



¿En qué fechas se hicieron cada una de las transferencias a cada medio?».

2. El MINISTERIO DE CULTURA dictó resolución de fecha 25 de marzo de 2024 con el siguiente contenido:

«Una vez analizada la solicitud en el Ministerio de Cultura, esta Subsecretaría considera que procede conceder el acceso a la información pública solicitada, en los siguientes términos:

El Ministerio de Cultura y Deporte fue creado mediante el Real Decreto 355/2018, de 6 de junio, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales. Con posterioridad y durante el año 2023 el Real Decreto 829/2023, de 20 de noviembre, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales, crea el Ministerio de Cultura y suprime el Ministerio de Cultura y Deporte.

El artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece que la Comisión de publicidad y comunicación institucional elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de todos los ministerios, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a esta. En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas. El Plan anual de publicidad y comunicación institucional será aprobado por el Consejo de Ministros.

El artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, establece la obligatoriedad de la elaboración por parte del Gobierno de un informe anual de publicidad y comunicación en el que se incluyan todas las campañas institucionales llevadas a cabo previstas en la Ley, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes. La normativa prevé asimismo la aprobación de dicho informe por el Consejo de Ministros, su posterior remisión a las Cortes Generales en el primer período de sesiones de cada año, y su puesta a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.

Los Planes Anuales y los Informes anuales de Publicidad y Comunicación Institucional, desde el año 2006 hasta el año 2022, se encuentran publicados en:

R CTBG

Número: 2024-0852 Fecha: 24/07/2024



<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/Paginas/PlanesElInformes.aspx>

Los datos correspondientes a la planificación publicitaria del Ministerio de Cultura (en el momento de la planificación era el Ministerio de Cultura y Deporte) para el año 2023 los puede consultar en el sitio indicado y el informe de ejecución efectiva del año 2023 todavía no está en condiciones de ser proporcionado y se incluirá en el informe anual del año 2023 de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional que se elaborará y aprobará a lo largo del primer semestre del año 2024.»

3. Mediante escrito registrado el 1 de abril de 2024, el solicitante interpuso una reclamación ante el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno (en adelante, el Consejo) en aplicación del [artículo 24²](#) de la LTAIBG en la que pone de manifiesto que «[n]o dan los datos desglosados por empresas como si han hecho otros ministerios».
4. Con fecha 2 de abril de 2024, el Consejo trasladó la reclamación al MINISTERIO DE CULTURA solicitando la remisión de la copia completa del expediente derivado de la solicitud de acceso a la información y el informe con las alegaciones que considerase pertinentes. El 25 de abril de 2024 tuvo entrada en este Consejo escrito en el que se señala:

«(...) 2. Alegaciones.

En la contestación proporcionada al recurrente a su solicitud de Transparencia se le remite a la página Web de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional del Ministerio de la Presidencia en la que vienen recogidos todos los Planes e Informes de ejecución de la publicidad institucional de la AGE de los últimos años (desde el año 2006 hasta el año 2022).

En dicha página Web se puede consultar también toda la planificación del año 2023 de la publicidad institucional del entonces Ministerio de Cultura y Deporte. En dicha página Web no está recogido todavía el informe de ejecución del Plan de Publicidad del año 2023 porque precisamente se encuentra en fase de recogida de datos e información por parte de todos los Ministerios.

² <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a24>



De hecho, el pasado 15 de marzo venció el plazo que dicha Comisión de Publicidad concedió a los diferentes Ministerios para introducir en el sistema los datos definitivos de la ejecución del año 2023.

Una vez que la Comisión recoge todos los datos, los trata, los depura y aclara las dudas o posibles errores e inconsistencias, prepara el informe de ejecución y como se le dijo al solicitante en la Resolución de Transparencia “la normativa prevé la aprobación de dicho informe por el Consejo de Ministros, su posterior remisión a las Cortes Generales en el primer período de sesiones de cada año, y su puesta a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector”.

Por todo ello, en la contestación del pasado 25 de marzo se le comunicó que “el informe de ejecución efectiva del año 2023 todavía no está en condiciones de ser proporcionado”

3. Conclusión

Este Ministerio entiende que con la Resolución de la Sra. Subsecretaria del Ministerio de Cultura, de 25 de marzo de 2024, se facilitó al interesado, [...], la información que se podía proporcionar en ese momento (Plan de Publicidad de la AGE del año 2023). Que el resto de la información detallada sobre el informe de ejecución del Plan de Publicidad del año 2023 se encuentra en fase de elaboración o de publicación general.

Por ello, podría considerarse que la pretensión del recurrente manifestada en la Reclamación presentada ahora ante ese Consejo de la Transparencia y Buen Gobierno, como se pone de manifiesto en las Alegaciones, pudiera estar comprendida dentro de las causas de inadmisión contempladas en el artículo 18.1 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, concretamente en la causa prevista en el apartado a) Que se refieran a información que esté en curso de elaboración o de publicación general.

