

3. Otras disposiciones

CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE DATOS DE ANDALUCÍA

Resolución de 7 de noviembre de 2019, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, por la que se aprueba el Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020.

La Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía (en adelante, LTPA), crea, en su artículo 43, el Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía (en adelante, el Consejo) como autoridad independiente de control en materia de protección de datos y de transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En el Título II de la mencionada ley se regula la publicidad activa, que consiste, básicamente, en la publicación, de forma periódica, veraz, objetiva y actualizada, por parte de los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de la norma, de información pública cuyo conocimiento sea relevante para garantizar la transparencia de su actividad. Información que debe estar disponible en los correspondientes portales, sedes electrónicas o páginas web de dichos sujetos obligados.

Entre las funciones de la Dirección del Consejo, previstas en el artículo 48 de la citada LTPA, se encuentra la de ejercer el control de la publicidad activa en los términos previstos en el artículo 23 de la misma. Dicho artículo establece que, sin perjuicio del control interno que establezca cada entidad o Administración de acuerdo con sus propias normas organizativas, el Consejo podrá efectuar, por iniciativa propia o como consecuencia de denuncia, requerimientos para la subsanación de los incumplimientos que pudieran producirse de las obligaciones de publicidad activa por parte de los sujetos obligados a realizar la misma.

Así, un primer control de la publicidad activa es el establecido internamente por los propios sujetos obligados; asimismo la ciudadanía puede hacer efectivo ese control a través de las denuncias ante el Consejo; y finalmente éste, por iniciativa propia, puede requerir la subsanación de los incumplimientos que puedan producirse. Consecuencia de todas estas acciones son tanto el control de la transparencia como el fomento de la misma.

Tras la puesta en marcha del nuevo Plan de Actuación Bienal del Consejo 2019-2020, en cuanto instrumento de planificación de las principales actuaciones que se derivan del marco competencial del Consejo centradas en dicho bienio y con objeto de enmarcar adecuadamente las actuaciones que, a iniciativa propia, pueda realizar el Consejo para el control de la publicidad activa en el marco de dicho Plan, se ha estimado oportuno la realización de un Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa que comprenda el mismo periodo.

Este nuevo Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa que abarca, por tanto, el horizonte temporal 2019-2020, se estructura en 3 líneas básicas, e incluye dentro de su ámbito a la mayor parte de los grupos de sujetos obligados por la normativa a través de una muestra de cada uno de ellos que ha de seleccionarse con criterios objetivos y específicos, incidiendo en la verificación del cumplimiento de aspectos concretos del catálogo de obligaciones de publicidad activa.

Destaca la incorporación de una línea de actuación (Línea 2) tendente a verificar la publicación electrónica por parte de los sujetos obligados de sus inventarios de actividades de tratamiento, al tratarse de una nueva exigencia introducida por el legislador orgánico en materia de protección de datos que se incorpora con carácter ordinario al compendio de obligaciones de publicidad activa ya existentes en la legislación básica de transparencia, y en tanto en cuanto compete al Consejo velar por su cumplimiento como autoridad pública independiente de control en materia de protección de datos y de

transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, una vez ha quedado completado el ejercicio del total de competencias que atribuye a este Consejo el actual marco legal tras la asunción efectiva de la competencia en materia de protección de datos con fecha 1 de octubre de 2019.

Además del impulso a la transparencia que puede suponer la puesta en marcha del Plan, al evidenciarse la voluntad de la autoridad de control de poner en marcha medidas para el control de la publicidad activa, y de los requerimientos concretos que puedan realizarse para la subsanación de los incumplimientos detectados, el Plan tiene un tercer objetivo en aras de la mejora de la transparencia, como es, en base a los resultados del mismo, la elaboración de directrices o recomendaciones de tipo general para los sujetos obligados, más allá de los que resulten directamente afectados por la realización de las correspondientes actuaciones.

El Plan ha sido sometido a la consideración de la Comisión Consultiva de la Transparencia y la Protección de Datos en sesión celebrada el 22 de octubre de 2019, habiéndose tenido en cuenta, para su redacción definitiva, distintas sugerencias realizadas en el seno de dicha mencionada Comisión.

Por todo lo expuesto, esta Dirección

RESUELVE

Primero. Aprobación y vigencia del Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020.

Se aprueba el Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020, cuyo contenido se incluye como anexo a la presente resolución.

La vigencia del Plan será desde su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía hasta el 31 de diciembre de 2020, si bien en sucesivos Planes se podrán prorrogar o complementar líneas de actuación incluidas en el mismo.

Segundo. Planificación y desarrollo del Plan.

1. Para el adecuado desarrollo de cada una de las líneas de actuación del Plan, se elaborará un protocolo en el que se describan los objetivos generales y detallados de las mismas, los criterios para la selección de las entidades directamente afectadas, la metodología a emplear para su desarrollo y el calendario previsto para su realización.

2. Si como consecuencia de la ejecución del Plan se detectaran posibles incumplimientos de la normativa de transparencia en materia de publicidad activa, se iniciaran los correspondientes procedimientos para determinar si ha lugar a que, en virtud de lo establecido en el artículo 23 LTPA, el Consejo realice requerimientos de subsanación de los mencionados incumplimientos.

Tercero. Seguimiento del Plan.

1. Con carácter trimestral, el Área de Transparencia elevará a la Dirección del Consejo un informe en relación con el desarrollo del Plan, en el que se resuman las actuaciones realizadas y las posibles incidencias que afecten a su realización.

2. Finalizado el Plan se procederá igualmente a elevar un informe donde consten los resultados por cada una de las líneas de actuación y que incluya posibles propuestas para incluir en planes posteriores, en base a la información y las conclusiones obtenidas.

