



## COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA FINANCIACIÓN Y LOS PLANES DE MEDIOS DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

### PRESIDENCIA

### DOÑA ROSA MARÍA RUBIO MARTÍN

Sesión extraordinaria celebrada el día 7 de julio de 2021, en Valladolid

---

### ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de Dña. Marta López Martín (Directora "AGRODIGITAL").
2. Comparecencia de Dña. Marisol López del Estal (Directora de "LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA").

### SUMARIO

|   | <u>Páginas</u> |
|---|----------------|
| Se inicia la sesión a las doce horas cinco minutos.   | 15875          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, abre la sesión y recuerda a los señores procuradores y asistentes a la Comisión, siguiendo indicaciones de la Presidencia de la Cámara y de las autoridades sanitarias, la obligatoriedad del uso de la mascarilla. | 15875          |
| <b>Primer punto del orden del día. Comparecencia.</b>   |                |
| La letrada, Sra. Seseña Santos, da lectura al primer punto del orden del día.   | 15875          |
| Intervención de la Sra. López Martín, directora de Agrodigital, indicando que no utilizará su turno inicial.  | 15875          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.  | 15875          |



|  | <u>Páginas</u> |
|--|----------------|
| Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y de la compareciente, Sra. López Martín, directora de Agrodigital.  | 15875          |
| Intervención del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular).  | 15881          |
| Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y de la compareciente, Sra. López Martín, directora de Agrodigital.   | 15883          |
| Intervención final de la compareciente, Sra. López Martín, directora de Agrodigital.   | 15891          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, suspende la sesión.  | 15891          |
| Se suspende la sesión a las doce horas cincuenta y cinco minutos y se reanuda a las trece horas treinta y cinco minutos.   | 15891          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, reanuda la sesión y recuerda a los señores procuradores y asistentes a la Comisión, siguiendo indicaciones de la Presidencia de la Cámara y de las autoridades sanitarias, la obligatoriedad del uso de la mascarilla. | 15892          |
| <b>Segundo punto del orden del día. Comparecencia.</b>   |                |
| La letrada, Sra. Seseña Santos, da lectura al segundo punto del orden del día.   | 15892          |
| Intervención de la Sra. López del Estal, directora de La Opinión-El Correo de Zamora, indicando que no utilizará su turno inicial.   | 15892          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.   | 15892          |
| Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y de la compareciente, Sra. López del Estal, directora de La Opinión-El Correo de Zamora.  | 15892          |
| Intervenciones de la procuradora Sra. García Sánchez (Grupo Popular) y de la compareciente, Sra. López del Estal, directora de La Opinión-El Correo de Zamora.   | 15897          |
| Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y de la compareciente, Sra. López del Estal, directora de La Opinión-El Correo de Zamora.   | 15900          |
| Intervención final de la compareciente, Sra. López del Estal, directora de La Opinión-El Correo de Zamora.   | 15911          |
| La presidenta, Sra. Rubio Martín, levanta la sesión.   | 15911          |
| Se levanta la sesión a las catorce horas veinticinco minutos.  | 15911          |



[Se inicia la sesión a las doce horas cinco minutos].

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Se abre la sesión. Buenos días a todas y a todos, señorías. Antes de comenzar, recuerdo a los señores procuradores y a los asistentes a esta sesión que, de conformidad con los criterios fijados por la Presidencia de la Cámara y por las autoridades sanitarias, es obligatorio el uso de las mascarillas en todo momento, incluso cuando se esté en el uso de la palabra, salvo causa justificada.

Pido a sus señorías, por favor, que mantengan los móviles en silencio durante toda la... durante toda la Comisión.

Por la señora letrada se dará lectura del primer punto del orden del día.

## **Comparecencia**

**LA LETRADA (SEÑORA SESEÑA SANTOS):**

Primer punto del orden del día: **Comparecencia de doña Marta López Martín (Directora de “AGRODIGITAL”)**.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Doy la bienvenida a la señora compareciente a esta Comisión de Investigación, confiando en que las informaciones que pueda proporcionarnos sean útiles para el desarrollo de la labor que tiene encomendada. ¿Desea la señora compareciente hacer una exposición inicial sobre los extremos que sirven de objeto a su comparecencia, por un tiempo máximo de diez minutos?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No. Muchas gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, se procede a la apertura de un turno de los portavoces de los distintos grupos parlamentarios. Durante las intervenciones se podrán formular preguntas, que serán contestadas, en su caso, por la señora compareciente.

Como el Grupo Parlamentario Mixto no ha venido el portavoz, pasamos al siguiente. Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora Bermejo Santos.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Buenos días. Muchas gracias, señora presidenta. Dar la bienvenida a la compareciente, a doña Marta López Martín, como directora de *Agrodigital*. Sabe usted que ha sido llamada a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre los ejercicios del dos mil catorce y el dos mil diecinueve. ¿Cuáles eran sus competencias durante este período en el medio que he mencionado?



**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, yo soy la directora, pero, como el medio es muy pequeño, pues también hago labores de redacción y de relaciones con nuestros... con los anunciantes.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entonces, ¿usted era el enlace directo con la Junta de Castilla y León a la hora de... de negociar o hablar sobre las partidas presupuestarias del plan de medios y la publicidad institucional dependiente de la Junta de Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Sí.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Con qué persona hablaba usted, o miembro de la Junta de Castilla y León, durante el período objeto, o personas, que estamos investigando?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, durante el período que usted me comenta, normalmente, pues alguien de... de la Junta que llevara... -pero no un alto cargo- alguien que llevara de... del ITACYL que llevara el tema de publicidad se ponía en contacto conmigo por teléfono o por *e-mail* y nos informaba pues de la campaña que iba a llevar a cabo la Consejería, de publicidad, y de la... de la inversión publicitaria que tenían prevista realizar y nos pedían un... un presupuesto de acciones de acuerdo con ese presupuesto, y nosotros se lo presentábamos. Ese era el funcionamiento.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Con qué Consejerías trataba *Agrodigital*?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Exclusivamente con la de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Habló usted en algún momento con algún miembro del... del Ejecutivo durante los años período objeto de la investigación?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Por temas de publicidad, no.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Recuerda usted que... cuál era el nombre de la persona encargada... el que le encargaba la publicidad institucional o cualquier tipo de acción o campaña de la Junta de Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues creo que han sido personas diferentes. Y... y ahora mismo podría recordar el nombre de uno, pero es que, de hecho, no sé si puedo, por el tema de la ley de protección de datos, porque es un funcionario; o sea, no es un alto cargo. Entonces, no sé si podría darle el nombre o no. Entonces, si los quisieran, me lo comunican por escrito y yo lo busco e intento... Pero, vamos, eran funcionarios.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Sabe usted cómo justificaba la Junta de Castilla y León, en este caso la Consejería de Agricultura, como nos dice, el reparto de publicidad que había hacia cada medio de comunicación? En este caso son medios especializados, que se podría comparar, por ejemplo, con *Agronews Castilla y León*, *Agrodigital*.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

La... la decisión de la cuantía de... de presupuesto que destinaban a *Agrodigital*, yo no tengo el conocimiento de por qué era esa cuantía o era otra, pero tampoco... Pero, vamos, no me sorprende, porque con el resto de los anunciantes de *Agrodigital* tampoco justifican nunca por qué deciden invertir un año un presupuesto y otro año el mismo o menos o más. Entonces, bueno, no me sorprendió.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y sabe usted cuáles eran los criterios para el reparto de esa publicidad institucional?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento solicitó esos criterios a la Consejería de Agricultura?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Por algún motivo?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

