



RESOLUCIÓN 15/2023, de 16 de enero

Artículos: 24 LTPA; 24 LTAIBG.

Asunto: Reclamación interpuesta por XXX (en adelante, la persona reclamante), contra la Universidad de Huelva (en adelante, la entidad reclamada) por denegación de información pública.

Reclamación: 547/2022

Normativa y abreviaturas: Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía (LTPA); Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (LTAIBG)

ANTECEDENTES

Primero. Presentación de la reclamación.

Mediante escrito presentado el 25 de octubre de 2022, la persona reclamante, interpone ante este CONSEJO DE TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE DATOS DE ANDALUCÍA (en adelante Consejo) Reclamación en materia de acceso a la información pública contra la entidad reclamada, al amparo del artículo 24 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (en adelante LTAIBG) y el Artículo 33 de la Ley 1/2014, de 24 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía (en adelante LTPA).

Segundo. Antecedentes a la reclamación.

1. La persona reclamante presentó el 9 de septiembre de 2022, ante la entidad reclamada, solicitud de acceso a:

"Solicito conocer la cifra en la que, según me consta que facilitan las empresas contratadas por la UHU para ese fin, está valorada la publicidad que ha reportado para la UHU mi actividad como investigador desde el 1 de enero de 2013 hasta el año 31 de diciembre de 2019. Incluyendo el impacto mediático generado tanto a nivel local, como a nivel nacional e internacional. Le aclaro que, según me consta también a través de diferentes fuentes, incluyendo el anterior jefe de ese Gabinete, ha habido noticias cuya enorme proyección internacional implica un equivalente económico que (y cito textualmente) "no podría haberse permitido ninguna institución de este país. Y menos aún la UHU". Por ese motivo, siendo consciente de que la cifra no será precisamente pequeña, le aclaro que no será necesario que me proporcione un valor exacto: con que se trate de una cifra aproximada, incluso de orden de magnitud, me es suficiente.

También solicito conocer la cantidad en la que está valorada la publicidad correspondiente a toda la actividad mediática relacionada con la UHU (con independencia de qué o quienes la hayan generado) desde que usted ocupa [se cita cargo] de esta institución hasta el 31 de diciembre de 2019. Asimismo,



solicito saber qué parte de esta cantidad corresponde a la publicidad generada por mi actividad como investigador durante ese mismo periodo. Nuevamente, dada la enorme repercusión de las noticias derivadas de mis proyectos a nivel nacional e internacional durante, por ejemplo, la primera mitad de 2019, con que me proporcione un valor aproximado o de orden de magnitud me sería suficiente.

Por último, solicito conocer la cantidad en la que está valorada la publicidad correspondiente a toda la actividad mediática relacionada con la UHU (con independencia de qué o quienes la hayan generado) desde el 31 de diciembre de 2019 hasta el 1 de julio de 2022.”

2. En la reclamación, la persona reclamante manifiesta que no ha obtenido respuesta de la entidad reclamada.

Tercero. Tramitación de la reclamación.

1. El 28 de octubre de 2022 el Consejo dirige a la persona reclamante comunicación de inicio del procedimiento para la resolución de la reclamación. El mismo día se solicitó a la entidad reclamada copia del expediente derivado de la solicitud de información, informe y alegaciones que tuviera por conveniente plantear en orden a resolver la reclamación. Dicha solicitud es comunicada asimismo por correo electrónico de fecha 31 de octubre de 2022 a la Unidad de Transparencia respectiva.

2. El 16 de noviembre de 2022 la entidad reclamada presenta escrito de respuesta a este Consejo. Entre la documentación remitida, se incluye la respuesta ofrecida a la persona solicitante el día 15 de noviembre de 2022 con el siguiente contenido, en lo que ahora interesa:

“1- En cuanto a la solicitud de la valoración económica de la publicidad reportada para la UHU la actividad investigadora de [nombre y apellidos], desde el 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2019, debe señalarse lo siguiente:

-Con carácter general, la universidad no dispone de dicho dato, porque esa información no se proporciona por la empresa contratada al respecto. En este sentido, las Universidades públicas de Andalucía contratan un seguimiento de prensa a Seguimedia y lo que reciben es un boletín diario de la inserción en medios, sin mayores valoraciones, como regla general. No obstante, en alguna ocasión puntual, la empresa ha enviado una valoración global realizada conforme a sus propios criterios, ajenos a la Institución.

