



**JUZGADO DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO Nº 12 DE SEVILLA**

C/ VERMONDO RESTA S/N 5ª PLANTA

Tel.: 600157995/96 (Neg.1 y 2) 955549190 (Neg. 3 y 5) Fax: Tel. 955549132 (Neg. 4 y 6)

N.I.G.: 4109145320210001349

**Procedimiento: Procedimiento ordinario 121/2021. Negociado: 1**

Recurrente: **M&C SAATCHI MADRID, S.L.**

Letrado:

Procurador:

Demandado: **CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCION DE DATOS DE ANDALUCÍA**

Representante:

Procuradores:

Acto recurrido: **Resolución 7/21 del 29 de enero del 2021 del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía**

**S E N T E N C I A Nº 251/2021**

En SEVILLA, en la fecha de su firma.

La Sra. Dña. \_\_\_\_\_, MAGISTRADO JUEZ del JUZGADO DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO Nº 12 DE SEVILLA, ha pronunciado la siguiente SENTENCIA en el Recurso Contencioso-administrativo registrado con el número 121/2021 y seguido por el procedimiento Procedimiento ordinario, en el que se impugna: Resolución 7/21 del 29 de enero del 2021 del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía.

Son partes en dicho recurso: como recurrente **M&C SAATCHI MADRID, S.L.**, representado por la Procurador \_\_\_\_\_ y dirigido por el Letrado \_\_\_\_\_; como demandada **CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCION DE DATOS DE ANDALUCÍA**, representado por la Procuradora \_\_\_\_\_ y dirigido por la Letrada \_\_\_\_\_.

**ANTECEDENTES DE HECHO**

**Primero.-** Fue turnado en reparto a este Juzgado recurso interpuesto en nombre y representación de M & C SAATCHI MADRID S.L. la Resolución 7/21, de 29 de enero de 2021, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía por la que se estimaba reclamación de Doña \_\_\_\_\_ contra la Dirección de General de la comunicación social de la Consejería de la Presidencia, Administración pública e Interior, por denegación de información pública.



|              |       |                     |            |
|--------------|-------|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  | _____ | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 1/9 |
| VERIFICACIÓN | _____ | 21/12/2021 13:42:01 |            |



**Segundo.-** Admitido a trámite el escrito inicial de recurso tras subsanación de defectos, se acordó requerir a la Administración a fin de remitir el correspondiente expediente administrativo y practicar los emplazamientos previstos en el artículo 49 de la L.J.C.A. Y, recibido tal expediente, fue entregado a la parte recurrente para que dedujera la demanda en el plazo legal, lo que efectuó en tiempo y forma, mediante escrito que en lo sustancial se da aquí por reproducido y en el que suplicaba Sentencia por la que, estimando el recurso, declaren no ser conforme a derecho la resolución siete/2021 mediante la cual insta a poner a disposición de la reclamante las concretas cantidades percibidas en concepto de publicidad institucional por cada uno de los medios de comunicación durante el periodo de tiempo indicado en solicitud y, en consecuencia, acuerde anular la misma con imposición de costas a la demandada .

**Tercero.-** Dado traslado de dicha demanda, con entrega del expediente administrativo, por el Letrado de la Administración demandada se solicitó la desestimación de la demanda.

Fijada la cuantía en indeterminada y admitida la prueba documental aportada las partes no estimaron preciso trámite de conclusiones, y no estimándose su necesidad de oficio , quedaron los autos conclusos para sentencia.

**Cuarto.-** En la tramitación de este pleito se han observado las prescripciones legales en cuanto a plazos debido a la acumulación de trabajo que pesa sobre este juzgado.

**FUNDAMENTOS DE DERECHO**

**Primero.-** (Objeto) Es objeto de este recurso la Resolución 7/21 , de 29 de enero de 2021, del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía por la que se estimaba reclamación de Doña \_\_\_\_\_ contra la Dirección de General de la comunicación social de la Consejería de la Presidencia, Administración pública e Interior, por denegación de información pública.