El por qué no lo solicite, como le he comentado hace un minuto, ninguno de... de los anunciantes que tiene *Agrodigital* nos informa de cuáles son los criterios que utilizan para incluirnos en su plan de medios o para no incluirnos, para aumentarnos la publicidad o disminuírnosla. Entonces, como ninguno de los otros clientes me ha indicado nunca sus criterios, pues no... no me chocó no conocer los de la Junta y, por tanto, tampoco por eso no se realizó ninguna petición.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Según los datos OJD, ¿qué cifras maneja *Agrodigital* en los años, más o menos, período objeto de la Comisión?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, nosotros utilizamos el sistema de Google Analytics, y los datos que yo le voy a indicar ahora no son... son datos de Google Analytics -no lo digo yo, lo dice Googles Analytics-. Entonces, en dos mil catorce teníamos 1.380.000 visitas, y en dos mil diecinueve teníamos 2.220.000 visitas; es decir, en el... en ese período aumentaron las visitas en un 60 %. Si ya vamos... en dos mil veinte, por ejemplo, ya hemos llegado a 3.670.000 visitas y 5.300.000 páginas vistas; y en lo que va... Y, la verdad, puedo decirle, con orgullo, que nuestra audiencia va muy bien, que estamos muy contentos, porque, ahora mismo, lo que es el primer semestre del año dos mil veintiuno, ya hemos superado en solo este semestre todas las páginas vistas que tuvimos en dos mil veinte; es decir, ya solo en este semestre ya tenemos 5.600.000 páginas vistas, y solo en este semestre tenemos 2.400.000 visitas.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Bueno, antes de nada, felicitarle por esos datos que nos ha dado de la evolución ascendente, evidentemente, de... de esas cifras. Por tanto, ¿cuál fue... iba correlacionado la... el aumento de visitas en Google Analytics con la inversión o las partidas que destinaba la Junta de Castilla y León en publicidad institucional?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

En el período de referencia, más o menos, la inversión en publicidad ha sido la misma todos los años. Tampoco nos ha sorprendido, porque con otros anunciantes, a pesar de... del aumento de audiencia, pues ha habido veces que nos han reducido la inversión o nos la han mantenido o han dejado la publicidad. Entonces, bueno, como es un mundo cambiante, no nos... no nos ha influenciado. Y sí, como le decía, las visitas, para ser un medio como es este, que es un medio muy especializado, creo que tenemos un índice de audiencia muy interesante, no siendo... ya que no somos pues una cabecera nacional o un *youtuber*.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y ustedes en algún momento reclamaron a la Junta de Castilla y León un aumento en esa... en esas partidas presupuestarias destinadas a la publicidad institucional en su medio?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Sabían ustedes si el criterio del reparto de esa publicidad institucional y el plan de medios partía de la Consejería de Agricultura o desde Presidencia?



**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No tenía noticia de... de dónde partía.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Por qué cree que algunos medios especializados, en este caso con la agricultura, percibían más cuantía que otros?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Lo desconozco. No conozco... como le he dicho, desconozco cuál es el criterio. Yo... me preocupa mi medio, me preocupa la... la inversión en publicidad que tenemos con la Junta como anunciante, como con la que tenemos con otros anunciantes. Entonces, no, no lo sé.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Sin entrar en datos privados, porque no... -perdón- sin entrar en datos concretos, porque al final esta es una empresa privada y no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión, la publicidad institucional, tanto la que... con la que se contaba este medio anualmente por parte de la Junta de Castilla y León, por parte de la Consejería de Agricultura concretamente, ¿qué porcentaje suponía dentro de las cifras de negocio totales?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Más o menos, es en torno a un 12 % de media en ese período.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Tiene *Agrodigital* algún cliente que supere ese porcentaje?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues eso ahora mismo no... no lo sabría decir, porque no era una pregunta que me esperara y no lo... no, no lo sé. Ahora mismo no le podría decir.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Era la Junta de Castilla y León uno de los principales clientes de *Agrodigital*?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, Castilla y León es un cliente importante, efectivamente, sí. Tenemos otros clientes importantes también, ¿eh? No es el único, eso sí que le puedo decir. Y a lo largo... nosotros llevamos veintidós años y... y hemos tenido clientes más importantes que la Junta también, ¿eh? O sea, que no... no es... O sea, es un... no le voy a negar que es un cliente importante.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entiendo que, al ser un cliente importante, ese impacto sobre la viabilidad económica de... de *Agrodigital* podría verse afectado, a lo mejor, a las informaciones que tratara el medio, en cuanto a las publicaciones de... sobre la Consejería de Agricultura.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues no, no. Primero, porque, aunque es un cliente importante, tampoco cuestionaría la viabilidad. Segundo, porque nosotros llevamos veintidós años; y cuando empezamos, hace veintidós años, que lo de internet era algo que, bueno, estaba empezando, y cuando tú unes internet y unes el sector agrario, que encima siempre se ha asociado con un sector primario, que le llaman, ¿no?, pues imagínese cómo fueron esos comienzos, hace veintidós años, que no hemos tenido nunca el apoyo de ninguna Administración. Tampoco lo hemos pedido, ¿eh?, porque ni se nos ocurrió, ni se nos pasó por la cabeza, tampoco, pedirlo. Entonces, hemos pasado unos años tan duros... Y ahora mismo, vamos, no... no nos cuestiona la viabilidad que siguiera o no siguiera la Junta.

Desde luego, estaríamos encantados que siguiera, ¿eh?, no le voy a decir que no nos gustaría... perderle como cliente. Y, desde luego, también le comento que, cuando uno lleva veintidós años, o das una información objetiva e imparcial o no estás veintidós años. Entonces, en ningún momento la Junta, nadie de la Junta, nos ha llamado para decirnos... para regañarnos por si salía algo publicado en contra. Y tampoco nos ha llamado para decirnos que le publicáramos algo o que por qué no sacáramos algún tema de... como noticia de redacción que pudiera interesar, en ningún momento; o sea, no hemos tenido ningún contacto en ese sentido.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera que en algún momento la publicidad institucional pudo ser utilizada por la Junta de Castilla y León como una herramienta de autobombo?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues no lo sé, yo no estoy en la Junta. Le puedo hablar del sector agrario. De ese tema, no lo sé.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Bueno, cuando me refiero a Junta de Castilla y León, en este caso, por ende, es la Consejería de Agricultura, si pudo utilizar esas partidas presupuestarias para... para realzar su gestión.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues yo le puedo hablar de... de mi medio, y en mi medio ya le digo que no... yo no me he sentido utilizada nunca por la Junta. Afortunadamente, tampoco por ningún otro cliente, ¿eh?

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera que la Consejería de Agricultura, más allá de conocer al medio al que iban sus inversiones en publicidad institucional, se interesaba en qué tipo de penetración podía existir entre esas informaciones y la población o el público objetivo al que se dirigía? ¿En algún momento le pidieron esos datos, ese *feedback*?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Vamos a ver, el... el medio es un medio agrario, es un medio que damos una información objetiva, quizá aburrido para el que no es del sector, porque es un medio donde lo que contamos es lo que pasa en el campo: si ha llegado el pulgón en esta cosecha o si hay sequía o a cuánto están los cereales. Entonces, está claro que nuestro público objetivo son agricultores y ganaderos e industria agroalimentaria.