No obstante, en el caso de que el Consejo de la Transparencia y Buen Gobierno considere que no concurre la causa de inadmisión descrita en el apartado anterior, se podría proporcionar al recurrente desde este Ministerio de Cultura los datos de ejecución del año 2023 que se enviaron a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, a lo largo del mes de marzo de 2024, con anterioridad, en tal caso, a la culminación del proceso establecido en el artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, que prevé la aprobación de los datos del año 2023 por el Consejo de Ministros, su remisión a las Cortes



Generales en el primer período de sesiones de cada año, y la puesta a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.»

5. El 29 de abril de 2024, se concedió audiencia al reclamante para que presentase las alegaciones que estimara pertinentes sin que, a fecha de elaborarse esta resolución se haya presentado escrito alguno.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

1. De conformidad con lo dispuesto en el [artículo 38.2.c\) de la LTAIBG](#)³ y en el [artículo 8 del Real Decreto 919/2014, de 31 de octubre, por el que se aprueba el Estatuto del Consejo de Transparencia y Buen Gobierno](#)⁴, el presidente de esta Autoridad Administrativa Independiente es competente para resolver las reclamaciones que, en aplicación del [artículo 24 de la LTAIBG](#)⁵, se presenten frente a las resoluciones expresas o presuntas recaídas en materia de acceso a la información.
2. La LTAIBG reconoce en su [artículo 12](#)⁶ el derecho de todas las personas a acceder a la información pública, entendiendo por tal, según dispone en el artículo 13, «*los contenidos o documentos, cualquiera que sea su formato o soporte, que obren en poder de alguno de los sujetos incluidos en el ámbito de aplicación de este título y que hayan sido elaborados o adquiridos en el ejercicio de sus funciones*».

De este modo, la LTAIBG delimita el ámbito material del derecho a partir de un concepto amplio de información, que abarca tanto documentos como contenidos específicos y se extiende a todo tipo de “*formato o soporte*”. Al mismo tiempo, acota su alcance, exigiendo la concurrencia de dos requisitos que determinan la naturaleza “*pública*” de las informaciones: (a) que se encuentren “*en poder*” de alguno de los sujetos obligados, y (b) que hayan sido elaboradas u obtenidas “*en el ejercicio de sus funciones*”.

³ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a38>

⁴ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-11410&tn=1&p=20141105#a8>

⁵ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&p=20181206&tn=1#a24>

⁶ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a12>



Cuando se dan estos presupuestos, el órgano competente debe conceder el acceso a la información solicitada, salvo que justifique de manera clara y suficiente la concurrencia de una causa de inadmisión o la aplicación de un límite legal.

3. La presente reclamación trae causa de una solicitud, formulada en los términos que figuran en los antecedentes, en la que se pide el acceso a diversa información referida a los gastos realizados en campañas de comunicación y de publicidad institucional en el ámbito ministerial en 2023, con un determinado desglose (empresas beneficiarias, cantidades recibidas por cada una de ellas y fechas de los pagos).

El Ministerio requerido dictó resolución en la que acuerda conceder la información, en aplicación del artículo 22.3 LTAIBG, aportando un enlace que dirige a la página web de La Moncloa en la que están publicados los Planes e Informes de Publicidad y Comunicación Institucional. A la vista de la reclamación, el Ministerio reitera el contenido de su resolución, concretando en ese momento la aplicación de la causa de inadmisión prevista en el artículo 18.1.a) LTAIBG, sin perjuicio de lo cual, precisa que, en caso de estimarlo así este Consejo, proporcionaría al recurrente los datos de ejecución del año 2023 que se enviaron a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, a lo largo del mes de marzo de 2024, con anterioridad a la culminación del proceso establecido en el artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

En el escrito de reclamación, por su parte, el interesado circunscribe su disconformidad al hecho de que no le han facilitado los datos desglosados por empresas.

4. Centrada la reclamación en tales términos, cabe traer a colación en este momento la doctrina que este Consejo ha sentado descartando que el enlace a los Planes de Publicidad y Comunicación Institucional satisfagan una solicitud de acceso en la que se pretende conocer el reparto de gastos por medios de comunicación. En la resolución R CTBG 251/2023, de 17 de abril de 2023 (reiterada posteriormente, entre otras en las R CTBG 135/2024, de 6 de febrero de 2024 y R CTBG 390/2024, de 8 de abril de 2024), se señaló lo siguiente:

«A tenor del artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, el Plan Anual debe especificar, al menos, “las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas”. A ello, el



artículo 11.3.g) del Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la Comisión de publicidad y comunicación institucional y la elaboración del Plan anual de publicidad y comunicación de la Administración General del Estado, añade las “medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad”.

