, tenemos que afirmar, junto con la exposición de motivos del cuerpo legal que examinamos, que toda campaña de publicidad o divulgación institucional tiene que perseguir una finalidad de interés general, en nuestro caso, de la Comunidad

Autónoma de las Illes Balears y sin incurrir en ningún motivo de prohibición del artículo 4º de la Ley.

Sexta. De lo anterior hay que concluir que la Comunidad Autónoma no puede llevar a cabo campañas de patrocinio (concretamos la forma de publicidad al patrocinio ya que así se ha planteado la consulta) que por sí, o por la actividad patrocinada se tenga por objeto destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por la misma. No puede realizar patrocinios de actividades que supongan menoscabar o perturbar las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público. La Comunidad Autónoma no podrá realizar patrocinios de actividades que impliquen mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constituyentes. La Comunidad Autónoma no podrá patrocinar actividades que, de forma directa o indirecta, inciten a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

Ello es así puesto que, como muy bien indica el informe jurídico que se acompaña con la consulta, el contrato de patrocinio publicitario es aquel en que el patrocinador se obliga a pagar una cantidad de dinero determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su buena imagen en el ejercicio de sus actividades, las cuales no podrán incurrir en ningún supuesto de prohibición del artículo 4º de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre y, además deberán ser actividades de interés público en el ámbito de la Comunidad Autónoma. Esta última manifestación está en relación directa con el contenido del punto 2 del artículo 3 de la citada Ley.

Conclusión

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, no obstaculiza que la Administración Pública de la Comunidad Autónoma Illes Balears celebre contratos de patrocinio publicitario, con las únicas limitaciones de las prohibiciones establecidas en el artículo 4º al constituir legislación básica en la materia y siempre que el objetivo de aquellos sea de interés general para la Comunidad Autónoma.