- El servicio contratado a la empresa Seguimedia registra cualquier alusión aparecida en los medios a la Universidad de Huelva o a su personal investigador, siempre que este haya indicado explícitamente su filiación con la institución. Es decir, el servicio se presta siempre que en el buscador aparezca el concepto “Universidad de Huelva”.

-Las noticias UHU ni se compran ni se venden; se distribuyen entre las distintas agencias y medios de forma gratuita. Como se ha dicho, si hay alguna valoración, es una cifra estimada por alguna agencia que la Universidad normalmente desconoce y que no constituye en ningún caso el fin con el que se realiza su política de comunicación.



-La empresa puede valorar el precio de dicha inserción, pero sin rigor alguno y bajo su criterio publicitario, aunque no sea publicidad contratada. La Empresa utiliza la información facilitada por la universidad de forma gratuita, y, por tanto, el medio se favorece y la Universidad consigue sus objetivos de difusión no lucrativos.

- En consecuencia, no podemos facilitar la valoración económica de la publicidad reportada para la UHU por ningún miembro de nuestro personal investigador, lo que incluye también al prof. [nombre y apellidos] desde el 1 de enero de 2013 al 31 de diciembre de 2019.

2- Valoración de la publicidad mediática de la UHU del 1 de septiembre de 2017 al 31 de diciembre de 2019 y en particular, la de [nombre y apellidos].

- [se cita cargo] ocupa el puesto desde julio de 2017, y, en tal sentido, las consideraciones realizadas en el apartado anterior deben reproducirse en este período.

- No obstante, respecto del período en que [se cita cargo] está en el desempeño del cargo, sí puede proporcionarse el dato relativo a la difusión alcanzada, ya sea por un investigador, como es el caso, o el de toda la Universidad. En este sentido, Seguimedia ha facilitado a la Universidad de Huelva los siguientes datos de repercusión en los medios, para un período que va desde el 1/01/2017 a 10/11/2022:

a) Número total de inserciones de noticias en que aparece la Universidad de Huelva por sí misma o a través de sus investigadores: 7.129. Ello incluye que la misma noticia haya aparecido en más de un medio.

b) Medio con mayor repercusión: Huelva Información

c) Editorial con mayor repercusión: Grupo Joly.

d) Valoración económica: 11.978.799. Al solicitar la información, Seguimedia hace una valoración propia, de carácter subjetivo, conforme a los parámetros que ellos consideran interesante para evidenciar la repercusión de sus servicios. De ahí que la fórmula utilizada para esta estimación económica se exprese en los términos siguientes: "La valoración económica del retorno informativo logrado por la entidad se ha realizado a través de la cuantificación del valor publicitario de los espacios ocupados en los medios de prensa, radio y televisión analizados. Es decir, se ha establecido una correspondencia entre las inserciones informativas y las inserciones publicitarias, su bien los expertos coinciden en afirmar que el valor de la información es al menos tres veces superior al de la publicidad. Es oportuno indicar que, para calcular el coste económico de los espacios se han utilizado unas tarifas estándar que surgen de la ponderación de las tarifas de los distintos medios. Se recoge en este caso el valor de las informaciones en prensa, radio y televisión".

