

## I. DISPOSICIONS GENERALS

### 1. PRESIDÈNCIA I CONSELLERIES DE LA GENERALITAT VALENCIANA

#### Presidència de la Generalitat

*LLEI 7/2003, de 20 de març, de Publicitat Institucional de la Comunitat Valenciana. [2003/3635]*

Sia notori i manifest a tots els ciutadans que les Corts Valencianes han aprovat, i jo, d'acord amb el que estableixen la Constitució i l'Estatut d'Autonomia, en nom del Rei, promulgue la llei següent:

#### PREÀMBUL

##### I

Les campanyes de publicitat institucional promogudes per les administracions i les altres institucions públiques s'han revelat com un instrument útil de sensibilització i de foment dels valors democràtics entre els ciutadans. Igualment, tenen una específica utilitat per a la comunitat quan es tracta de protegir o prevenir riscos per a la seua salut i seguretat. Així mateix, constitueixen un valuós mitjà de difusió de les activitats que realitzen les esmentades institucions i les administracions públiques. D'aquesta manera potencien la informació i la participació democràtica dels ciutadans.

Si bé en el nostre ordenament jurídic hi ha una norma legal de l'estat en matèria de publicitat –Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat–, el seu àmbit es limita a l'anomenada publicitat comercial, és a dir, la realitzada en l'exercici d'una activitat comercial, industrial, professional o artesanal. La seua regulació no comprèn, doncs, l'anomenada publicitat institucional que es realitza fora d'una activitat empresarial. Per això resulta oportú que la Generalitat, tal i com han plantejat els grups parlamentaris, establezca el règim jurídic d'aquest tipus específic de publicitat en l'àmbit territorial de la nostra comunitat.

##### II

Les relacions entre els poders públics i els mitjans de comunicació social que s'estableixen amb motiu de la publicitat institucional han de caracteritzar-se, d'acord amb els principis constitucionals, per la transparència i el respecte a la igualtat d'oportunitats. En aquest sentit, poden recordar-se –entre altres mandats constitucionals particularment rellevants– el principi d'interdicció de l'arbitrarietat dels poders públics contingut en l'article 9 de la Constitució, el principi d'igualtat proclamat per l'article 14, o la declaració de l'article 103, paràgraf primer, que ordena a l'administració pública servir amb objectivitat els interessos generals.

La jurisprudència del Tribunal Suprem ha tingut ocasió de desenvolupar, amb relació a la publicitat institucional, els preceptes constitucionals esmentats. Se'n desprenen els principis següents: en primer lloc, que la diferència de tracte adquireix la categoria jurídica de discriminació quan apareix desproveïda de base objectiva i en resulta conculcat el principi d'igualtat davant els beneficis públics (STS de 8 de juliol de 1987); en segon lloc, que l'exclusió d'un mitjà singular en la contractació d'una campanya institucional quan aquest tinga una tirada superior i les seues tarifes no siguen superiors a les del mercat suposa una infracció del principi d'igualtat (STS de 13 de març de 1991) i dóna lloc a indemnització en produir un perjudici avaluable econòmicament que es fonamenta en el funcionament anormal del servei públic a què es refereix l'article 106.2 de la Constitució (STS de 7 i 10 de juliol de 1995); o, per últim, que la Constitució prohibeix qualsevol actitud discriminatoria per raó d'opinió, llevat causes justificadores, raonables i imparcials (STS de 2 de juliol de 1994).

## I. DISPOSICIONES GENERALES

### 1. PRESIDENCIA Y CONSELLERIAS DE LA GENERALITAT VALENCIANA

#### Presidencia de la Generalitat

*LEY 7/2003, de 20 de marzo, de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana. [2003/3635]*

Sea notorio y manifiesto a todos los ciudadanos, que las Cortes Valencianas han aprobado y yo, de acuerdo con lo establecido por la Constitución y el Estatuto de Autonomía, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley:

#### PREÁMBULO

##### I

Las campañas de publicidad institucional promovidas por las administraciones y otras instituciones públicas se han revelado como un útil instrumento de sensibilización y de fomento de los valores democráticos entre los ciudadanos, teniendo igualmente una específica utilidad para la comunidad cuando se trata de proteger o prevenir riesgos para su salud o su seguridad. Constituyen, asimismo, un valioso medio de difusión de las actividades que realizan las citadas instituciones y administraciones públicas, potenciando de este modo la información y la participación democrática de los ciudadanos.