En concreto, en lo que atañe al objeto del Plan Anual, a mero título de ejemplo y tal y como manifiesta el Plan 2023 de publicidad y comunicación institucional (página 5), se centra en recoger “las previsiones y la planificación para el año 2023 en materia de publicidad y comunicación institucional de todos los ministerios y de los organismos y entidades a ellos adscritos. Las campañas incluidas en este Plan han sido comunicadas a la Comisión [de Publicidad y Comunicación Institucional], por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que las distintas campañas se concretarán en el momento en que se lleve a cabo su contratación y la elaboración del plan de medios correspondiente”. Comisión que se configura como el órgano colegiado adscrito a la Secretaría de Estado de Comunicación, de Presidencia del Gobierno, que desempeña funciones de planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación que lleva a cabo la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

De acuerdo con lo expuesto hasta ahora, cabe inferir que “los medios de comunicación destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales”, que era lo solicitado por el reclamante, no es un contenido que figure en los Planes Anuales de Comunicación Institucional, dado que como indica expresamente el Plan de 2023, su contenido tiene carácter informativo, planificador, dado que las distintas campañas y, en suma, los concretos medios de comunicación receptores se concretan cuando se lleva a cabo su contratación y la elaboración del Plan de Medios correspondiente, motivo por el que no puede entenderse satisfecho el derecho constitucional de acceso a la información mediante el enlace facilitado en la resolución ahora recurrida.»

5. Los anteriores razonamientos resultan perfectamente trasladables a este caso en la medida en que los enlaces facilitados no proporcionan información sobre los concretos medios de comunicación y el dinero invertido en publicidad institucional en cada uno de ellos. A lo anterior se añade que, como ya se señalaba en la citada resolución R CTBG 251/2023,



«el acceso a la información objeto de controversia tiene un indudable interés público y entronca directamente con los fines de rendición de cuentas y control ciudadano de las actuaciones de los poderes públicos a los que sirve la legislación de transparencia. Revelar el destino concreto de los gastos en publicidad institucional y anuncios oficiales realizados por una administración con cargo a sus presupuestos es una parte inescindible de las obligaciones de transparencia de las instituciones para posibilitar que la ciudadanía pueda conocer “cómo se manejan los fondos públicos” y someter a escrutinio la acción de los responsables públicos. Premisa que, además, ha sido remarcada por el propio legislador al identificar a la transparencia como uno de los principios a los que han de ajustarse las campañas institucionales de publicidad y comunicación, según se declara en el artículo 3.4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.»

6. De acuerdo con ello, este Consejo considera que la reclamación debe estimarse, dado que la información sobre los medios de comunicación destinatarios finales del dinero invertido en concepto de campañas institucionales debe obrar en poder de la Administración. Así se desprende de lo dispuesto en el Acuerdo Marco 50/2020 para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional [vigente en el momento de realizarse las contrataciones de 2023, dado que el actual AM 50/2023 entró en vigor el 19 de diciembre], de sus instrucciones de aplicación y del Pliego de Prescripciones Técnicas que imponen la comprobación, al cierre del contrato, de que se ha efectuado la inversión acordada en cada medio, de acuerdo con el plan de medios que fue aportado por la empresa adjudicataria y cuya conformidad debe declararse por la Secretaría de Estado de comunicación. Lo anterior se lleva a cabo mediante la aportación del plan de medios de cierre (con informe de inversión) y de los justificantes de emisión de campaña.

En razón de todo ello, en definitiva, no cabe acoger la invocación extemporánea de la causa de inadmisión, pues lo solicitado no es, en sentido estricto, información en curso de aprobación o publicación. La información existe en cuanto tal, cuestión distinta es que haya de ser enviada para su consolidación con la procedente de otros Departamentos ministeriales a fin de elaborar el correspondiente informe anual.

7. En conclusión, de acuerdo con lo expuesto, procede la estimación de la reclamación.



III. RESOLUCIÓN

En atención a los antecedentes y fundamentos jurídicos descritos, procede

PRIMERO: ESTIMAR la reclamación presentada frente a la resolución del MINISTERIO DE CULTURA.

SEGUNDO: INSTAR al MINISTERIO DE CULTURA a que, en el plazo máximo de 20 días hábiles, remita al reclamante, la siguiente información:

¿A cuánto ascendió la inversión publicitaria que el Ministerio de Cultura hizo en medios de comunicación en el año 2023?

¿Qué empresas se beneficiaron de esa inversión?

¿Qué cantidad de dinero recibió cada una de ellas?

¿En qué fechas se hicieron cada una de las transferencias a cada medio?.

TERCERO: INSTAR al MINISTERIO DE CULTURA a que, en el mismo plazo máximo, remita a este Consejo de Transparencia copia de lo actuado y de la información enviada al reclamante.

De acuerdo con el [artículo 23.1⁷](#), de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, la reclamación prevista en el artículo 24 de la misma tiene la consideración de sustitutiva de los recursos administrativos, de conformidad con lo dispuesto en el [artículo 112.2 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre⁸](#), de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Contra la presente resolución, que pone fin a la vía administrativa, se podrá interponer recurso contencioso-administrativo, en el plazo de dos meses, directamente ante la Sala de lo Contencioso-administrativo de la Audiencia Nacional, de conformidad con lo

⁷ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887&tn=1&p=20181206#a23>

⁸ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-10565&p=20151002&tn=1#a112>



previsto en el [apartado quinto de la Disposición adicional cuarta de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa](#)⁹.

EL PRESIDENTE DEL CTBG

Fdo.: José Luis Rodríguez Álvarez

R CTBG
Número: 2024-0852 Fecha: 24/07/2024

⁹ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1998-16718&p=20230301&tn=1#dacuarta>