**1.-La señora \_\_\_\_\_ solicitó el 25 de julio de 2019 información relativa a:**



|              |       |                     |            |
|--------------|-------|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  | _____ | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 2/9 |
| VERIFICACIÓN | _____ | 21/12/2021 13:42:01 |            |



- partidas dedicadas a la publicidad institucional tanto de la Junta de Andalucía como de entes instrumentales detallada en el año 2018
- relación de medios destinatarios e importe del año 2018
- partidas por convenios o colaboraciones de otra naturaleza, medios de comunicación en el año 2018.
- La misma información en el periodo 1 de enero al 30 de junio de 2019.

**2.- Por resolución de 22 de agosto de 2019 la Consejería de presidencia se estimó parcialmente** la solicitud de información, informó de los presupuestos en materia de información y publicidad institucional y relación de medios destinatarios. También se informaba que no constaba la celebración de convenios con medios de comunicación en el periodo de tiempo solicitado . Pero informando que la contratación directa con los medios de comunicación de la difusión de las campañas de publicidad institucional es competencia y responsabilidad de las agencias de medios contratadas específicamente para ese cometido por la Consejería, se alegó que son agencias de medios seleccionadas mediante un procedimiento de contratación abierto y público conforme a criterios fijados los correspondientes pliegos de cláusulas administrativas particulares disponibles en la Plataforma de contratación de la junta Andalucía, y siendo la agencia de medio correspondiente la encargada de la compra de espacios publicitarios así como de la ejecución de las acciones de comunicación y campañas informativas y divulgativas que dicho centro directivo lleva a cabo, las relaciones entre la agencia y sus proveedores, incluido los importe que perciben los medios de comunicación, pertenecen al ámbito jurídico privado por lo que dicho órgano directivo no disponía de los detalles presupuestario de la ejecución de dichas acciones de comunicación institucional.

**3.-Por resolución de 28 de abril de 2020 del Consejo de transparencia y protección de datos de Andalucía se acordó ordenar la retroacción** del procedimiento de resolución de la solicitud formulada por Doña \_\_\_\_\_ a fin de otorgar alegaciones a la mercantil contratada para la difusión de las campañas de publicidad institucional

4.- Por la demandante **M&C SAATCHI MADRID SL en el plazo concedido presentó escrito de alegaciones** informando de los medios digitales contratados sin



|              |       |                     |            |
|--------------|-------|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  | _____ | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 3/9 |
| VERIFICACIÓN | _____ | 21/12/2021 13:42:01 |            |



desglosar el importe (folios 47 48 del expediente administrativo) pero se opuso a informar con cantidades desglosadas por cada medio invocando el artículo 14.1 H de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno conforme al cual el derecho de acceso podrá ser limitado cuando acceder a la información suponga un perjuicio para los intereses económicos y comerciales y ello por cuanto dicha mercantil no sólo era contratada para la compra de espacios publicitarios sino también para la realización de servicios de estrategias y planificación que potencie los objetivos de la campaña de publicidad, el asesoramiento y apoyo técnico necesario o el seguimiento y control de las campañas institucionales y de las acciones publicitarias, y dicha ponía en riesgo sus intereses económicos y comerciales.

5.- Con fecha **11 de marzo de 2020 la Directora general de comunicación social de la Consejería de presidencia de esta resolución resolviendo conceder el acceso parcial** a la información solicitada. Se completa la información facilitada en la resolución de 22 de agosto de 2019 con la facilitada por M&C SAATCHI MADRID SL . **No se facilita el detalle o desglose de la inversión publicitaria en cada soporte o medio puesto que dicha información perjudica a la agencia de medio contratada por la Consejería.** Efectivamente, desvelar esa información implica que la agencia de medio contratada perdería capacidad de negociación con los medios de los descuentos sobre las tarifas establecidas y publicadas por los mismos, lo que conllevaría un perjuicio en las campañas contratada por la Dirección general de comunicación social .