Si bien en nuestro ordenamiento jurídico existe una norma legal del Estado en materia de publicidad –Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad–, su ámbito se limita a la denominada publicidad comercial, es decir, la realizada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, profesional o artesanal. Su regulación no comprende, pues, la denominada publicidad institucional, que se realiza fuera de una actividad empresarial. Resulta por ello oportuno que se proceda, por la Generalitat, tal y como han venido planteando los Grupos Parlamentarios, a establecer el régimen jurídico de este tipo específico de publicidad en el ámbito territorial de nuestra Comunidad.

##### II

Las relaciones entre los poderes públicos y los medios de comunicación social que se establecen con motivo de la publicidad institucional deben caracterizarse, de conformidad con los principios constitucionales, por la transparencia y el respeto a la igualdad de oportunidades. Pueden recordarse a este propósito, entre otros mandatos constitucionales particularmente relevantes, el principio de interdicción de la arbitrariedad de los poderes públicos contenido en el artículo 9 de la Constitución, el principio de igualdad proclamado por el artículo 14, o la declaración del artículo 103, párrafo primero, que ordena a la Administración Pública servir con objetividad los intereses generales.

La jurisprudencia del Tribunal Supremo ha tenido ocasión de desarrollar, en relación con la publicidad institucional, los preceptos constitucionales referidos. Se desprenden de ella los siguientes principios: en primer lugar, que la diferencia de trato adquire la categoría jurídica de discriminación, cuando aquella aparece desprovista de base objetiva, resultando conculcado el principio de igualdad ante los beneficios públicos (STS de 8 de julio de 1987); en segundo lugar, que la exclusión de un medio singular en la contratación de una campaña institucional cuando éste tenga una tirada superior y sus tarifas no sean superiores a las del mercado, supone una infracción del principio de igualdad (STS de 13 de marzo de 1991) y da lugar a indemnización al producir un perjuicio, evaluable económicamente, que se fundamenta en el funcionamiento anormal del servicio público al que se refiere el artículo 106.2 de la Constitución (STS de 7 y 10 de julio de 1995); o, por último, que la Constitución prohíbe cualquier actitud discriminatoria por razón de opinión, salvo causas justificadoras, razonables e imparciales (STS de 2 de julio de 1994).

No és ocios recordar que, amb anterioritat a 1995, s'ha produït a la nostra comunitat una discriminació d'alguns mitjans informatius en l'accés a la publicitat institucional. Fins i tot situacions com el finançament amb fons públics de campanyes polítiques antedemocràtiques, a través de tercers interposats, en favor del partit del govern, no han estat desconegudes en el panorama polític d'aquesta comunitat en els anys precedents a aquesta data.

Des de 1995, l'actuació de la Generalitat s'ha caracteritzat, en canvi, per un repartiment equitatiu de la publicitat d'acord amb la legalitat vigent, i ha actuat en tot moment amb criteris de transparència i igualtat. Aquesta llei es dirigeix a garantir aquesta actuació en el futur, que permetrà evitar la repetició de conductes discriminatòries i contribuirà, per tant, a una garantia més eficaç de la llibertat d'expressió i de la independència dels mitjans de comunicació social.

### III

La llei delimita el seu àmbit d'aplicació per la finalitat de les campanyes publicitàries i exclou en tot cas la publicitat comercial i la que es produeix en el tràmit dels procediments administratius, i també les comunicacions puntuals de naturalesa estrictament informativa. Així se segueix el criteri sentat per la sentència del Tribunal Suprem el 19 de febrer de 1998, que exclou del concepte de publicitat institucional –la distribució desigual de la qual genera violació del principi d'igualtat consagrat per l'article 14 de la Constitució espanyola– els anuncis que siguin «resultat de l'activitat quotidiana de les administracions públiques». Pel que fa a l'àmbit subjectiu, l'article 3 relaciona les institucions, les administracions públiques i altres ens públics subjectes a la llei.