Y antes también –aprovecho aquí para decírselo–, antes, cuando le hablaba de que la audiencia... teníamos muy buena audiencia, que estábamos muy contentos, también le digo que... que no es comparable la audiencia de un medio generalista con un medio específico, como puede ser *Agrodigital*. Pero en cualquier otro sector; o sea, no solo en agricultura, en belleza, en sanidad, en... Es decir, no son datos comparables, porque aquí sí que sabes cuál es el público objetivo que va a ver tu publicidad, sobre todo por el tipo de contenidos. Porque, ya le digo, si no estás interesado en el sector agrario, los contenidos no son sensacionalistas, no son... son contenidos de perfil totalmente técnico, y, si no te interesa ese sector porque no tienes esa producción, no vas a ir a leer ese medio.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Durante el período objeto que estamos investigando, ¿en algún momento la Consejería de Agricultura les pidió hacer alguna acción de patrocinio o ustedes hicieron alguna opción de patrocinio con la Consejería?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

¿A qué se refiere exactamente con patrocinio?

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Un patrocinio son eventos que puede realizar un medio concreto; un desayuno informativo, por ejemplo.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No, no, no, no. Ni nos lo pidió ni nosotros hacemos ese tipo de patrocinios.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Muy bien. Pues, por mi parte, eso es todo, señora López. Le agradezco mucho sus respuestas, y espero que sirvan para las conclusiones finales de esta Comisión de Investigación. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora Bermejo. Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, el procurador señor García Nieto.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Gracias, presidenta. Buenos días, señora López Martín. Bienvenida. Y, además, pues bienvenida de... pedirle disculpas por hacerle desplazar desde... desde Madrid esta mañana.



Bueno, nosotros, como Grupo Popular, venimos haciendo una... una intervención tipo con todos los compañeros de usted, con todos los compañeros representantes de los medios de comunicación, que, lógicamente, no voy a cambiar con usted y la voy a... a repetir.

Lo que venimos diciendo es que, desde este grupo parlamentario, hacemos dos consideraciones. Primero explicamos en qué consiste y por qué, el porqué de esta Comisión. Y ese porqué es porque responde precisamente al punto decimotercero del acuerdo de Gobierno que existe en esta Comunidad, y que se está llevando a cabo -y además se está cumpliendo en esta Comunidad- entre el Partido Popular y Ciudadanos. Ese punto lo que pedía era la puesta en marcha de esta Comisión para conocer y, sobre todo, para demostrar la gestión de la financiación y los planes de medios de la Junta de Castilla León durante el período que investigamos, que es del dos mil catorce al dos mil diecinueve.

Para nosotros, evidentemente, tengo que decirle que conocíamos de antes el desarrollo de esos planes de medios, y para nosotros esa gestión fue impecable. Se actuó siempre con absoluta legalidad y con criterios, bajo nuestro punto de vista, objetivos de reparto, buscando la mayor eficiencia en la información al ciudadano y en la comunicación de la actividad institucional. Por tanto, nosotros no tenemos ninguna duda de que las cosas se... se hacían bien y que desde el Gobierno regional, en esta materia, se respetaban, lógicamente, los criterios de... bueno, pues adoptados para el reparto de la publicidad institucional.

Después de toda la gente que ha pasado por aquí, que no son pocos, que son muchos directores responsables en diferentes cargos de los medios de comunicación, ahora le puedo decir que, además de conocerlo, tenemos la tranquilidad y la seguridad de que se actuaba con escrupuloso respeto a la legalidad vigente; incluso -quiero decirlo, porque lo repito siempre- con mayores instrumentos de control de los que exige la ley; que se actuaba con transparencia y que siempre se respetó los criterios de equidad y de máxima eficacia.

La segunda consideración que le quiero hacer es dejarle claro que para... que el Grupo Popular solo ha solicitado la presencia de tres personas en esta Comisión responsables de... de los planes de medios, y eran tres personas del ámbito político: el consejero de la Presidencia, el secretario general de la Consejería de Presidencia y el director general de Comunicación de la Junta de... de Castilla y León. Por tanto, esto se lo digo porque quiero dejarle claro que el Grupo Popular no ha pedido la comparecencia de ningún representante de los medios de comunicación -le repito-, de ninguno; tampoco la suya, tampoco la de usted. No hemos registrado ninguna solicitud -como digo-, y, por tanto, le quiero aclarar y le quiero decir que está usted aquí porque lo ha solicitado el Partido Socialista.

Para nosotros, ya han comparecido quienes tenían que comparecer, que eran los... los que nosotros solicitábamos, los responsables políticos. Y, a estas alturas, le podemos... ya podemos afirmar dos cosas. La primera, que la Junta de Castilla León no tiene nada que ocultar; no lo ha tenido ni lo tiene que ocultar. Ha actuado con absoluta transparencia, con equidad, con eficacia y, sobre todo, con escrupuloso respeto a la legalidad vigente. Y, además, también, para este grupo parlamentario no existe ninguna sospecha... -y esto, para mí, decirlo es lo más importante- no existe ninguna sospecha, ninguna duda, en la actuación de los responsables de los medios de comunicación en los distintos procedimientos de adjudicación y contratación del servicio



público que prestan ustedes. Por eso no hemos pedido la presencia de ninguno... responsable de ningún medio. Creemos, además, en su independencia, en su objetividad, en su integridad, en la libertad de expresión, y creemos que la libertad de prensa no debe ser sometida al control de ningún Parlamento.

Así es que, por esta razón, porque consideramos que no existe ninguna duda respecto a su actuación, ni por razones de oportunidad ni por razones de legalidad, en los servicios de comunicación que han sido requeridos en su momento en el período que investigamos por la Junta de Castilla León, este grupo parlamentario no le va a formular a usted ninguna pregunta. Pero sí voy a aprovechar para agradecerle su trabajo; desde luego, un trabajo centrado en un área importantísima para esta tierra, como es la agricultura y la ganadería, el medio rural, en definitiva, la industria agroalimentaria, que, sin ninguna duda, es una seña de identidad de esta tierra.

También le quiero agradecer su colaboración, porque a mí me parece que usted, desde su medio y en su medida, ayuda a hacer Comunidad. Y también le quiero agradecer su independencia. Así es que muchas gracias. Y buenos días.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Muchas gracias, señor García Nieto. Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora Barcones Sanz.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Gracias, presidenta. Gracias, señora López Martín, por asistir en nombre de *Agrodigital* a esta Comisión de Investigación sobre el plan de medios de la Junta de Castilla y León. Nosotros no tenemos ninguna duda sobre su gestión, ¡faltaría más! Las tenemos todas sobre el Partido Popular y su actuación al frente de la Junta de Castilla y León y de cómo ha gestionado la publicidad institucional, no solo de dos mil catorce a dos mil diecinueve, tenemos todas las dudas; lo que pasa que se han encargado de limitarlo para que no podamos ver lo que pasó antes y lo que están haciendo ahora. Pero, en cualquier caso, las dudas son sobre la gestión del Partido Popular. Desde luego que quien más dudas deben de tener son ellos mismos, porque son los que han creado la Comisión de Investigación.