6.- El 18 de abril de 2020 la señora \_\_\_\_\_ presentó reclamación ante el Consejo de transparencia y protección de datos de Andalucía solicitando el acceso a la información denegada , la cual es estimada por la **resolución de autos de 20 de enero de 2021**, que es objeto de autos , la cual estima:

- que la pretensión de mantener reservado ciertos datos comerciales constituye una manifestación fundamental de los intereses protegidos en el artículo 14.1 H LTAIBG,
- que, vista la noción de secreto comercial incorporada a la ley uno/2019, de 20 de febrero, de Secretos empresariales, que ha venido trasponer la directiva UE 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2016, relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información empresarial no divulgados contra su obtención,



|              |       |                     |            |
|--------------|-------|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  | _____ | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 4/9 |
| VERIFICACIÓN | _____ | 21/12/2021 13:42:01 |            |



utilización y revelación ilícitas , estima que el alegado objetivo de la mercantil de no perder capacidad de negociar descuentos sobre las tarifas publicadas con los medios inciden en el bien o interés jurídico a cuya tutelas se incardina el límite establecido en el artículo 14.1. H LTIBG . Se aprecia el daño a los intereses comerciales de la entidad afectada alegado de que, debiendo divulgarse la información, la mercantil vería erosionada su capacidad de negociar con los medios de descuento sobre las tarifas publicadas por aquellos.

- Aún así se estima preponderante el interés para la ciudadanía en la divulgación de la información controvertida dada la estrecha conexión de la publicidad institucional con el derecho fundamental a recibir libremente información veraz puesto de manifiesto por el Tribunal constitucional en sentencias 104/2014,130/2014,147/2014 y 160/2014.

- Además, en materia de publicidad institucional , en Andalucía se aprobó antes de la ley 19/2013, la ley andaluza 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad publicitaria de las Administraciones públicas de Andalucía (LTPA) en cuyo artículo 4.4 se establece que *"esta obligación (de suministrar información) se extenderá a las personas adjudicatarias de contratos del sector público en los términos previstos en el respectivo contrato. A estos efectos, los pliegos de cláusulas administrativas particulares o documento contractual equivalente especificarán dicha obligación"*

**Segundo** .- (Motivos de impugnación).- En la demanda se alega que acceder a la información solicitada supondría que la señora \_\_\_\_\_ tendría acceso a la oferta y términos presentados para el otorgamiento de la licitación pública de la que la demandante fue la adjudicataria afectando intereses económicos y comerciales, al secreto profesional y la propiedad intelectual e industrial así como a la garantía de confidencialidad, límite previsto en los apartados H, J y K del artículo 14.1 de la ley 19/2013 en la medida que la información solicitada evidencia una estrategia empresarial que de ser conocido por terceros competidores comprometería significativamente su posición en el mercado televisivo, información toda ella protegida por el secreto empresarial, máxime cuando la señora

es directora de El diario. Es en Andalucía .

"Aspectos como lo relativo a los planes de negocio financiero, las características técnicas de los medios materiales que se ponen a disposición de las licitaciones, o los contenidos de contenedores creados ad hoc para los clientes responden al propio conocimiento de ser desarrollado por M&C SAATCHI MADRID SL que le diferencia de



|              |       |                     |            |
|--------------|-------|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  | _____ | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 5/9 |
| VERIFICACIÓN | _____ | 21/12/2021 13:42:01 |            |



otros competidores y que estarían protegido por la propiedad intelectual e industrial. Ello supondría un daño por cuanto permitiría a sus competidores del sector conocer aspectos tan relevantes de su estrategia empresarial como los precios del recurso que poner a disposición de la administración de las licitaciones y cualquier tercero podría reproducir las ideas y procesos diseñados por la demandante para su estrategia de gestión, producir explotación .