S'assenyalen els principis informadors de la publicitat institucional, veracitat, eficàcia i eficiència, i es prohibeix l'emissió de missatges publicitaris que atempten contra la dignitat de la persona, els valors democràtics o de convivència o siguin denigrants, i quedarà prohibida així mateix l'anomenada publicitat subliminal.

Si bé la llei deixa una llibertat àmplia de formats, suports i mitjans de difusió, sobretot tenint en compte que les noves tecnologies ampliaran el ventall de possibilitats actual, es prohibeix fer ús de mitjans de difusió que estiguen vinculats amb posicions que violen els valors constitucionals.

Els criteris objectius de caràcter tècnic, alguns dels quals es relacionen expressament, hauran de determinar l'elecció dels mitjans de difusió més adequats per a la finalitat de les diferents campanyes publicitàries, sempre en conjunció amb els principis d'eficàcia i d'eficiència.

S'introdueixen també determinades limitacions en la publicitat mitjançant patrocini, amb l'objecte d'evitar que s'associe o que pugui associar-se a les institucions i les administracions públiques amb activitats o persones en què concórreguen circumstàncies de violació dels valors constitucionals.

En compliment de l'Estatut d'Autonomia i de les disposicions legislatives vigents sobre aquesta matèria, s'inclou una disposició expressa sobre l'ús, en la publicitat institucional, de les dues llengües cooficials de la Comunitat Valenciana.

Com a qualsevol altra contractació de les administracions públiques, la de la publicitat institucional n'haurà de subjectar-se a les normes i els principis previstos en la legislació reguladora dels contractes de les administracions públiques, que garanteixen la igualtat de tracte i de no discriminació.

Amb la finalitat d'aconseguir l'eficiència major en aquest tipus de publicitat, es preveu la coordinació de les campanyes que realitzen o pretenguin realitzar les diferents administracions públiques, i es disposarà a més la creació amb la finalitat expressada d'una comissió coordinadora, la composició i el funcionament de la qual es regularan reglamentàriament.

Així mateix la llei desitja fomentar la participació de la iniciativa social en les campanyes de publicitat institucional en què per la seua naturalesa pugui resultar aconsellable i que permeti economies de fons públics i una major participació dels agents socials.

No es ocioso recordar que, con anterioridad a 1995, se ha producido en nuestra Comunidad una frecuente discriminación de algunos medios informativos en el acceso a la publicidad institucional. Incluso situaciones tales como la financiación con fondos públicos de campañas políticas antedemocráticas, a través de terceros interpuestos, en favor del Partido del Gobierno, no han sido desconocidas en el panorama político de esta Comunidad en los años precedentes a esa fecha.

Desde 1995, la actuación de la Generalitat se ha venido caracterizando, en cambio, por un reparto equitativo de la publicidad conforme a la legalidad vigente, actuando en todo momento con criterios de transparencia e igualdad. A garantizar esa actuación en el futuro se dirige la presente Ley, que permitirá evitar la repetición de conductas discriminatorias, y contribuirá, por tanto, a una más eficaz garantía de la libertad de expresión y de la independencia de los medios de comunicación social.

### III

La Ley delimita su ámbito objetivo de aplicación por la finalidad de las campañas publicitarias, excluyendo en todo caso la publicidad comercial y la que se produce en el trámite de los procedimientos administrativos, así como las comunicaciones puntuales de naturaleza estrictamente informativa. Se sigue, así, el criterio sentado por la Sentencia del Tribunal Supremo de 19 de febrero de 1998, que excluye del concepto de publicidad institucional –cuya desigual distribución genera violación del principio de igualdad consagrado por el artículo 14 de la Constitución española– los anuncios que sean «resultado de la actividad cotidiana de las Administraciones públicas». Por lo que se refiere al ámbito subjetivo, el artículo 3 relaciona las instituciones, administraciones públicas y demás entes públicos sujetos a la Ley.