3. Teniendo en cuenta los resultados del Plan y de los procedimientos que pudieran haberse iniciado como consecuencia del mismo, la Dirección del Consejo podrá difundir recomendaciones de carácter general para el mejor cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa, así como, en su caso, en virtud del artículo 48.1.c) LTPA, podrá adoptar criterios de interpretación uniforme en relación con las mismas.

Cuarto. Colaboración de los sujetos obligados a la publicidad activa.

El Consejo, en su virtud de autoridad de control en materia de transparencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, y con base en la potestad de investigación que establece el art. 16.5 del Decreto 434/2015, de 29 de septiembre, por el que se aprueban los Estatutos del Consejo, podrá solicitar la colaboración de los sujetos obligados al cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa a los efectos de que aporte cualquier información o documentación que les sea requerida para el desarrollo y cumplimiento del Plan.

Quinto. Publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía

Se ordena la remisión de la presente resolución al Boletín Oficial de la Junta de Andalucía para su publicación.

Sevilla, 7 de noviembre de 2019.- El Director, Manuel Medina Guerrero.

A N E X O

PLAN DE CONTROL E INSPECCIÓN SOBRE PUBLICIDAD ACTIVA DE 2019-2020

El Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020 consta de las siguientes líneas:

Línea 1. Control del cumplimiento de obligaciones de publicidad activa por parte del Parlamento de Andalucía y otras instituciones de autogobierno de la Comunidad Autónoma.

Descripción:

El artículo 3.1.b) LTPA incluye en el ámbito subjetivo de aplicación de dicha ley a: «El Consejo Consultivo de Andalucía, el Consejo Económico y Social de Andalucía y el Consejo Audiovisual de Andalucía». Por otra parte, en el apartado 2 de este mismo artículo se dispone que el Parlamento de Andalucía estará sujeto «... a la legislación básica del Estado en la materia y a las disposiciones de la presente ley en lo que afecta al ejercicio de sus funciones de carácter administrativo, sin perjuicio de lo que establezca el Parlamento de Andalucía en ejercicio de la autonomía que le garantiza el artículo 102 del Estatuto de Autonomía para Andalucía».

Con esta línea de actuación se pretende verificar el oportuno cumplimiento por parte del Parlamento de Andalucía y otras instituciones de autogobierno andaluzas de las obligaciones de publicidad activa que le resultan exigibles de acuerdo con el régimen jurídico configurado por el legislador básico y autonómico de la transparencia.

Ámbito:

Parlamento de Andalucía, Consejo Consultivo de Andalucía, Consejo Audiovisual de Andalucía y Consejo Económico y Social de Andalucía.

Línea 2. Verificación de la publicación electrónica por parte de los sujetos obligados de sus inventarios de actividades de tratamiento.

Descripción:

El art. 31.2 de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales dispone que «[l]os sujetos enumerados en el artículo 77.1 de esta ley orgánica harán público un inventario de sus actividades de tratamiento accesible por medios electrónicos en el que constará la información establecida en el artículo 30 del Reglamento (UE) 2016/679 y su base legal».

Previsión que la Disposición final undécima de la propia ley orgánica ha incorporado de modo expreso al elenco de obligaciones de publicidad activa previstas en la ley básica de transparencia (Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la información

pública y buen gobierno), al introducir un nuevo artículo 6 bis por el que se dispone que «[l]os sujetos enumerados en el artículo 77.1 de la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, publicarán su inventario de actividades de tratamiento en aplicación del artículo 31 de la citada Ley Orgánica».

Por consiguiente, los sujetos enumerados en el art. 77.1 de la ley orgánica están obligados a hacer público un inventario de sus actividades de tratamiento accesible por medios electrónicos en el que conste la información establecida en el art. 30 de dicho Reglamento, siendo necesario que siempre esté actualizado con la finalidad de reflejar de manera adecuada las actividades de tratamiento que se lleven a cabo.

Ámbito:

Esta actuación afectará a una muestra de sujetos del art. 77.1 de la ley orgánica que efectúen tratamientos de los que sean responsables o encargados y se encuentren sometidos al ámbito de control del Consejo.

Línea 3. Comprobación del cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa entre los sujetos obligados por percepción de subvenciones por importe superior a 100.000 euros.

Descripción:

El artículo 5 («Otros sujetos obligados») de la LTPA determina, entre otras, un conjunto de entidades y organizaciones que deberán estar sujetos a las obligaciones de transparencia establecidas en la legislación básica. En particular, establece que deberán estarlo las corporaciones, asociaciones, instituciones, entidades representativas de intereses colectivos y otras entidades que perciban durante el periodo de un año ayudas o subvenciones públicas en cuantía superior a 100.000 euros.

Supone la continuación de esta línea de actuación tras la primera aproximación acometida en el Plan de control e inspección anterior de 2018, redundando en la identificación de los sujetos obligados y la comprobación, para una muestra de los mismos, de la existencia en sus sedes electrónicas, portales o páginas web de información correspondiente a sus obligaciones de publicidad activa.

Ámbito:

Esta actuación afectará a una muestra de aquellas entidades u organizaciones que hayan sido beneficiarios de ayudas o subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía y/o de entes locales por un importe superior a 100.000 euros (exceptuando aquellas que, por otro precepto legal, ya fueran considerados sujetos obligados en la normativa de transparencia).

La principal novedad en esta línea de actuación supone la inclusión en el ámbito de la muestra de fundaciones del sector público andaluz [art. 3.1.j) LTPA] que respondan al criterio anterior.