

3. Otras disposiciones

CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE DATOS DE ANDALUCÍA

Resolución de 1 de diciembre de 2020, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, por la que se extiende a 2021 el ámbito temporal de actuación del 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.

Mediante Resolución de 7 de noviembre de 2019, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía (publicada en el BOJA núm. 219, de 13 de noviembre de 2019), se aprobó la puesta en marcha del nuevo Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020, que se estructura en torno a 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.

Este nuevo Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa aparecía diseñado, inicialmente, para el horizonte temporal 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.

No obstante, el actual estado de riesgo sanitario en el que nos encontramos inmersos derivado de la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID-19 desde que fuera elevada el pasado 11 de marzo de 2020 por la Organización Mundial de la Salud a pandemia internacional, ha desembocado en toda una problemática asociada a la evolución de la situación sanitaria que ha afectado gravemente al normal

desenvolvimiento de la sociedad en todos sus órdenes (jurídico, económico, político...), lo que está provocando problemas operativos y de funcionamiento a los que no han resultado ajenos el conjunto de las Administraciones Públicas ni el tejido productivo en general, sobre todo muchas pequeñas y medianas empresas que se han visto obligadas a afrontar serias dificultades para mantener su viabilidad.

En este contexto, resulta evidente que las circunstancias extraordinarias que concurren en la actualidad –que han abocado a una crisis sanitaria sin precedentes y de enorme magnitud– vienen dificultando seriamente la adecuada planificación y desarrollo de las líneas de actuación previstas en el citado Plan –que ponen precisamente el foco sobre diversas Administraciones Públicas e instituciones de autogobierno de la Comunidad Autónoma así como determinadas empresas–, viéndose comprometida la normal fluidez que debe presidir el desempeño de las actuaciones inspectoras, señaladamente en lo concerniente a la canalización de la interlocución con los sujetos obligados.

A ello se suma que los resultados que puedan obtenerse en estas circunstancias, ciñéndonos al ámbito temporal de actuación inicialmente previsto para el bienio 2019-2020, amplifican el riesgo de ofrecer una visión ciertamente distorsionada acerca del nivel de cumplimiento por parte de los sujetos concernidos de sus obligaciones de publicidad activa. Con ello, se pondría en tela de juicio la consecución de uno de los objetivos básicos previstos inicialmente con la ejecución del Plan, a saber, la elaboración de directrices o recomendaciones de tipo general para los sujetos obligados que procuren el adecuado cumplimiento de sus obligaciones, más allá de los que resulten directamente afectados por la realización de las correspondientes actuaciones.

En estos términos, en consonancia con los principios de eficacia y eficiencia que deben presidir cualquier actuación administrativa, se estima pertinente extender hasta 2021 la vigencia del Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020, de tal manera que el progresivo restablecimiento de la normalidad ofrezca el sustrato necesario que posibilite el adecuado desarrollo de cada una de las líneas de actuación previstas en el Plan y la consecución de los objetivos fijados en el mismo.

Por todo lo expuesto, esta Dirección

R E S U E L V E

Primero. Extensión a 2021 del Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa de 2019-2020 y nueva vigencia del mismo.

Se amplía el ámbito temporal de actuación del Plan de Control e Inspección sobre Publicidad Activa aprobado por Resolución de 7 de noviembre de 2019, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía (BOJA núm. 219, de 13 de noviembre de 2019), al trienio 2019-2021, permaneciendo inalterado su contenido en los términos dispuestos en dicha resolución y en el anexo a la misma.

La nueva vigencia del Plan se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2021, si bien en sucesivos Planes se podrán prorrogar o complementar líneas de actuación incluidas en el mismo.

Segundo. 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, 1 de diciembre de 2020.- El Director, Manuel Medina Guerrero.

00182283