Por la demandada se remite a los fundamentos jurídicos de la resolución la cual estima evidente que la pretensión de mantener reservado ciertos datos comerciales constituye una manifestación fundamental de los intereses protegidos por el artículo 14 1H LTAIBG ; se aprecia daño concreto para la demandante consistente en que de divulgarse la información la mercantil vería erosionada su capacidad de negociar con los medios los descuentos sobre las tarifas publicadas por aquellos; pero pondera los bienes en conflicto y se estima cualificado interés para la ciudadanía en la divulgación de la información controvertida a la vista de la doctrina constitucional sobre la publicidad institucional , recordándose la sujeción de la demandante al artículo cuatro de la ley autonómica de transparencia .

**Tercero.-** Planteado en estos términos el procedimiento procede desestimar la demanda y confirmar la resolución por sus propios fundamentos, al apreciar una adecuada ponderación de los bienes en conflicto vista la trascendencia constitucional del acceso de la información de los ciudadanos a la publicidad institucional por cuanto, como señala el Tribunal Constitucional en la sentencia 104/2014, "3. *La publicidad institucional es una concreción de la comunicación pública que pone en relación a los poderes públicos con los ciudadanos a través de los medios de comunicación social. Desde la perspectiva constitucional, en el presente recurso de amparo poseen relevancia dos vertientes: a) el derecho de los ciudadanos a recibir la información de interés general que emane de los poderes públicos en condiciones de igualdad y no discriminación; b) los derechos de los medios de comunicación social con ocasión de la contratación y difusión de esa información pública.*

*Empezando por la primera vertiente citada diremos que, en tanto que facilita la difusión y recepción de información objetiva y veraz sobre asuntos de interés general, la publicidad institucional puede contribuir a concretar el derecho de los ciudadanos a recibir información ( STC 14/2003, de 28 de enero , FJ 8), que queda comprendido en el art. 20.1*



|              |  |                     |            |
|--------------|--|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  |  | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 6/9 |
| VERIFICACIÓN |  | 21/12/2021 13:42:01 |            |



d) CE , toda vez que no estamos ante una publicidad que procure intereses particulares, sino, antes al contrario, otros propósitos, institucionales, inscritos en el interés general. Adicionalmente, el derecho de acceso a esas informaciones queda atravesado por el art. 14 CE , pues no cabe concebir que la comunicación con los ciudadanos que emane de los poderes públicos, de interés también público, no se canalice a los miembros de la comunidad en términos de igualdad y no discriminación.

(...)

en tanto que la función de aquella publicidad alcanza a intereses de la colectividad y de las instituciones comunes, los ciudadanos tienen derecho a recibir una información neutral, objetiva y veraz [ art. 20.1 d) CE ] y no pueden sufrir una discriminación o trato desigual en el acceso a la misma ( art. 14 CE ), lo que, como es obvio, no excluye campañas publicitarias sectoriales, articuladas, por poner un ejemplo, en función de los perfiles de los destinatarios (jóvenes o colectivos en riesgo de discriminación, por ilustrar la idea con sencillos ejemplos).

4. Como se dijo, también están comprometidos en esta tipología de controversias los derechos de los medios de comunicación social con los que la Administración contrata la difusión de esa información pública. Estos derechos se concretan en el respeto a un trato igualitario y no discriminatorio en la asignación publicitaria y en la necesidad de evitar incidencias negativas en el ejercicio de su función informativa [ arts. 14 y 20.1 a ) y d) CE ]. Desde ese prisma, deberá recordarse que los medios de comunicación operan en concurrencia competitiva y que la Administración debe afianzarla, factor que, como veremos a continuación, no es en absoluto ajeno ni indiferente a las decisiones de gasto público adoptadas en la asignación de recursos económicos de publicidad institucional entre los medios de comunicación.