Se señalan los principios informadores de la publicidad institucional, –veracidad, eficacia y eficiencia–, y se prohíbe la emisión de mensajes publicitarios que atenten contra la dignidad de la persona, los valores democráticos o de convivencia o sean denigrativos, quedando asimismo prohibida la llamada publicidad subliminal.

Si bien la Ley deja una amplia libertad de formatos, soportes y medios de difusión, sobre todo teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías ampliarán el actual abanico de posibilidades, se prohíbe hacer uso de medios de difusión que estén vinculados con posiciones que violen los valores constitucionales.

Los criterios objetivos de carácter técnico, algunos de los cuales se relacionan expresamente, deberán determinar la elección de los medios de difusión más adecuados para la finalidad de las distintas campañas publicitarias, siempre en conjunción con los principios de eficacia y de eficiencia.

Se introducen también determinadas limitaciones en la publicidad mediante patrocinio, con objeto de evitar que se asocie o pueda asociarse a las instituciones y administraciones públicas con actividades o personas en las que concurren circunstancias de violación de los valores constitucionales.

En cumplimiento del Estatuto de Autonomía y de las disposiciones legislativas vigentes sobre esta materia, se incluye una disposición expresa sobre el uso, en la publicidad institucional, de las dos lenguas cooficiales de la Comunidad Valenciana.

Como cualquier otra contratación de las administraciones públicas, la de la publicidad institucional deberá sujetarse a las normas y principios previstos en la legislación reguladora de los contratos de las administraciones públicas, que garantizan la igualdad de trato y la no-discriminación.

Con la finalidad de conseguir la mayor eficiencia en este tipo de publicidad, se prevé la coordinación de las campañas que realicen o pretendan realizar las distintas administraciones públicas, disponiéndose además la creación con la expresada finalidad de una Comisión Coordinadora, cuya composición y funcionamiento se regularán reglamentariamente.

Asimismo, la Ley desea fomentar la participación de la iniciativa social en las campañas de publicidad institucional en que por su naturaleza pueda resultar aconsejable, permitiendo economías de fondos públicos y una mayor participación de los agentes sociales.

Les disposicions addicionals i final fan referència a la publicitat institucional en període electoral per a subjectar-la a la regulació específica en aquesta matèria, a l'autorització al Consell per a desplegar la llei i a l'entrada en vigor d'aquesta.

Finalment, aquesta llei es dicta amb empara en el títol competencial contingut en l'article 31.29 de l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana, que estableix la competència exclusiva de la Generalitat en matèria de publicitat, sense perjudici de les normes dictades per l'estat per a sectors i mitjans específics.

#### Article 1. Objecte de la llei

És objecte d'aquesta llei la regulació de la publicitat institucional, com es defineix en l'article 2, realitzada per les institucions, les administracions públiques i la resta dels ens públics de la Comunitat Valenciana a què es refereix l'article 3.

#### Article 2. Àmbit objectiu

1. A l'efecte d'aquesta llei, s'entendrà per publicitat institucional la que realitzen les institucions, les administracions públiques i la resta dels ens públics de la Comunitat Valenciana compresos en l'article 3, a través de campanyes destinades a alguna de les finalitats següents:

- a) La difusió de les activitats, els projectes i els resultats de l'administració pública anunciadora.
- b) La creació, la difusió o la millora de la notorietat i la imatge de les institucions democràtiques i de les administracions públiques.
- c) La promoció genèrica del consum de productes i ús de serveis, o de sectors econòmics específics, propis de l'àmbit territorial de l'administració anunciadora.
- d) La prevenció i la protecció de la integritat física i material dels ciutadans, i la promoció de la integració social.
- e) La sensibilització dels ciutadans, mitjançant el foment de conductes o hàbits per a la convivència i el benestar social, el compromís amb determinades causes i els valors de la democràcia.
- f) La promoció dels valors propis o les senyes d'identitat del territori o de la població de l'administració anunciadora.
- g) La difusió dels processos electorals i el foment de l'exercici del dret al vot.