Para nosotros era importante que a esta Comisión de Investigación no vinieran solo los grandes medios de comunicación, sino medios que, a nuestro entender, son muy importantes para el desarrollo de la Comunidad, porque son medios especializados en áreas que son fundamentales para el desarrollo de nuestra Comunidad, como es su medio de comunicación, como es *Agrodigital*, que es la base de la economía de Castilla y León, todo lo... lo referente a la agricultura, a la ganadería y a toda esa industria agroalimentaria, que, desde luego, para nosotros, debería de ser mucho más apoyada.

Yo, para comenzar, la primera pregunta: ¿usted sabe en base a qué criterios repartía la Junta de Castilla y León la publicidad institucional, esas contrataciones de la publicidad institucional?

#### LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):

Bueno, como he comentado antes, yo no conozco el criterio de la decisión de la inversión que hacían en *Agrodigital*. No lo conozco.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Usted cree que, si esto que nos relata, el panfleto este que lee el Partido Popular todos los días, que si esa supertransparencia, esa gestión hubiera sido -como dicen- y hubieran existido esos criterios objetivos, no hubieran sido de público conocimiento?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, yo vengo a hablar e intentar aclararle lo que pueda desde mi medio, lo que tiene que ver con mi medio; lo que hagan otros partidos políticos, permítame que no le conteste porque es que yo de lo que sé es de mi... de mi medio.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, pero en su medio no conocían los criterios, ni objetivos ni subjetivos ni de ningún tipo, por los que la Junta de Castilla y León hacía ese reparto en la contratación de la publicidad institucional.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Sí, efectivamente, no los conocíamos. Pero, como le decía, a mí tampoco me sorprendió, porque tampoco con el resto de anunciantes nos... nos explican cuáles son los criterios que utilizan. Y los anunciantes, no me refiero solo a empresas privadas, sino también a otros medios... a otras Administraciones o asociaciones sectoriales o interprofesiones u organizaciones profesionales agrarias, no nos indican por qué... con qué criterios utilizan... deciden por qué invierten en nosotros un año o al año siguiente no, o es más o es menos; nunca nos lo... nos lo justifican.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, en este caso, y es algo que especialmente nos concierne a nosotros, pero estamos hablando de dinero público, estamos hablando del dinero de todos los castellanos y leoneses y de cómo se gasta, cómo se invierte este dinero público. Y, desde luego, nuestra misión es garantizar que se haga obteniendo la máxima reversión social, la máxima reversión y la máxima gestión en términos de eficacia y de eficiencia. Por eso, igual que en otro tipo de colectivos o de empresas privadas, pueden tener las normas de funcionamiento que estén establecidas. En el caso de las Administraciones públicas, en el caso de la Junta de Castilla y León, desde luego, esto es una carencia que no solo es que ustedes no conozcan cómo se repartían, cuál eran los criterios objetivos; es que llevamos ya meses trabajando en esta Comisión de Investigación y no lo sabe absolutamente nadie.

Nosotros hemos querido -como le decía- que vinieran por saber también cuál era la relación con los medios especializados de esta Comunidad Autónoma. Al anterior... a las anteriores preguntas que le han realizado, ya ha hecho un poco una descripción, pero me gustaría que nos concretara si ustedes saben si tenían algún apartado específico para medios especializados. ¿Había algunas normas concretas para ustedes o, simplemente, en ese tráfico de contratación de la publicidad institucional, ustedes circulaban sin más?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Yo desconozco las... digamos, la partida presupuestaria que... de donde procede el presupuesto que se destina a *Agrodigital*. Yo ese... no lo conozco porque es un tema que no... Es de la Junta. Yo no trabajo en la Junta. No lo sé.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

No, me refería porque sí que aparece en la ley, en las directrices, que las campañas que se pueden realizar serán de dos tipos: de información o de promoción. Las de información se reservan a medios provinciales o autonómicos y en las de promoción pueden entrar hasta incluso medios internacionales. Pero no encontramos que hable en ningún sitio cuál era la relación y cómo se producían las contrataciones con medios especializados. Por eso le pregunto que si ustedes tenían conocimiento de cómo hacían esas contrataciones, ese reparto, si había alguna norma específica o eran las normas generales que regían para el resto de medios; aunque tampoco las conozcamos, claro.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, yo desconozco la ley a la que hace usted mención, de la publicidad. Y lo que le puedo decir es que, como he explicado antes, a nosotros nos encargaban, nos indicaban que iba a haber una campaña de promoción –que habitualmente solemos hacer Tierra de Sabor–, y la partida presupuestaria... –a veces es una campaña, a veces son dos campañas al año– la partida presupuestaria que se iba a destinar. Esa... ese es el funcionamiento con el que hemos estado funcionando.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. ¿Y estas campañas eran tanto de información como de promoción o solo era de alguno de los dos tipos?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Eran de promoción, de publicidad.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Es decir, pese a ser un medio especializado, nunca la Junta de Castilla y León hizo campañas de información con su medio.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Si se refiere a campañas, pues, que se empieza a cobrar la PAC este mes, no; ese tipo de... o sea, siempre han sido de publicidad. Quizá es porque esa información ya la damos nosotros por nuestra cuenta; no lo sé, pero, vamos, siempre han sido de publicidad.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, esto es algo que a nosotros nos ha sorprendido; lo hemos dicho con más medios, pero especialmente nos... nos llama mucho la atención con los medios especializados, es decir, ese desequilibrio que hay en la publicidad institucional de la Junta de Castilla y León entre información y promoción. Como le decía, la Ley de Publicidad Institucional de Castilla y León y las directrices determinan que hay esa posibilidad de esos dos tipos de campaña, y, además, dice: la información solo la darán, por su mayor cercanía, los medios provinciales y autonómicos. Nos llama significativamente



la atención que en los medios especializados no hubiera campañas de información; porque si tú quieres decir, como Junta de Castilla y León, “comienza el plazo para los trámites de la PAC” o “comienza...”, hombre, qué mejor, para garantizar la reversión y que cumples tu objetivo, que es trasladar esa información a los ciudadanos afectados por el inicio de la campaña de la PAC, que a través de un medio especializado, y no solo promoción, promoción. Porque, claro, promocionar los productos entre nosotros mismos está bien, pero, claro, quien a usted le lee son los propios productores, no, quizás, el consumidor final. ¿No le parece un poco una anomalía o un desequilibrio que en los medios especializados no hubiera campañas de información?

#### LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):

Bueno, no lo sé. Sí que... o sea, no sé por qué no se toma la decisión de que haya campañas de información, eso lo desconozco. Sí que le puedo decir que en nuestro medio, en *Agrodigital*, siempre se publica todo aquello que creemos que va a ser de utilidad para nuestros lectores, y que no nos importa si nos pagan o no nos pagan por ello, ¿eh? O sea, que eso... y vamos a seguir informando de lo que pasa en esta Comunidad, tengamos la publicidad de la Junta como que no la tengamos.