En efecto, los derechos fundamentales concernidos imponen un reparto equitativo de la publicidad conforme a la legalidad vigente, con criterios de transparencia e igualdad, evitando conductas discriminatorias y asegurando de ese modo una eficaz garantía de la libertad y de la independencia de los medios, afianzando a tal fin los principios de objetividad, publicidad y libre concurrencia. No son extraños esos parámetros a la garantía



|              |  |                     |            |
|--------------|--|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  |  | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 7/9 |
| VERIFICACIÓN |  | 21/12/2021 13:42:01 |            |





del pluralismo, ni puede desconectarse éste de las necesidades de financiación de los medios de comunicación, pues un trato público peyorativo en la contratación, injustificado, voluntarista o selectivo ( art. 14 CE , primer inciso), o discriminatorio por razón ideológica, de tendencia u opinión (segundo inciso del precepto), podría condicionar su independencia o incluso su propia supervivencia.

Los efectos asociados o derivados para la financiación de los medios de comunicación, garantizados con dichos principios de legalidad, transparencia e igualdad y no discriminación, tienen entonces una consecuencia (siquiera mediata) en el contenido primario del art. 20 CE , habida cuenta que este Tribunal ha declarado constante e invariablemente que las libertades allí consagradas entrañan "el reconocimiento y garantía de la posibilidad de existencia de una opinión pública libre, indisolublemente unida al pluralismo político propio del Estado democrático" (por todas, entre otras muchas, recientemente, STC 19/2014, de 10 de febrero , FJ 6)."

En definitiva, estimo prevalente el derecho de la señora a la información sobre gasto en publicidad institucional, incluida la información denegada sobre gasto desglosado por cada medio, al derecho al secreto empresarial con daño en la negociación de descuentos de la demandante.

Máxime cuando la demandante no discute que en el pliego de cláusulas administrativas particulares o documento contractual equivalente asumió la obligación del artículo cuatro de la ley autonómica de transparencia de suministrar la información relativa a la publicidad institucional como adjudicataria del contrato del sector público.

**Cuarto.-** Por lo expuesto debe desestimarse la demanda con expresa imposición de costas a la parte demandante (art 139 LJCA).

Vistos los preceptos legales citados y demás de general y pertinente aplicación,

**FALLO**

Que desestimo el recurso interpuesto por M&C SAATCHI MADRID SL contra la Resolución 7/21 , de 29 de enero de 2021, del Consejo de Transparencia y Protección



|              |  |                     |            |
|--------------|--|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  |  | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 8/9 |
| VERIFICACIÓN |  | 21/12/2021 13:42:01 |            |





de Datos de Andalucía por la que se estimaba reclamación de Doña  
contra la Dirección de General de la comunicación social de la  
Consejería de la Presidencia, Administración pública e Interior, por denegación de  
información pública, al no apreciar infracción del ordenamiento jurídico, con expresa  
imposición de costas a la parte demandante.

MODO DE IMPUGNAR ESTA RESOLUCIÓN: mediante **RECURSO DE  
APELACIÓN EN AMBOS EFECTOS**, por escrito presentado en este Juzgado en el plazo  
de QUINCE DÍAS, contados desde el siguiente a su notificación (artículo 80.1 de la LJCA).

Así por esta mi Sentencia de la que se llevará testimonio a los autos, lo pronuncio, mando y  
firmo.

**PUBLICACION.-** En la misma fecha fue leída y publicada la anterior resolución por el  
Ilmo. Sra. MAGISTRADO JUEZ que la dictó, celebrando Audiencia Pública. Doy fe.

*"La difusión del texto de esta resolución a partes no interesadas en el proceso en el que ha sido dictada sólo podrá llevarse a cabo previa  
disociación de los datos de carácter personal que los mismos contuvieran y con pleno respeto al derecho a la intimidad, a los derechos de  
las personas que requieran un especial deber de tutela o a la garantía del anonimato de las víctimas o perjudicados, cuando proceda.  
Los datos personales incluidos en esta resolución no podrán ser cedidos, ni comunicados con fines contrarios a las leyes."*



|              |  |                     |            |
|--------------|--|---------------------|------------|
| FIRMADO POR  |  | 21/12/2021 13:45:29 | PÁGINA 9/9 |
| VERIFICACIÓN |  | 21/12/2021 13:42:01 |            |