2. En qualsevol cas, no es considera publicitat institucional la realitzada en l'exercici d'una activitat comercial, industrial, artesana o professional o en el tràmit de qualsevol expedient administratiu, ni tampoc les comunicacions puntuals de caràcter estrictament informatiu.

#### Article 3. Àmbit subjectiu

Aquesta llei obliga:

- a) Les institucions de l'article 9.2 de l'Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana.
- b) L'administració de la Generalitat.
- c) Les entitats autònomes de la Generalitat de caràcter administratiu.
- d) Les entitats locals de l'àmbit territorial de la Comunitat Valenciana.
- e) Els organismes i les entitats autònomes de caràcter administratiu, dotades de personalitat jurídica pròpia, que actuen sotmesos al dret públic, dependents de les entitats locals de la Comunitat Valenciana.

#### Article 4. Principis informadors

La publicitat institucional de les institucions i les administracions públiques ha de servir amb objectivitat els interessos generals i se sotmet als principis d'eficàcia, eficiència i veracitat.

#### Article 5. Missatges publicitaris

1. Els missatges de la publicitat institucional seran verços.
2. Es prohibeixen els missatges publicitaris que, pel contingut, la forma de presentació o difusió:
  - a) atempten contra la dignitat de la persona o vulneren els valors democràtics o els drets reconeguts en la Constitució i l'Estatut d'Autonomia.

Las disposiciones adicionales y final hacen referencia a la publicidad institucional en período electoral para sujetarla a la específica regulación en esta materia, a la autorización al Consell para desarrollar la presente Ley y a su entrada en vigor.

Finalmente, esta Ley se dicta con amparo en el título competencial contenido en el artículo 31.29 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana, que establece la competencia exclusiva de la Generalitat en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas dictadas por el Estado para sectores y medios específicos.

#### Artículo 1. Objeto de la Ley

Es objeto de la presente ley la regulación de la publicidad institucional, tal como se define en su artículo 2, realizada por las instituciones, administraciones públicas y demás entes públicos de la Comunidad Valenciana a que se refiere el artículo 3 de la misma.

#### Artículo 2. Ámbito objetivo

1. A efectos de la presente ley se entenderá por publicidad institucional la que realicen las instituciones, administraciones públicas y demás entes públicos de la Comunidad Valenciana comprendidos en el artículo 3 de la misma, a través de campañas destinadas a alguno de los siguientes fines:

- a) La difusión de las actividades, proyectos y resultados de la administración pública anunciante.
- b) La creación, difusión o mejora de la notoriedad e imagen de las instituciones democráticas y de las administraciones públicas.
- c) La promoción genérica del consumo de productos y uso de servicios, o de específicos sectores económicos, propios del ámbito territorial de la administración anunciante.
- d) La prevención y protección de la integridad física y material de los ciudadanos, y la promoción de la integración social.
- e) La sensibilización de los ciudadanos, fomentando conductas o hábitos para la convivencia y el bienestar social, el compromiso con determinadas causas y los valores de la democracia.
- f) La promoción de los propios valores o señas de identidad del territorio o de la población de la administración anunciante.
- g) La difusión de los procesos electorales y el fomento del ejercicio del derecho al voto.

2. En cualquier caso, no se considera publicidad institucional la realizada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional o en el trámite de cualquier expediente administrativo, así como las comunicaciones puntuales de carácter estrictamente informativo.

#### Artículo 3. Ámbito subjetivo

La presente ley obliga a:

- a) Las instituciones del artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana.
- b) La Administración de la Generalitat.
- c) Las entidades autónomas de la Generalitat de carácter administrativo.
- d) Las Entidades Locales del ámbito territorial de la Comunidad Valenciana.
- e) Los organismos y entidades autónomas de carácter administrativo, dotadas de personalidad jurídica propia, que actúen sometidos al Derecho Público, dependientes de las Entidades Locales de la Comunidad Valenciana.

#### Artículo 4. Principios informadores

La publicidad institucional de las instituciones y administraciones públicas debe servir con objetividad los intereses generales y se somete a los principios de eficacia, eficiencia y veracidad.

