

 Ayuntamiento de Gijón/Xixón	Código Seguro de Verificación: 16340500742417076351  Puede verificar el documento en https://sedeelectronica.gijon.es/csv
Datos del expediente: 94951E/2026 Planes y otras disposiciones equivalentes Datos del documento: Emisor: 01007973 Fecha Emisor: 07/07/2026	Asunto: Aprobación del Plan de Medios 2026-2027 del Ayuntamiento de Gijón/Xixón
Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	

De conformidad con lo previsto en el artículo 126.4 de la Ley 7/85 la concejalía designada para el desempeño de la secretaría certifica que por la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Gijón/Xixón se adoptó por unanimidad el siguiente acuerdo en fecha 7 de julio de 2026:

ANTECEDENTES DE HECHO:

PRIMERO: La actividad de comunicación y publicidad institucional del Ayuntamiento de Gijón/Xixón se ha venido desarrollando, hasta la fecha, de forma descentralizada. Cada concejalía, área, servicio, empresa pública y organismo autónomo ha seguido sus propios criterios en materia de contratación publicitaria, sin que existiera un instrumento de planificación común ni reuniones periódicas de coordinación bajo la dirección de la Jefatura de Prensa.

SEGUNDO: En el marco de las funciones que corresponden al Gabinete de Alcaldía, al que pertenece la Jefatura de Prensa, conforme al artículo 17.3 del Reglamento Orgánico de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico del Ayuntamiento de Gijón/Xixón, y al Acuerdo del Pleno de 13 de marzo de 2024 que estableció su estructura, composición y funciones, se ha recabado de los servicios municipales el detalle de los contratos vigentes en materia de publicidad institucional, al objeto de analizar el punto de partida.

TERCERO: Constatada la ausencia de un instrumento de planificación en la materia, por parte de la Jefatura de Prensa se ha elaborado el Plan de Medios 2026-2027 que se incorpora al expediente, cuyo objeto es establecer los principios que han de regir la difusión de los mensajes e informaciones institucionales y los criterios de reparto entre los distintos canales de comunicación. El Plan se estructura en cinco bloques: introducción, objetivos y principios, contratación, estrategia publicitaria, y previsión de campañas; y tiene carácter orientativo: no asigna cantidades exactas por medio de comunicación, sino bloques de inversión orientativos, ajustables a las necesidades de cada campaña. Entre sus principios incorpora expresamente el reparto equitativo y no discriminatorio entre medios, atendiendo a criterios objetivos de audiencia (estudios EGM y/o OJD), cobertura y eficiencia del gasto público.

CUARTO: El Plan de Medios complementa y se enmarca en el Plan de Comunicación elaborado por la Jefatura de Prensa, con el que comparte la finalidad de ordenar y profesionalizar la comunicación institucional municipal.

FUNDAMENTOS DE DERECHO:

PRIMERO: El Plan de Medios es un instrumento de planificación y ordenación de la actividad de publicidad institucional. No tiene naturaleza normativa ni constituye, por sí mismo, acto de contratación alguno: no aprueba gasto ni adjudica contrato, de modo que su aprobación carece de impacto económico directo. Cada campaña o actuación publicitaria que se promueva al amparo del Plan se tramitará mediante el expediente de contratación que en cada caso corresponda, con sujeción a la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, LCSP), y a la fiscalización que proceda.

SEGUNDO: La actividad de publicidad y comunicación institucional se rige, entre otras, por la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional; la Ley del Principado de Asturias 6/2006, de 20 de junio, de Comunicación y Publicidad Institucionales; la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno; y la LCSP. Debe precisarse el distinto alcance de estas normas en cuanto a la planificación. La Ley 29/2005 impone la elaboración de un plan anual de publicidad y comunicación, pero circunscribe esa obligación a la Administración General del Estado y a las entidades del sector público estatal (artículos 1 y 12); de su contenido, únicamente las prohibiciones de su artículo 4 tienen, por mandato de su Disposición Final Segunda, carácter de legislación básica exigible a las comunidades autónomas y a las entidades locales. Por su parte, la Ley asturiana 6/2006, que sí resulta de aplicación a las entidades locales del Principado (artículo 1.1), reserva la obligación de informe anual al Consejo de Gobierno del Principado (artículo 9), sin imponer a los concejos la aprobación de un plan de medios.

TERCERO: Del marco expuesto resulta que el ordenamiento jurídico no impone a las entidades locales la obligación de dotarse de un Plan de Medios. La planificación de la contratación constituye una recomendación de buena administración,

coherente con los principios de los artículos 28, 99 y 116 de la LCSP, y un mecanismo, no un requisito. Así lo ha precisado la Junta Consultiva de Contratación Pública de Cataluña (Informe 25/2024), al señalar que la planificación contribuye a evitar el mal uso de la contratación menor, pero que no es requisito que la necesidad sea no planificable o sobrevenida. Las recomendaciones de planificación emanadas de los órganos de control externo (entre otros, los informes del Tribunal de Cuentas) y de la Oficina Independiente de Regulación y Supervisión de la Contratación tienen, por su propia naturaleza, carácter de recomendación, sin que de ellas derive obligación legal alguna de aprobar un plan de medios para las entidades locales.

