ÍNDICE

PRIMERA PARTE - RÉGIMEN GENERAL DE LA PUBLICIDAD ACTIVA

CAPÍTULO I. CONCEPTO Y ORDENACION LEGAL

1. Introducción

2. Publicidad activa y transparencia pública

    2.1. La publicidad activa como el segundo pilar de la transparencia pública

    2.2. Complementariedad de la publicidad activa y del derecho de acceso a la información pública

    2.3. Publicidad activa e información pública: dos nociones diversas

3. Aspectos generales de la publicidad activa

    3.1. Los fines de la publicidad activa

    3.2. Obligación y facultad de publicar

    3.3. Derecho a la publicidad activa

4. Publicidad activa y otras figuras

    4.1. Publicidad activa e información administrativa general

    4.2. Publicidad activa y publicidad oficial

    4.3. Publicidad activa y publicidad institucional

5. Características y noción de la publicidad activa

6. La ordenación de la publicidad activa

    6.1. El reparto competencial

    6.2. La ordenación de la publicidad activa en la LTAIBG

    6.3. El desarrollo normativo de la LTAIBG en materia de publicidad activa

    6.4. La ampliación de los deberes de publicidad activa por normas específicas

    6.5. Aplicación en el tiempo

    6.6. La publicación voluntaria por los sujetos obligados

CAPÍTULO II. ÁMBITO SUBJETIVO

1. Los órganos y entidades del sector público

    1.1. Aproximación general

    1.2. Colaboración y cooperación con las Entidades Locales

2. Corporaciones de Derecho Público

3. Partidos políticos, organizaciones sindicales y empresariales

4. Entidades privadas perceptoras de ayudas públicas .

4.1. La inclusión de las entidades privadas en la LTAIBG

4.2. Delimitación formal: entidades privadas

4.3. Delimitación de la noción de ayudas y subvenciones públicas

4.4. Umbrales cuantitativos de las ayudas públicas

4.5. Vigencia temporal de la sujeción

4.6. Conexión entre la actividad subvencional y las obligaciones de transparencia

5. Otros sujetos privados

CAPÍTULO III. CONDICIONES Y ATRIBUTOS DE LA PUBLICACIÓN

1. Medios de publicación .

1.1. Sedes electrónicas, páginas web y portales de internet .

1.2. Publicación en páginas webs de titularidad de otra entidad ..

1.3. Portales de Transparencia

2. Accesibilidad de la información

2.1. Principio de identificación y localización fácil

2.2. Principio de organización de la información .

2.3. Principio de accesibilidad universal y diseño para todos

3. Calidad de la información

3.1. Principio de relevancia

3.2. Principio de actualización

3.3. Principio de reutilización

3.4. Principio de comprensibilidad

3.5. Principio de veracidad

4. Otras cuestiones

4.1. Permanencia de la publicación

4.2. Catálogos e índices de información

4.3. Responsable del portal e intercomunicación

5. Límites de la publicidad activa

5.1. Los límites del artículo 14

5.2. La protección de los datos personales

CAPÍTULO IV. CONTROL, SANCIONES Y EVALUACIÓN .

1. Controles internos

2. La acción de control de cumplimiento del CTBG

2.1. Competencia del CTBG

2.2. Ámbito subjetivo

2.3. Procedimiento de control

3. La acción de control en el ámbito autonómico y local

3.1. Aspectos generales

3.2. La situación particularizada

3.3. Observaciones generales sobre el procedimiento de control

4. Régimen sancionador

4.1. El régimen sancionador en la LTAIBG

4.2. El régimen sancionador en la legislación autonómica

5. Evaluación del cumplimiento de las obligaciones legales

5.1. Introducción

5.2. Ámbito estatal

5.3. Ámbito autonómico y local

SEGUNDA PARTE -LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS

CAPÍTULO V. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL, ORGANIZATIVA Y DE PLANIFICACIÓN

1. Aproximación general

2. Las estructuras organizativas

2.1. Determinaciones básicas LTAIBG

2.2. Legislación autonómica

3. Traslaciones de competencia

4. Información sobre altos cargos y asimilados

4.1. Perfil y trayectoria profesional

4.2. Retribuciones, indemnizaciones y otros beneficios

4.3. Declaraciones de bienes e intereses

4.4. Otras actividades públicas y privadas

4.5. Las agendas institucionales

4.6. Indemnizaciones y autorizaciones tras el cese

5. Información sobre recursos humanos

6. Planes y programas de actuación

6.1. Memorias de actuación

CAPÍTULO VI. INFORMACIÓN DE RELEVANCIA JURÍDICA Y CIUDADANA

1. Información sobre la actividad normativa
    - 1.1. El ordenamiento jurídico territorial
    - 1.2. Planificación y evaluación normativas
    - 1.3. Procedimientos de elaboración de normas
2. Otras actuaciones jurídicas
    - 2.1. Directrices, instrucciones y circulares
    - 2.2. Respuestas a consultas .
    - 2.3. Trámites de información pública
    - 2.4. Otras informaciones de relevancia jurídica .
3. Información sobre relaciones con la ciudadanía .
    - 3.1. Registro de actividades de tratamiento
    - 3.2. Inventarios de procedimientos
    - 3.3. Cartas de servicios
    - 3.4. Otras informaciones

CAPÍTULO VII. INFORMACIÓN SOBRE LA GESTIÓN ECONÓMICA

1. Información sobre actividad contractual
    - 1.1. Publicidad y transparencia de la actividad contractual
    - 1.2. Sobre la duplicidad de la publicidad de la información contractual
    - 1.3. Informaciones objeto de publicidad activa
    - 1.4. Otras cuestiones sobre la publicación de la información contractual
2. Información sobre convenios, encomiendas y encargos
    - 2.1. Información sobre convenios
    - 2.2. Encomiendas de gestión y encargos de ejecución
3. Información sobre subvenciones y ayudas públicas
    - 3.1. La LTAIBG y la LGS
    - 3.2. La legislación autonómica
4. Información patrimonial
5. Información presupuestaria y financiera

CAPÍTULO VIII. LAS OBLIGACIONES DE PUBLICIDAD DE LAS ENTIDADES NO PERTENECIENTES AL SECTOR PÚBLICO

1. Las Corporaciones de Derecho Público
    - 1.1. Información institucional, organizativa y de planificación

1.2. Información de relevancia jurídica

1.3. Información económica, presupuestaria y estadística .

2. Las entidades privadas del artículo 3

2.1. Información institucional, organizativa y de planificación

2.2. Información de relevancia jurídica

2.3. Información económica, presupuestaria y estadística .

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

I. ASPECTOS GENERALES

1. Publicidad activa y derecho de acceso a la información pública

2. Características esenciales de la publicidad activa

3. La ordenación legal de la publicidad activa

4. Los sujetos obligados del artículo 2.1

5. Los sujetos obligados del artículo 3 y otros sujetos privados

6. Medios de publicación

7. Accesibilidad, calidad y límites de la publicidad activa

8. El control del cumplimiento de las obligaciones de publicidad activa

9. Régimen sancionador

10. Evaluación del cumplimiento de las obligaciones legales

II. CONTENIDOS INFORMATIVOS

1. Información institucional, organizativa y de planificación

2. Información de relevancia jurídica y para la ciudadanía

3. Información sobre actividad contractual

4. Información sobre convenios, encomiendas y encargos

5. Información sobre subvenciones y ayudas públicas

6. Información patrimonial, presupuestaria y financiera

7. Las obligaciones de las Corporaciones de Derecho Público

8. Las obligaciones de las entidades privadas del artículo 3

Anexo: normativa autonómica