#### Artículo 5. Mensajes publicitarios

1. Los mensajes de la publicidad institucional serán veraces.
2. Se prohíben los mensajes publicitarios que por su contenido, forma de presentación o difusión:
  - a) atenten contra la dignidad de la persona o vulneren los valores democráticos o los derechos reconocidos en la Constitución y el Estatuto de Autonomía.

b) provoquen el descrèdit, la denigració o el menyspreu directe o indirecte d'una persona física o jurídica, privada o pública.

c) tinguen caràcter sexista, discriminatori o racista i atempten contra els drets de la infantesa.<sup>3</sup>

3. Es prohibeix la publicitat subliminar, entesa com es defineix en la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat.

#### Article 6. Suports, formats i mitjans de difusió

1. La publicitat institucional podrà fer-se en qualsevol tipus de format, suport o mitjà de difusió.

2. No obstant això, s'evitarà la utilització de mitjans de difusió incompatibles amb la dignitat de la institució, l'administració o l'ens anunciador o que, per la titularitat, l'ideari o el contingut, es vinculen amb posicions o activitats que violen o donen suport a la violació dels valors constitucionals o els drets humans o promouen o indueixen a la violència, el racisme o d'altres comportaments contraris a la dignitat humana.

#### Article 7. Determinació dels mitjans de difusió

1. La distribució de la publicitat institucional respectarà els principis d'eficàcia, eficiència i objectivitat.

2. Pel que fa a la realització dels principis indicats en l'apartat anterior, per a la determinació dels mitjans de difusió es tindran en compte, en particular, les característiques dels destinataris de la publicitat; l'àmbit i la implantació territorial i social i el nivell de difusió o audiència dels diferents mitjans; el cost de les insercions publicitàries, i d'altres criteris anàlegs que contribueixen a la consecució òptima dels fins previstos en l'article 2, apartat 1, d'aquesta llei.

3. Les institucions i les administracions públiques subjectes a aquesta llei no podran pagar en cap cas per les insercions de publicitat institucional preus abusius, que no guarden proporció amb la regulació normal del mercat.

#### Article 8. Limitació de la publicitat mitjançant patrocini

No podrà fer-se publicitat institucional mitjançant la modalitat de patrocini quan el patrocinat, l'activitat patrocinada o un altre patrocinador de la mateixa activitat incorreguen en alguna de les circumstàncies indicades en l'apartat 2 de l'article 6.

#### Article 9. Llengua

Les institucions, les administracions i els altres ens públics compresos en aquesta llei utilitzaran indistintament en els missatges de la publicitat institucional les dues llengües oficials de la Comunitat Valenciana.

#### Article 10. Contractació

La contractació de la publicitat institucional s'ajustarà als principis de publicitat, concurrència i no-discriminació, de conformitat amb les normes del text refós de la Llei de contractes de les administracions públiques, aprovat pel Reial decret legislatiu 2/2000, de 16 de juny.

#### Article 11. Coordinació

Per a la coordinació de les campanyes de publicitat institucional desenvolupades per les institucions, les administracions públiques i altres ens públics a que fa referència l'article 3 d'aquesta llei, i pel que fa a assolir la màxima eficiència en la realització dels fins contemplats en l'article 2, apartat 1, d'aquesta, es crea la Comissió Coordinadora de Publicitat Institucional, la composició i el funcionament de la qual es determinaran reglamentàriament.

#### Article 12. Participació de la iniciativa privada

Les administracions públiques subjectes a aquesta llei promouran la participació de la iniciativa privada en les campanyes de publicitat institucional, en aquells casos que per la seua naturalesa ho aconsellen. En tot cas, no podran participar en les campanyes de publicitat institucional les entitats que incorreguen en qualsevol de les circumstàncies indicades en l'apartat 2 de l'article 6.

b) provoquen el descrédito, denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona física o jurídica, privada o pública.

c) tengan carácter sexista, discriminatorio o racista o atenten a los derechos de la infancia.