Y... y con lo que usted se refiere de la publicidad, y es aquí a nosotros mismos, bueno, como le digo, hemos hecho campañas de Tierra de Sabor. Entonces, Tierra de Sabor, yo creo que ahí cumplimos una doble vertiente. Por un lado, es verdad que lo ven los agricultores y ganaderos, pero no todos los agricultores y ganaderos de Castilla y León están en Tierra de Sabor. Entonces, es una forma de hacer promoción dentro de los propios agricultores de esta Comunidad para que se animen, si lo consideran conveniente, a participar en ese marchamo de calidad. Y luego, indudablemente, todos somos consumidores, ¿eh? Y, además, yo siempre creo que la gente que trabaja en el mundo agrario... bueno, quizá ahí me lanzo un poco a la piscina, pero siempre creo que los que trabajamos en el mundo agrario, en la industria agroalimentaria, siempre somos más sensibles hacia la alimentación, hacia lo que comemos, ¿no? Con lo cual, este tipo de marchamos, incluso dentro del propio público objetivo, tiene como un mejor nido de... de dirección por eso, porque es una publicidad a gente que es sensible a los productos de calidad. Pero ya le digo que esa es mi opinión un poco personal, que quiero hacer creer que los que trabajamos en este mundo nos preocupa más la alimentación que a otros.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Yo, para que quede claro -creo que lo he dejado, pero... pero se lo vuelvo a repetir-, nosotros no cuestionamos a su medio; nosotros lo que estamos investigando es cómo gestionó la Junta de Castilla y León, el Partido Popular, más de 80 millones de euros en publicidad institucional. Por eso nosotros no cuestionamos, vamos, para nada, ¡faltaría más!, las informaciones de su medio, pero sí que cuestionamos cómo es posible que la Junta de Castilla y León, en un medio especializado... que usted nos hablaba de que en este mismo año están llegando a 5.000.000 en páginas vistas y casi 4.000.000, 3.670.000, en visitas. Es decir, ustedes tienen una capacidad de llegar a un público muy especializado, y lo que nosotros no entendemos es cómo la Junta de Castilla y León no aprovechó esa capacidad para trasladar, sobre todo, información. Es decir, hasta incluso, mira, le podría decir: lo de Tierra de Sabor, bueno, bien; pero lo que no entiendo es que no se aprovechara para la utilización de



determinadas técnicas, para la apertura de campañas o procesos importantísimos para un sector que es la base de la economía de Castilla y León. Y eso sí que lo cuestionamos, porque, desde luego, no... no se entiende que no se aproveche esa capacidad que ustedes podían ofrecer, igual que otros medios especializados, de llegar a un público muy muy muy especializado.

Usted decía ya en las contestaciones a las preguntas anteriores que ustedes habían incrementado un 60 % en sus visitas. Claro, a nosotros lo que no nos cuadra es que, si se pretende decir que la contratación en publicidad institucional iba relacionada o pretenden decir que el criterio objetivo era el número de... de oyentes, de visitantes, de lectores que se tenían, desde luego que aquí, como en otros muchos casos, no cuadra para absolutamente nada, porque, excepto en el año dos mil catorce, la publicidad institucional que ha contratado la Junta de Castilla y León con ustedes ha sido constante. Es decir, les... les ha dado igual, por decirlo de alguna manera, el incremento que ha habido de lectores que han tenido ustedes. ¿Nunca les llamó la atención esto?

#### LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):

Mire, yo la verdad es que lo que lamento es que lo que usted dice no se aplique al resto de los anunciantes, porque, efectivamente, no... no nos llamó la atención, por lo que he comentado antes, que, como... como práctica habitual con el resto de anunciantes que tenemos, el que uno aumente la audiencia no significa que te aumente la inversión en publicidad; a veces incluso te la reducen. Entonces, bueno, como estamos acostumbrados, después de tanto tiempo, a ese tipo de situaciones, no nos llamó la atención, no.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, pero le insisto en lo que le decía antes: aquí hablamos de dinero público, aquí hablamos de que cada año la cuantía en publicidad institucional que gasta la Junta de Castilla y León se ha ido incrementando, y que a ustedes eso no les ha repercutido en el incremento global ni que ustedes tuvieran más visitantes. Que, al final, eso, en términos de gestión del dinero público, del dinero de todos los castellanos y leoneses, era mayor capacidad de llegar a un sector especializado, es decir, con el resto de empresas privadas o colectivos... bueno, cada uno tendrá sus dinámicas. A nosotros eso no nos concierne, pero sí nos concierne cómo se ha gastado el dinero público y cómo se ha invertido.

¿Ustedes en ningún momento pusieron de manifiesto o en conocimiento de la Junta de Castilla y León que ustedes estaban incrementando su capacidad de llegar a más ciudadanos de Castilla y León?

#### LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):

No, no lo hicimos.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Cuando ustedes justificaban las campañas de publicidad institucional, ¿ustedes hacían un certificado en el que decían al número de visitantes, al número de lectores que habían llegado con esa campaña?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Pues sé que la Junta pedía una serie de... de certificados. Ahora mismo no le puedo decir. O sea, se... certificábamos las acciones que hacíamos, no sé si incluíamos el dato. Es decir, nosotros hacíamos escrupulosamente lo que la Junta nos pedía en esos certificados.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, no, se lo digo porque entre la documentación obrante sí que hemos encontrado de algún medio de comunicación, de algún grupo empresarial de comunicación, que sí que certificaba con el número de lectores al que habían llegado y el número de visitas para los digitales. No sabemos si con los medios especializados también les solicitaban en la certificación que ustedes dijeran a cuántos habían sido capaces de llegar con cada una de esas campañas. ¿No le consta en ningún momento, o nunca se lo reclamaron?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Mire, yo ahora mismo no... no sabría decirle en los certificados exactamente qué es lo que ponía, porque no... no lo sé. Pero sí le puedo decir que, si en cualquier momento nos piden cualquier información, nosotros, claro, se la vamos a proporcionar sin ningún problema.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

En cualquier caso, se supone que la Junta de Castilla y León tendría conocimiento de que ustedes estaban incrementando el número de visitas, el número de lectores, ¿no?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, podría saberlo o no. No lo sé.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Hombre, se supone que su obligación sería saberlo. Si suben un 1 %, a lo mejor, no; pero, claro, usted nos ha hablado de un incremento de un 60 % en visitas. Se supone que una diligencia media a la hora de gestionar el dinero público y saber adónde se llevan sus campañas debería de ser así; sobre todo porque vemos que otros medios sí que han tenido variaciones; medios que son también especializados, que son de su sector, y que anualmente han ido incrementando la publicidad institucional que contrataba la Junta de Castilla y León. ¿Esto tampoco les llama la atención o...?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, yo me fijo en lo que... en lo que repercute a mi medio, y, quizá, pues podría haber insistido yo más en el... en el aumento de... de la audiencia. No sé por qué otros medios han aumentado o no han aumentado. No lo sé.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Y cuando han conocido ahora cómo ha sido la evolución de la publicidad institucional en Castilla y León, ahora sí que les habrá llamado la atención, ¿no?, ver que el resto de medios iban creciendo anualmente, y que ustedes han estado estancados en todos los últimos ejercicios, pese a su incremento de... de audiencia.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Bueno, tampoco desconozco... Como le digo, yo, el resto de medios no sé qué tipo de acciones hacían con la Junta. Es decir, no solamente es una cuestión de audiencia, sino también el tipo de acciones que haces con cada... con cada cliente. Entonces, yo ahí no le puedo decir qué es lo que hacen los otros medios.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Usted nos podría decir, más o menos -no sé si lo tienen estudiado-, como medio especializado que llega a un sector concreto -agricultores, ganaderos, industria agroalimentaria-, más o menos, a qué tanto por ciento del sector son capaces de... de llegar con su medio?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

*[Intervención sin micrófono].*

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, que a lo mejor la pregunta es un poco complicada. Vamos a ponerlo más fácil. Podríamos decir que, dentro del sector, su medio es importante.

