

Reflexiones sobre la legalidad de los convenios publicitarios

Los "medios" y la Ciudad Autónoma, una relación convenida

■ **J. R. Sánchez** No será ésta la última reflexión sobre los convenios de colaboración celebrados por la Ciudad Autónoma con los medios de comunicación, pues, siendo una práctica desconocida en otras Administraciones Públicas, constituye una responsabilidad de los

melillenses denunciar públicamente que la utilización de esta clase de negocio contraviene el ordenamiento jurídico administrativo, distorsiona la competencia y plantea serias dudas sobre la verdadera función de la radio y la prensa escrita y digital en nuestra ciudad.

No es preciso explicar ahora que la Administración Pública no puede contratar obras o servicios o adquirir bienes a las empresas designadas libre y voluntariamente por el funcionario, el concejal o el órgano competente en cada caso, sino que, por promover la protección del interés público, la contratación administrativa de bienes y servicios está sometida a un procedimiento regido por los principios de igualdad, transparencia, publicidad y eficiente utilización de los fondos públicos.

No obstante, existen unos determinados negocios cuya celebración no está sujeta a tales principios porque su objeto no está comprendido en el de los contratos administrativos (obras, gestión de servicios públicos, suministros, asistencia, consultoría y asistencia). Son los denominados convenios de colaboración, es decir, acuerdos suscritos entre la Administraciones Públicas y sujetos o empresas privadas para desarrollar actividades que, sin ser competencias administrativas, corresponden a finalidades de interés público.

Por tanto, no se comprende que la Ciudad Autónoma celebre convenios de colaboración cuando la publicidad es una categoría de servicio expresamente incluido en el ámbito de la contratación pública. O, para ser más precisos, no se comprende desde una perspectiva jurídica y sí desde el punto de vista propagandístico.

Un examen a las normas promulgadas por el Estado y las Comunidades Autónomas confirma lo que no requiere ninguna demostración legal.

El art. 8 de la Ley 29/2005, de

29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional establece lo siguiente:

1. Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se adjudicarán con arreglo a su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y concurrencia, y atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios. Estos mismos criterios objetivos deberán ser observados por los contratistas en los supuestos de subcontratación.

2. El Consejo de Ministros aprobará, previo dictamen del Consejo de Estado, los pliegos de cláusulas generales para las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado y demás entidades estatales afectadas por esta Ley.

En el ámbito autonómico, el art. 5 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, dispone que los contratos relativos a la actividad publicitaria se ajustarán a lo previsto en el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, y demás normativa que resulte de aplicación, en especial en lo relativo a los criterios de adjudicación de los mismos.

El art. 5 de la Ley 6/2006, de 20 de junio, del Principado de Asturias de Comunicación y Publicidad Institucionales, establece que "los contratos relativos a comunicación institucional (...) se adjudicarán conforme a lo

previsto en la normativa vigente en materia de contratación de las Administraciones Públicas mediante la ponderación objetiva de las ofertas recibidas atendiendo a criterios que garanticen la libre concurrencia, la igualdad, la publicidad, la economía, la eficacia, la eficiencia y la veracidad".

El art. 5 de la Ley 16/2003, de 24 de marzo, sobre Publicidad Institucional de Aragón, proclama que los contratos de publicidad, difusión publicitaria y creación publicitaria en los que fueren parte las administraciones, los organismos y las empresas públicas se ajustarán a lo dispuesto en la normativa vigente en materia de contratación de las Administraciones públicas, con respeto a los principios de libre concurrencia e igualdad entre los licitadores.

Y, finalmente, el art. 10 de la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana establece que "la contratación de la publicidad institucional se ajustará a los principios de publicidad, concurrencia y no discriminación, de acuerdo con las normas del Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio".

En otra ocasión se podrá analizar la contratación publicitaria institucional de otras Comunidades Autónomas o Ayuntamientos, pero lo expuesto es suficiente para que el gobierno se plantee la legalidad administrativa de su actuación y la oposición actúe alguna vez con determinación.