3. Se prohíbe la publicidad subliminar, entendiéndose por tal la que se define en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

#### Artículo 6. Soportes, formatos y medios de difusión

1. La publicidad institucional podrá realizarse en cualquier tipo de formato, soporte o medio de difusión.

2. No obstante lo anterior, se evitará la utilización de medios de difusión incompatibles con la dignidad de la institución, administración o ente anunciante o que por su titularidad, ideario o contenido se vinculen con posiciones o actividades que violen o apoyen la violación de los valores constitucionales o los derechos humanos o promuevan o induzcan a la violencia, el racismo u otros comportamientos contrarios a la dignidad humana.

#### Artículo 7. Determinación de los medios de difusión

1. La distribución de la publicidad institucional respetará los principios de eficacia, eficiencia y objetividad.

2. En orden a la realización de los principios señalados en el apartado anterior, para la determinación de los medios de difusión se tendrán en cuenta, en particular, las características de los destinatarios de la publicidad; el ámbito e implantación territorial y social y el nivel de difusión o audiencia de los diversos medios; el coste de las inserciones publicitarias; y otros criterios análogos que contribuyan a la óptima consecución de los fines contemplados en el artículo 2, apartado 1, de esta Ley.

3. Las instituciones y administraciones públicas sujetas a esta Ley no podrán abonar en ningún caso por las inserciones de publicidad institucional precios abusivos, que no guarden proporción con la regulación normal del mercado.

#### Artículo 8. Limitación de la publicidad mediante patrocinio

No podrá realizarse publicidad institucional mediante la modalidad de patrocinio cuando el patrocinado, la actividad patrocinada u otro patrocinador de la misma actividad incurran en alguna de las circunstancias indicadas en el apartado 2 del artículo 6.

#### Artículo 9. Lengua

Las instituciones, administraciones y demás entes públicos comprendidos en esta Ley utilizarán indistintamente, en los mensajes de la publicidad institucional, las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana.

#### Artículo 10. Contratación

La contratación de la publicidad institucional se ajustará a los principios de publicidad, concurrència 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.

#### Artículo 11. Coordinación

Para la coordinación de las campañas de publicidad institucional desarrolladas por las instituciones, administraciones públicas y demás entes públicos a que se refiere el artículo 3 de esta Ley, y en orden a alcanzar la máxima eficiencia en la realización de los fines contemplados en el artículo 2, apartado 1, de la misma, se crea la Comisión Coordinadora de Publicidad Institucional, cuya composición y funcionamiento se determinarán reglamentariamente.

#### Artículo 12. Participación de la iniciativa privada

Las Administraciones Públicas sujetas a esta Ley promoverán la participación de la iniciativa privada en las campañas de publicidad institucional, en aquellos casos que por su naturaleza lo aconsejen. En todo caso, no podrán participar en las campañas de publicidad institucional las entidades que incurran en cualquiera de las circunstancias indicadas en el apartado 2 del artículo 6.

## DISPOSICIONS ADDICIONALS

*Primera*

La realització de publicitat institucional en període electoral s'ajustarà al que hi ha disposat en la legislació electoral.

*Segona*

S'autoritza al Consell perquè dicte les disposicions reglamentàries necessàries per al desenvolupament d'aquesta llei.

*Tercera*

La Comissió Coordinadora de Publicitat Institucional es constituirà en el termini màxim d'un any des de l'entrada en vigor d'aquesta llei.

## DISPOSICIÓ FINAL

Aquesta llei entrarà en vigor l'endemà de la publicació en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Per tant, ordene que tots els ciutadans, tribunals, autoritats i poders públics als quals pertoque, observen i facen complir esta llei.

València, 20 de març de 2003

El president de la Generalitat Valenciana,  
JOSÉ LUIS OLIVAS MARTÍNEZ

*LLEI 8/2003, de 24 de març, de Cooperatives de la Comunitat Valenciana.* [2003/3636]

Sia notori i manifest a tots els ciutadans que les Corts Valencianes han aprovat, i jo, d'acord amb el que establixen la Constitució i l'Estatut d'Autonomia, en nom del Rei, promulgue la llei següent:

## PREÀMBUL

## I

A la Comunitat Valenciana, les cooperatives són entitats que compten amb una llarga tradició que es remunta cent cinquanta anys arrere. Les cooperatives valencianes, en les variades circumstàncies polítiques, econòmiques i socials que s'han succeït durant tota eixa dilatada història, han demostrat la seua gran capacitat generadora de benestar per als seus socis i de riquesa per a ells i per a les comunitats on actuen, de tal forma que és possible afirmar que, en moltes d'elles "la cooperativa" és el motor principal de la vida econòmica i social de la localitat i el principal instrument empresarial al servei dels seus habitants.