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

Yo creo que sí que lo es, por la trayectoria que tenemos, por el tipo de información que damos y... y sí, yo creo que somos un medio de referencia en el sector... del sector agrario, sí.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, porque yo, viendo el número de visitas que tienen, la capacidad de llegar, yo digo: llegan a una parte importantísima del sector. Y nos llamaba la atención dos cuestiones. Uno, que, pese a ser así, sean el medio especializado del sector agro que menos publicidad institucional contrataba la Junta de Castilla y León. ¿Esto les parece normal o que puede... pueda tener una justificación? Es decir, ya que no nos dan las justificaciones quien las tiene que dar, vamos a intentar buscarlas. Con esta capacidad de tener tantas visitas, de tener una influencia importante dentro del sector, ¿usted encuentra alguna justificación a que fuera el medio especializado con el que menos contratara la Junta de Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

No, no... no he buscado justificación. Como le digo, yo me fijo en lo que hacemos nosotros; que tampoco sé los otros medios ni la audiencia que tienen, ni las acciones que ha hecho la Junta ni por qué ha decidido esas inversiones la Junta con los otros medios. No lo sé.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Viendo su capacidad de llegar a... a un sector tan especializado, sacando los datos del período investigado, dos mil catorce a dos mil diecinueve, la Consejería de Agricultura y Ganadería es la tercera Consejería con mayor presupuesto para publicidad institucional. Estamos hablando, en el período investigado, que estamos muy por encima de los 10 millones de euros, y vemos que, con su medio, el total en el período investigado de contratación en publicidad institucional es de 92.670 euros; es decir, no llega... es una cantidad muy muy muy pequeña en relación al total, al montante. Estaríamos hablando de una cuantía muy muy escasa en relación al montante global. En términos de oportunidad, de capacidad de llegar al sector, ¿qué le parece?

**LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):**

[El comienzo de la intervención no quedó registrado en la grabación]. Como le decía, no voy a entrar a opinar. Como desconozco cuál es el criterio, no voy a opinar en ese tema. Y, como le digo, yo me fijo... Y antes comentaba, pues es un cliente la Junta que estamos contentos con ellos, como estamos con el resto de nuestros clientes, y siempre nos hemos fijado en lo que hacen con nosotros, no lo que hacen con el resto.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, bueno, yo, como... yo, como medio de comunicación, a usted la entiendo. Nuestra labor dentro de esta Comisión de Investigación, ya le digo, no una Comisión de Investigación que nosotros quisiéramos, no una Comisión de Investigación que nosotros hayamos creado, pero quienes decidieron abrir la Comisión de Investigación creo que no calibraron en su justa medida el daño que podían llegar a hacer a esta Comunidad; sobre todo porque, cuando tú pones toda esta información encima de la mesa y no ofreces las debidas explicaciones, desde luego que tanta discrecionalidad es muy difícil de justificar.

Para nosotros es muy difícil de entender cómo ustedes pueden incrementar un 60 % sus visitas y que no se incremente ni un solo céntimo la contratación que hace la Junta de Castilla y León. Pero nos lo parece en términos de oportunidad, en términos de rentabilidad social, en términos de la mejor gestión, eficaz y eficiente, del dinero público, del dinero de todos.

Por eso, si con las cifras que usted nos da de la capacidad que tiene de llegar a un sector fundamental en esta Comunidad Autónoma, el tercero que más presupuesto tiene en publicidad institucional, cómo, si ustedes llegan y están por encima de tres millones y medio de visitas, cómo es posible que solo el 0,08 % del dinero gastado en publicidad institucional pueda ir a un medio como el suyo o como algún medio similar que hay en el sector.

Por lo tanto, yo entiendo su posición, pero también le explico cuál es la nuestra, haciendo nuestro trabajo, buscando esas explicaciones de por qué las cosas se han hecho de una determinada manera y no de otra, en términos de legalidad, en términos de oportunidad política y en términos de buscar algún tipo de criterio objetivo que justifique esta discrecionalidad que nadie nos explica, y que, de manera tan irresponsable, poner todos estos datos encima de la mesa sin dar ningún tipo de explicación,



desde el Grupo Parlamentario Socialista se nos quedan dos cuestiones en el tintero que así reflejaremos en esa memoria final de esta Comisión de Investigación: uno, cómo es posible que su medio incremente un 60 % sus visitas, sus lectores, y eso no tenga una correlación en la publicidad que se contrata; y dos, cómo es posible que medios especializados –que en otros sectores no los hay, pero en este sí–, por la importancia que tiene en Castilla y León, con su capacidad de llegar al mismo, estemos hablando de un 0,08 % en la contratación de la publicidad institucional.

Así que, sin más, quiero agradecerle el que haya asistido esta mañana a esta Comisión de Investigación. Está claro que no se tenían que hacer informes de retorno de la inversión en publicidad institucional, porque, si no, no entendemos cómo ha sido la contratación con su medio. Que, vuelvo a dejar claro, nosotros a quien estamos investigando es al Partido Popular, es a la Junta de Castilla y León; en ningún caso a los medios de comunicación, que han sido los grandes sufridores de la situación, pero que, además, a los que el Partido Popular no les ha importado arrastrarles en esta Comisión de Investigación, porque todo valía por seguir manteniendo el sillón, hasta incluso con un sector tan importante, tan estratégico, como es el de los medios de comunicación.

Desde el Partido Socialista vamos a seguir trabajando por que haya una ley de publicidad institucional con criterios objetivos y por garantizar la mejor reversión del dinero, que no es del Partido Popular, que no es de la Junta de Castilla y León, que es de todos los castellanos y de todos los leoneses. Y por eso hay cosas que... que tienen muy difícil explicación y muy difícil encaje.

Muchísimas gracias. Le animo, en nombre del Partido Socialista, a seguir trabajando por Castilla y León en un sector tan importante para nuestra Comunidad. Gracias.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Muchas gracias, señora Barcones. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, si lo desea, la señora compareciente, doña Marta López Martín.

#### LA SEÑORA LÓPEZ MARTÍN (DIRECTORA DE AGRODIGITAL):

Simplemente despedirme. Dar las gracias por estar aquí, y que espero que... poder haber ayudado a los señores procuradores en su labor. Y nada más, que siempre está muy bien venir a la tierra de mis padres y de mis abuelos.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Muchas gracias. Finalizada la comparecencia, despedimos a la señora compareciente, reiterándole nuestro agradecimiento por su valiosa aportación a los trabajos de esta Comisión.

Se suspende la sesión por un tiempo de treinta y cinco minutos.

*[Se suspende la sesión a las doce horas cincuenta y cinco minutos y se reanuda a las trece horas treinta y cinco minutos].*

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Se reanuda la sesión. Antes de comenzar, recuerdo a los señores procuradores y a los asistentes a esta sesión que, de conformidad con los criterios fijados por la Presidencia de la Cámara y por las autoridades sanitarias, es obligatorio el uso de las mascarillas en todo momento, incluso cuando se esté en el uso de la palabra, salvo causa justificada.

Por la señora letrada, se dará lectura del segundo punto del orden del día.

**Comparecencia****LA LETRADA (SEÑORA SESEÑA SANTOS):**

Sí. Segundo punto del orden del día: **Comparecencia de doña Marisol López del Estal (Directora de “LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA”)**.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Doy la bienvenida a la señora compareciente a esta Comisión de Investigación, confiando en que las informaciones que pueda proporcionarnos sean útiles para el desarrollo de la labor que tiene encomendada.