Debe insistirse en que esta valoración se hace al margen de la Universidad, y que la Institución no obtiene retorno tangible en este sentido.



e) Número total de inserciones de noticias en que aparece el [nombre y apellidos] con su filiación como profesor de la Universidad de Huelva: 73. Ello incluye que la misma noticia haya aparecido en más de un medio, e implica un promedio de 12,35 inserciones al año.

g) Medio con mayor repercusión: Huelva Información

h) Editorial con mayor repercusión: Grupo Joly.

i) Valoración económica: 103.194€. Al solicitar la información, Seguimedia hace una valoración propia, de carácter subjetivo, conforme a los parámetros que ellos consideran interesante para evidenciar la repercusión de sus servicios. De ahí que la fórmula utilizada para esta estimación económica se exprese en los términos siguientes: "La valoración económica del retorno informativo logrado por la entidad se ha realizado a través de la cuantificación del valor publicitario de los espacios ocupados en los medios de prensa, radio y televisión analizados. Es decir, se ha establecido una correspondencia entre las inserciones informativas y las inserciones publicitarias, su bien los expertos coinciden en afirmar que el valor de la información es al menos tres veces superior al de la publicidad. Es oportuno indicar que, para calcular el coste económico de los espacios se han utilizado unas tarifas estándar que surgen de la ponderación de las tarifas de los distintos medios. Se recoge en este caso el valor de las informaciones en prensa, radio y televisión".

Debe insistirse en que esta valoración se hace al margen de la Universidad, y que la Institución no obtiene retorno tangible en este sentido.

3- valoración de la publicidad mediática de la UHU del 31 de diciembre de 2019 hasta el 1 de julio de 2022.

- Reiteramos las consideraciones anteriores y los datos relativos a la difusión alcanzada."

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. Sobre la competencia para la resolución de la reclamación.

1. De conformidad con lo previsto en los artículos 24 LTAIBG y 33 LTPA, en relación con lo dispuesto en el artículo 3.1. f) LTPA, al ser la entidad reclamada una universidad pública de Andalucía, el conocimiento de la presente reclamación está atribuido a la competencia de este Consejo.

2. La competencia para la resolución reside en el Director de acuerdo con lo previsto en el artículo 48.1. b) LTPA.

3. Debe destacarse a su vez que, en virtud del artículo 16.5 del Decreto 434/2015, de 29 de septiembre, por el que se aprueban los Estatutos del Consejo de Transparencia y Protección de Datos de Andalucía, "[e]l personal funcionario del Consejo, cuando realice funciones de investigación en materias propias de la competencia del Consejo, tendrá el carácter de agente de la autoridad", con las consecuencias que de aquí se derivan para los sujetos obligados en relación con la puesta a disposición de la información que les sea requerida en el curso de tales funciones investigadoras.



Segundo. Sobre el cumplimiento del plazo en la presentación de la reclamación.

1. De conformidad con lo dispuesto en el artículo en el artículo 24.2 LTAIBG la reclamación se interpondrá en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de la notificación del acto impugnado o desde el día siguiente a aquel en que se produzcan los efectos del silencio administrativo, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 124 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común (LPAC).

Sobre el plazo máximo de resolución, el artículo 32 LTPA establece que las solicitudes deberán resolverse y notificarse en el menor plazo posible. En el ámbito de la entidad reclamada, el plazo máximo para dictar y notificar la resolución será de un mes desde la recepción de la solicitud por el órgano competente para resolver, salvo que la entidad hubiera establecido uno menor.

Sobre el silencio administrativo, establece el artículo 20.4 LTAIBG que transcurrido del plazo máximo de resolución sin que se haya dictado y notificado resolución expresa se entenderá que la solicitud ha sido desestimada. A su vez, los artículos 20.1 LTAIBG y artículo 32 LTPA establecen que el plazo máximo de resolución podrá ampliarse por el mismo plazo, respectivamente, en el caso de que el volumen o la complejidad de la información que se solicita así lo hagan necesario y previa notificación al solicitante.

2. En el presente supuesto la solicitud fue presentada el 9 de septiembre de 2022, y la reclamación fue presentada el 25 de octubre de 2022. Así, considerando producido el silencio administrativo transcurrido el plazo máximo para resolver desde la solicitud, la reclamación ha sido presentada en plazo, conforme a lo previsto en el artículo 24.2 LTAIBG y el artículo 124 LPAC.