CUARTO: La contratación de la publicidad institucional realizada hasta la fecha mediante contratos menores se ha ajustado a Derecho. El contrato menor es una figura legalmente prevista en el artículo 118 de la LCSP, configurada como un supuesto de adjudicación directa permitido y sancionado legalmente por razón de su escasa cuantía. Así lo ha reiterado la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado (entre otros, expediente 8/2020 e Informe 98/2018, de 4 de marzo de 2019), que lo caracteriza como una excepción legalmente admitida a las reglas generales de publicidad y concurrencia, y lo han confirmado las juntas consultivas autonómicas en el ámbito local (así, la Comisión Consultiva de Contratación de la Junta de Andalucía, Informe 2/2016, de 25 de febrero). El Ayuntamiento de Gijón/Xixón, tanto en el actual mandato municipal como en los precedentes, ha ajustado su actuación a este criterio consolidado de los órganos consultivos de contratación. En consecuencia, la aprobación del presente Plan no responde a la subsanación de irregularidad alguna (pues la actuación seguida se ha desarrollado conforme al ordenamiento jurídico), sino a la voluntad de reforzar la transparencia, la seguridad jurídica, la eficiencia en el empleo de los recursos públicos y la coordinación de la actividad publicitaria municipal, elevando a instrumento formal una buena práctica de planificación.

QUINTO: La regularidad de la actuación seguida resulta corroborada por el resultado del control interno. La función interventora (artículos 213 y 214 del TRLRHL y Real Decreto 424/2017, de 28 de abril) tiene por objeto fiscalizar la legalidad y la adecuación económico-presupuestaria de los actos de contenido económico. En el presente mandato ningún expediente de contratación de publicidad institucional ha sido objeto de reparo de la Intervención General que hubiera debido resolverse por la vía del artículo 217 del TRLRHL. La inexistencia de reparos en la materia constituye un indicador objetivo de que la contratación se ha ajustado a la legalidad presupuestaria y contractual.

Por su parte, la función fiscalizadora de la Sindicatura de Cuentas del Principado de Asturias y, en su caso, del Tribunal de Cuentas no han manifestado reparo alguno al Ayuntamiento de Gijón/Xixón en su proceder contractual en esta materia, siendo reciente la actividad de fiscalización de este último en el "Informe de fiscalización del cumplimiento de los principios de publicidad y transparencia en los contratos de los municipios con población entre 200.000 y 300.000 habitantes, ejercicio 2023" (informe del TCue nº 1667) del que no se desprendió conclusión alguna respecto de contratos de publicidad institucional, y sobre el que las restantes actuaciones seguidas respecto del Ayuntamiento de Gijón/Xixón han concluido en archivo.

SEXTO: La doctrina del Tribunal Constitucional y la jurisprudencia del Tribunal Supremo y de los Tribunales Superiores de Justicia confirman este planteamiento. Las Sentencias del Tribunal Constitucional 104/2014, de 23 de junio; 130/2014, de 21 de julio; 147/2014, de 22 de septiembre; y 160/2014, de 6 de octubre, dictadas en relación con la contratación de publicidad institucional por diversos ayuntamientos, no cuestionan el procedimiento contractual empleado (que era, precisamente, el contrato menor), sino que exigen que el reparto de la publicidad entre los medios de comunicación se realice conforme a criterios objetivos, transparentes y no discriminatorios, reconociendo a la Administración un margen de discrecionalidad técnica y situando la audiencia, medida de forma objetiva y ponderada con las tarifas, como criterio básico de comparación. El Plan de Medios asume e instrumenta de manera expresa estos criterios (reparto equitativo y motivado, no discriminación por la línea editorial de los medios y selección con arreglo a estudios de audiencia según EGM y/o OJD), de modo que su aprobación no solo es conforme a Derecho, sino que refuerza el cumplimiento por el Ayuntamiento de la doctrina constitucional y jurisprudencial en la materia.

SÉPTIMO: El Ayuntamiento de Gijón/Xixón se rige por el régimen de organización de los municipios de gran población (Título X de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local, en adelante LBRL). Corresponde a la Junta de Gobierno Local, como órgano que ejerce las funciones ejecutivas y administrativas del municipio (artículo 127.1 LBRL), la aprobación del Plan de Medios. Dicha competencia le corresponde, específicamente, por delegación de la Alcaldía en materia de aprobación de planes, programas y directrices de gobierno, conferida por Resolución de Alcaldía de 12 de junio de 2023.

VISTOS, expediente de razón, antecedentes y fundamentos de derecho, la Junta de Gobierno **acuerda**:

PRIMERO: Aprobar el Plan de Medios 2026-2027 del Ayuntamiento de Gijón/Xixón, elaborado por la Jefatura de Prensa, que se incorpora como anexo al presente informe.

DOCUMENTO	ENLACE
PLAN DE MEDIOS 26 27.pdf	16341552413003755661

SEGUNDO: Dar traslado del presente acuerdo, por conducto de la Dirección General de Alcaldía, Coordinación y Proyectos de Ciudad, a todas las áreas, servicios, empresas públicas y organismos autónomos municipales, para su conocimiento.

TERCERO: Establecer la vigencia del Plan desde la fecha de su aprobación hasta la expiración del mandato de la Corporación municipal 2023-2027, entendiéndose prorrogado anualmente de manera sucesiva en tanto no se apruebe su revisión o un instrumento que lo sustituya.

CUARTO: Disponer la publicación del Plan en el Portal de Transparencia municipal, como ejercicio de transparencia y publicidad activa.



Ayuntamiento
de Gijón/Xixón

Código Seguro de Verificación: **16340500742417076351**



Puede verificar el documento en <https://sedeelectronica.gijon.es/csv>

Datos del expediente:	Asunto:
94951E/2026	Aprobación del Plan de Medios 2026-2027 del Ayuntamiento de Gijón/Xixón
Planes y otras disposiciones equivalentes	
Datos del documento:	
Emisor: 01007973	
Fecha Emisor: 07/07/2026	

Y para que así conste se emite el presente certificado.