¿Desea la señora compareciente hacer una exposición inicial sobre los extremos que sirven de objeto a su comparecencia, por un tiempo máximo de diez minutos?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No, no es necesario. Muchas gracias, señoría. Las preguntas que me quieran realizar los distintos grupos, contestaré encantada.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, se procede a la apertura de un turno de los portavoces de los distintos grupos parlamentarios. Durante las intervenciones se podrán formular preguntas, que serán contestadas, en su caso, por la señora compareciente.

Como el Grupo Parlamentario Mixto no ha venido el portavoz, continuamos con el siguiente. Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora Bermejo.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Gracias, presidenta. Buenos días, señorías. Ante todo, darle la bienvenida a la señora Marisol López de Estal como la directora de *La Opinión y El Correo de Zamora*. Sabe usted que ha sido llamada a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre el dos mil catorce y el dos mil diecinueve. ¿Nos puede decir a este grupo parlamentario y al resto de los procuradores cuáles eran sus funciones en el diario que he mencionado durante el período objeto de esta Comisión?



**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

En dos mil catorce llevaba dos años ya como directora de *La Opinión-El Correo de Zamora*, pero quisiera aclarar que las funciones de la directora, al menos en el caso de *La Opinión-El Correo de Zamora*, se circunscriben exclusivamente al ámbito informativo, nunca económico.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entiendo que usted solo llevaba el tema editorial. Por tanto, ¿quién era el responsable del periódico en relación a las... a las competencias de los procesos de adjudicación de la publicidad institucional y el plan de medios?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

En lo que se refiere a cualquier operación comercial o cualquier asunto relacionado con publicidad, sea institucional o sea privada, pertenece al departamento de administración, en concreto al gerente, en su día... ahora jubilado, el que estaba en el período dos mil catorce-dos mil diecinueve, y actualmente al señor don Carlos Zardaín, que es el que ocupa el cargo desde... justamente, desde finales de dos mil diecinueve.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Y en el período objeto de la Comisión, ¿nos puede aportar el nombre de... de la persona que ha mencionado? Durante el período objeto de esta Comisión, es el dos mil catorce-dos mil diecinueve, ¿cuál... quién era la persona encargada? Si nos puede aportar el nombre y apellidos.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Don Manuel Conde Cifuentes.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Sabe usted... o alguna vez el señor Conde le trasladó cómo justificaba la Junta de Castilla y León a la hora de hacer ese reparto que había hacia cada medio de comunicación, en este caso... caso hacia *La Opinión-El Correo de Zamora*?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues no, no me... No hubo ninguna explicación, digamos, pormenorizada.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento se le facilitaron a la Junta de Castilla y León datos sobre las audiencias correspondientes, número de lectores o suscriptores del medio de comunicación?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Le repito que, en cuestiones de publicidad y en esos... en esos asuntos, era administración, y en concreto el gerente, quien... quien llevaba. Por lo tanto, si se facilitaba o no, supongo que dependería de él. De todas maneras, le recuerdo que existen unos... unos organismos de control de la difusión, que son públicos y que se hacen públicos, temporalmente, donde se refleja tanto la difusión, es decir, la venta de ejemplares, que es la OJD, y también, bueno, pues una estimación, en forma de estadística, que es el EGM, el Estudio General de Medios. Y a mayores, en el caso de... nosotros somos un periódico que también tiene edición digital, somos... funcionamos las dos cosas, entonces, nos... nos sometemos también al análisis de Comscore y de OJD digital.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento le pasaron directrices de si el reparto de la publicidad institucional pudo estar relacionado con la línea editorial del medio del que usted dirige?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

En ningún momento.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Conoce usted...? En cuanto a las inversiones en publicidad institucional de la Junta de Castilla y León, ¿conoce usted por qué algún medio del... del tamaño similar a... al que usted dirige percibía más o menos cuantía?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No lo conozco, y no lo conocimos hasta que a finales... creo que fue en septiembre de dos mil diecinueve, el actual Gobierno de la Junta de Castilla y León hizo públicos los datos.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Sí, esos datos se hicieron públicos, como bien sabe, gracias a la llegada de Ciudadanos al Gobierno de la Junta de Castilla y León; datos cada vez más transparentes para nuestros castellanos y leoneses. ¿Recibió en algún momento, durante el período objeto de... de esta investigación, usted, como directora, sobre todo a nivel contenidos, editorial, llamadas o aviso de algún miembro de la Junta de Castilla y León insistiendo u orientando sobre la... la forma de tratar la información del... del periódico?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Nunca. Y, en cualquier caso, tampoco hubiera obtenido ningún rédito.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Sabe si el medio de comunicación que usted dirige realizó en algún momento, durante el dos mil catorce al dos mil diecinueve, alguna acción de patrocinio financiada por la Junta de Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

¿De patrocinio, durante dos mil diecinueve, desde el dos mil catorce al dos mil diecinueve, patrocinio puro y duro, como evento? Ahora mismo no sé decirle. Creo que no, que, en todo caso, tuvimos patrocinio en... en febrero de dos mil veinte para las jornadas de... de despoblación, pero no se lo puedo asegurar, porque, como vuelvo a reiterar, no es mi cometido.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Y usted, como técnico en comunicación –supongo que es periodista, entiendo–, ¿considera que en algún momento la publicidad institucional en Castilla y León se ha podido utilizar por parte de la Junta de Castilla y León como una herramienta de autobombo?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues no sabría decirle. Creo que todas las campañas, cuando son publicitarias, tienen algo de autobombo, pero, en todo caso, cuando se trata de campañas institucionales, se entiende que ese autobombo tiene una utilidad para el público.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Una vez que se conocieron los... los datos por parte de su medio de comunicación, en dos mil diecinueve, que se hicieron transparentes las partidas que... que iban hacia cada medio de comunicación, ¿considera que pudo haber cierta discriminación entre algunos medios y otros y unas provincias u otras?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues, considerando que somos el octavo periódico de Castilla y León, desde luego, no éramos de los que más publicidad institucional captábamos. Creo que los números que se hicieron públicos son más que evidentes.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y a qué cree que es debido esa desigualdad?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Creo que esa pregunta no la puedo contestar yo. Creo que, si han abierto una Comisión de Investigación, será para saber por qué se producían situaciones de ese tipo. Yo no puedo saberlo.



**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Pero usted, como conocedora de... del ambiente mediático en Castilla y León, a lo mejor nos puede aportar algo de luz a esta investigación.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Mire, lo único que puedo decirle es que nosotros recibíamos todos los años llamadas de... pues de los... de las Consejerías correspondientes, se nos decía la asignación que había prevista para este año, y con eso, pues el departamento de publicidad elaboraba, digamos, la... las previsiones de publicidad y las campañas. A partir de ahí, pues, evidentemente, a lo mejor te podía llamar la atención que, viendo determinado periódico, pues alguna campaña... "pues qué mala suerte, no nos ha caído", pero nunca presuponemos que eso tiene una intencionalidad.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿De qué determinados medios le suponía esa sorpresa? ¿De qué... de qué medios... de algún determinado medio, como ha mencionado usted, le podría suponer esa... esa sorpresa al ver distintas campañas que... que ustedes no... no habían optado a ellas, a las mismas?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues mira, me estás hablando de unos años en los que, afortunadamente, había recursos y recibíamos muchas cabeceras, y entonces no te puedo concretar, porque me estás... estamos hablando de un período de tiempo transcurrido bastante amplio. Alguna vez. Es que no puedo concretar, porque sería injusto decir: pues en tal fecha, tal medio, tal página. No puedo hacerlo.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Conoce usted, señora López, por qué disminuyó cuantitativamente, casi en el 50 %, las... la partida presupuestaria que destinaba la Junta de Castilla y León, desde... desde unas Consejerías u otras? ¿Conoce por qué... por qué disminuyó tanto a lo largo de los años?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Incluso me estoy enterando ahora mismo de que esa disminución fue del 50 %.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera que en algún momento pudo haber cierta arbitrariedad por parte de la Junta de Castilla y León a la hora de hacer ese reparto de publicidad institucional? Si no existían unos criterios objetivos o usted los desconocía...