Les cooperatives valencianes són en l'actualitat una realitat en alça i constituïxen un element de primera magnitud en la vertebració del territori i de la societat valencianes que té presència activa en quasi totes les seues poblacions i actua en profit dels seus socis, i de la societat en general, en els més variats sectors de la producció, el consum i els servicis.

## II

La legislació reguladora de les entitats cooperatives a la Comunitat Valenciana ha estat constituïda per la Llei de Cooperatives de la Comunitat Valenciana, text refós aprovat per mitjà de Decret Legislatiu 1/1998, de 23 de juny, del Consell de la Generalitat, que va agrupar en un sol cos legal els preceptes procedents de la primitiva Llei 11/1985, de Cooperatives de la Comunitat Valenciana i els introduïts en la dita norma per la Llei 3/1995, de 2 de març, de Modificació de la Llei de Cooperatives de la Comunitat Valenciana. El mateix text refós aprovat en 1998 ha sigut, al seu torn, objec-

## DISPOSICIONES ADICIONALES

*Primera*

La realización de publicidad institucional en período electoral se ajustará a lo dispuesto por la legislación electoral.

*Segunda*

Se autoriza al Consell a dictar las disposiciones reglamentarias necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

*Tercera*

La Comisión Coordinadora de Publicidad Institucional se constituirá en el plazo máximo de un año desde la entrada en vigor de esta Ley.

## DISPOSICIÓN FINAL

Esta ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*.

Por tanto, ordeno que todos los ciudadanos, tribunales, autoridades y poderes públicos a los que corresponda, observen y hagan cumplir esta Ley.

Valencia, 20 de marzo de 2003

El presidente de la Generalitat Valenciana,  
JOSÉ LUIS OLIVAS MARTÍNEZ

*LEY 8/2003, de 24 de marzo, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana.* [2003/3636]

Sea notorio y manifiesto a todos los ciudadanos, que las Cortes Valencianas han aprobado y yo, de acuerdo con lo establecido por la Constitución y el Estatuto de Autonomía, en nombre del Rey, promulgo la siguiente Ley:

## PREÁMBULO

## I

En la Comunidad Valenciana, las cooperativas son entidades que cuentan con una larga tradición que se remonta ciento cincuenta años atrás. Las cooperativas valencianas, en las variadas circunstancias políticas, económicas y sociales que se han sucedido durante toda esa dilatada historia, han demostrado su gran capacidad generadora de bienestar para sus socios y de riqueza para ellos y para la comunidades en las que actúan, de tal forma que es posible afirmar que, en muchas de las mismas, la cooperativa es el motor principal de la vida económica y social de la localidad y el principal instrumento empresarial al servicio de sus habitantes.

Las cooperativas valencianas son en la actualidad una realidad en alza y constituyen un elemento de primera magnitud en la vertebración del territorio y de la sociedad valencianas que tiene presencia activa en casi todas sus poblaciones y actúa en provecho de sus socios, y de la sociedad en general, en los más variados sectores de la producción, el consumo y los servicios.

## II

La legislación reguladora de las entidades cooperativas en la Comunidad Valenciana ha estado constituida por la Ley de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, Texto Refundido aprobado mediante Decreto Legislativo 1/1998, de 23 de junio, del Consell de la Generalitat, que agrupó en un solo cuerpo legal los preceptos procedentes de la primitiva Ley 11/1985, de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, y los introducidos en dicha norma por la Ley 3/1995, de 2 de marzo, de Modificación de la Ley de Cooperativas de la Comunidad Valenciana. El propio texto refundido apro-