Tercero. Consideraciones generales sobre el derecho de acceso a la información pública

1. Constituye "información pública" a los efectos de la legislación reguladora de la transparencia, *"los contenidos o documentos, cualquiera que sea su formato o soporte, que obren en poder de alguna de las personas y entidades incluidas en el presente título y que hayan sido elaborados o adquiridos en el ejercicio de sus funciones"* [art. 2 a) LTPA].

Según establece el artículo 24 LTPA, *"[t]odas las personas tienen derecho de acceder a la información pública veraz [...] sin más limitaciones que las contempladas en la Ley"*. Y el artículo 6 a) LTPA obliga a que su interpretación y aplicación se efectúe tomando en consideración el *"principio de transparencia, en cuya virtud toda la información pública es en principio accesible y sólo puede ser retenida para proteger otros derechos e intereses legítimos de acuerdo con la Ley"*.

La legislación reguladora de la transparencia, pues, se fundamenta y estructura en torno a una regla general de acceso a la información pública, que únicamente puede ser modulada o limitada si se aplican, motivadamente y de forma restrictiva, alguno de los supuestos legales que permiten su restricción o denegación.



2. Las causas de inadmisión se encuentran enumeradas en el artículo 18 («Causas de inadmisión») LTAIBG, y su aplicación debe ser objeto de una interpretación restrictiva y el supuesto de hecho de su concurrencia debe ser acreditado por el órgano reclamado (Resolución CTPDA 451/2018, FJ 5º).

Sobre ello nos dice el Tribunal Supremo en la Sentencia n.º 1547/2017, de 16 de octubre (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Tercera):

“La formulación amplia en el reconocimiento y en la regulación legal del derecho de acceso a la información obliga a interpretar de forma estricta, cuando no restrictiva, tanto las limitaciones a ese derecho que se contemplan en el artículo 14.1 de la Ley 19/2013 como las causas de inadmisión de solicitudes de información que aparecen enumeradas en el artículo 18.1, sin que quepa aceptar limitaciones que supongan un menoscabo injustificado y desproporcionado del derecho de acceso a la información. [...] Asimismo, la posibilidad de limitar el derecho de acceso a la información no constituye una potestad discrecional de la Administración o entidad a la que se solicita información, pues aquél es un derecho reconocido de forma amplia y que sólo puede ser limitado en los casos y en los términos previstos en la Ley...” (Fundamento de Derecho Sexto).

3. Los límites al derecho de acceso están contenidos en el artículo 14 LTAIBG, y al igual que las causas de inadmisión, deben ser interpretados restrictivamente y el supuesto de hecho de su concurrencia debe ser acreditado por el órgano reclamado en cada caso concreto.

Cuarto. Consideraciones de este Consejo sobre el objeto de la reclamación.

Entre la documentación aportada por la entidad reclamada a este Consejo consta la acreditación de la notificación practicada a la persona reclamante de la puesta a disposición de la información solicitada, una vez presentada la reclamación, sin que esta haya puesto en nuestro conocimiento ninguna disconformidad respecto de la respuesta proporcionada. Este Consejo ha analizado el contenido de la respuesta ofrecida, estimando que el propósito de la petición ha sido satisfecho y que se ha visto cumplida la finalidad de la transparencia prevista en la LTPA. Procede por tanto declarar la terminación del procedimiento de la reclamación por desaparición sobrevenida de su objeto.

En virtud de los Antecedentes y Fundamentos Jurídicos citados se dicta la siguiente

RESOLUCIÓN

Único. Declarar la terminación del procedimiento, al haberse puesto a disposición la información solicitada durante la tramitación del procedimiento.

Contra esta resolución, que pone fin a la vía administrativa, cabe interponer recurso contencioso-administrativo ante el Juzgado de lo Contencioso-Administrativo de Sevilla que por turno corresponda en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 8.3 y 46.1, respectivamente, de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa.



EL DIRECTOR DEL CONSEJO DE TRANSPARENCIA
Y PROTECCIÓN DE DATOS DE ANDALUCÍA

Jesús Jiménez López

Esta resolución consta firmada electrónicamente.