El aniversario del Estatuto y el viejo debate de la conversión de Melilla en Comunidad Autónoma

En estos días se ha cumplido el decimosegundo aniversario de la publicación en el BOE del Estatuto de Autonomía para la ciudad de Melilla. En concreto se publicó el 13 de marzo de 1995, siendo las siguientes elecciones las primeras para constituir la Asamblea de Melilla y para elegir a su primer presidente.

Es curioso que, después de más de una década de aprobado y entrado en vigor el Estatuto, se vuelva a abrir el viejo debate de la conversión de nuestra ciudad en Comunidad Autónoma. Y digo curioso porque, esta, llamémosle efemérides, ha pasado con más pena que gloria sumiéndose en todo este tránsito temporal en un aniversario olvidado y nunca celebrado.

Me sorprende, por tanto, que ante este generalizado pasotismo de nuestras autoridades, gobierno y oposición, y ante la generalizada indiferencia del pueblo melillense por profundizar en la búsqueda de un nuevo Estatuto, todas las formaciones políticas se hayan lanzado a una nueva cruzada autonómica. Con la agravante de que ninguna de las tres formaciones melillenses con representación en la Asamblea coinciden en sus planteamientos de futuro.

¿Está realmente el tema autonómico entre las prioridades del pueblo melillense?. Sinceramente pienso que, en estos momentos, no.

Si bien en la década de los noventa supuso la consecución del Estatuto para la sociedad melillense una justa e ilusionante aspiración, una vez alcanzado el Estatuto del 95, imperfecto como todo producto nacido de una ardua y laboriosa negociación, vino a colmar las pretensiones con las que se elaboró. De una parte ha sido un instrumento importante para mejorar la gestión de los intereses de Melilla y para favorecer los niveles de autogobierno, y por otra parte ha alejado definitivamente los viejos fantasmas de diferenciación jurídica y política con el resto del Estado. Hoy en día nuestra ciudad está representada en todos las Comisiones y Consejos interministeriales y participa y colabora plenamente en toda la estructura del Estado como otra Comunidad, con la misma fuerza en su voto que Comunidades como Cataluña o el País Vasco.

Este paso de Ayuntamiento a Ciudad Autónoma -cuanta resistencia puso cierto partido político en aceptar esta extendida y aceptada denominación- es, sin lugar a dudas, la más importante transformación administrativa-política de nuestra ciudad a lo largo de su historia y la que más ha aportado para su posterior crecimiento.

Este Estatuto es perfeccionable y ahí es donde deberían orientar su afán nuestros gobernantes: separar la figura del presidente del ejecutivo del de la Asamblea; desarrollar las competencias recién adquiridas, timidamente afrontadas en la actualidad (entre ellas especialmente la de sanidad); proponer fórmulas de gestión de encomienda para competencias estatales... Todas éstas pueden ser tareas posibles, reales y apasionantes.

Habría que recordar que los empeños imposibles conducen a la melancolía y nuestra conversión en Comunidad Autónoma se puede convertir en tarea inabordable por imperativo constitucional ante la imposibilidad de hacer desaparecer el Ayuntamiento.

Ignacio Velázquez Rivera

Melilla General de Hostelería

- Equipo integral de hostelería en general
- Mobiliario para la hostelería y colectividades
- Todo lo imprescindible para el hogar y la cocina profesional

Almacén y Exposición
Polígono Industrial "SUTIS"
r/Tirón, zona C-34
52006 Melilla

Tel.: 952 67 14 61
Fax: 952 67 54 10

e-mail: universalhosteleria@gmail.com

Melilla Universal de Telecomunicaciones

MOVILAIR
COMUNICACIONES

Telefónica

NOVUM

AIRIS
COMUNICACIONES

Sidi Abdalbader, 9
52001 Melilla
M.F. y Fax: 952 68 60 63

Alvaro de Berrío, nº 4 - 6
52006 Melilla
M.F.: 952 67 20 16 Fax: 952 67 80 32
e-mail: movilair@upa.es