**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues eso sería, por mi parte, una... una impresión absolutamente subjetiva. La única realidad objetiva es que éramos y somos el octavo periódico de Castilla y León y éramos de los que menos o el que menos recibía. Es la única realidad constatable que puedo decir.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento usted, como periodista, recibió alguna llamada de algún gabinete de comunicación perteneciente al Gobierno de la Junta de Castilla y León insistiendo en el tema informativo y el realce de la gestión de la Junta de Castilla y León o las críticas que podría verter el... el diario sobre la gestión de la Junta?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Nunca. Y le vuelvo a reiterar que, aunque las hubiera tenido, no hubieran obtenido respuesta. Si la línea editorial del periódico y las noticias eran veraces y tienen credibilidad, da lo mismo quién te llame.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Pues, por parte de este grupo parlamentario, es todo. Le agradezco mucho sus respuestas, señora López. Espero que sirvan para las conclusiones finales de esta Comisión de Investigación. Gracias.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Muchas gracias a usted.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora Bermejo Santos. Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora García Sánchez.

**LA SEÑORA GARCÍA SÁNCHEZ:**

Gracias, presidenta. Buenos días. Bienvenida, señora López del Estal, Marisol. Muchas gracias por su comparecencia. Usted dirige uno de los periódicos más antiguos de Zamora, si tenemos en cuenta el origen, como *El Correo de Zamora*, que tuvo su primera tirada allá en mil ochocientos ochenta y siete, creo que fue fundado...

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Disculpe.



### LA SEÑORA GARCÍA SÁNCHEZ:

Sí, sí. [*Murmullos*]. Bien. Decía que tuvo la... la primera tirada allá por el año mil ochocientos ochenta y siete *El Correo de Zamora* y que posteriormente se fundó en mil ochocientos noventa y siete; *La Opinión de Zamora*, como tal, en el año noventa; y a los dos años se refundieron, constituyendo ya *El Correo-La Opinión de Zamora*. Que usted, por cierto, trabajó desde el inicio de *La Opinión*, siendo directora, si no me equivoco, desde el año dos mil nueve. Y le quiero agradecer, como zamorana, su dedicación al periódico y a la provincia de Zamora, que me consta que en algunas cuestiones no... no las compartimos; hay muchas cuestiones en las que no estamos de acuerdo, pero en lo que estamos muy de acuerdo usted y yo es en el sentimiento zamorano y tirar por nuestra provincia; además, usted, que es de ascendencia sanabresa. Y quiero reconocérselo aquí, en la sede de... en el Parlamento de Castilla y León, esa dedicación que hace por nuestra provincia y esa preocupación, que... que compartimos y que, además, la han convertido en un referente dentro de la sociedad zamorana a usted, personalmente.

Mire, en nombre de mi grupo, quisiera hacerle dos consideraciones, que se las venimos haciendo de forma indistinta a todos los comparecientes representantes de los medios. Y quiero decirle que el Grupo Popular hace estas consideraciones desde el convencimiento, porque, aunque el Partido Socialista le dirá posteriormente, probablemente, que es una falta de respeto a la Comisión repetir las palabras que le voy a manifestar, para nosotros es todo lo contrario, es un ejercicio de coherencia, porque lo creemos. Todo lo que le voy a expresar parte del convencimiento de lo que el Partido Popular cree, y, por ello, lo venimos repitiendo. Por más comparecientes que se sienten aquí, repetimos las mismas palabras y las mismas consideraciones.

En primer lugar, cuál es el objeto de esta Comisión para el Partido Popular. Para nosotros, el objeto de esta Comisión de Investigación es el cumplimiento del punto decimotercero del pacto de Ciudadanos y Partido Popular para el Gobierno de esta Comunidad, con el fin de conocer, pero sobre todo demostrar que la gestión de la contratación y la financiación del plan de medios de la Junta durante este período investigado fue impecable. El Grupo Popular no solo no tiene ninguna sospecha o duda del buen funcionamiento, sino que, además, está plenamente convencido de que las cosas se hacen bien y se hacían bien también con anterioridad. Pero no nos negamos a investigar. Facilitamos el trabajo para demostrar precisamente la impecable gestión del Gobierno regional en la materia.

Conocíamos de antes la gestión del desarrollo del plan de medios, pero, después de asistir a las distintas comparecencias -y han sido muchas-, tenemos la seguridad y la tranquilidad que se actuaba con escrupuloso respeto a la legalidad vigente, incluso con mayores instrumentos de control de los que exige la ley. Se actuaba siempre con la máxima transparencia y siempre se actuó con la máxima equidad y con criterios de máxima eficacia.

La segunda consideración es que queremos dejar claro que el Grupo Popular tan solo ha solicitado la comparecencia de tres personas: el consejero de la Presidencia, el secretario general de la Consejería de la Presidencia y el director general de Comunicación, que lo han sido durante el período investigado.

En consecuencia, este grupo no ha registrado ninguna solicitud de comparecencia ante esta Comisión de representantes de los medios de comunicación.



Por lo tanto, que quede claro que para nosotros han comparecido ya todos los responsables políticos que han tenido competencias y responsabilidad en materia de comunicación.

Usted está aquí hoy a petición del Grupo Socialista. Nosotros no hemos sentado a ningún medio de comunicación, a ninguno. Y probablemente les dirán ahora que somos nosotros los que les hacemos pasar por aquí, pero esto no es así; son ellos los que han solicitado su comparecencia. Nosotros no la creíamos necesaria, porque para el Partido Popular ha culminado el objeto principal de lo que estamos investigando en lo que llevamos de comparecencias y también por la documentación investigada.

Y, a pesar de que también le dirá que no tomamos... no nos tomamos en serio esta investigación, quiero expresar aquí, y expresarle rotundamente, que el Partido Popular se toma muy en serio esta Comisión y que no nos oponemos a que se investigue; pero, para nosotros, ha concluido la investigación con las comparecencias políticas y la documentación investigada.

Probablemente les digan también que nosotros colocamos el foco sobre todos los medios de comunicación, y quiero insistir: nosotros no hemos puesto el foco sobre ningún medio de comunicación, absolutamente sobre ninguno. El Partido Socialista sí lo ha hecho sobre todos los medios de comunicación, puesto que ha pedido la comparecencia aquí de todos.

Y con lo que llevamos de investigación y con la sucesión de comparecencias de medios, ya podemos concluir dos cosas: en primer lugar, la Junta de Castilla y León no tiene nada que ocultar y que se ha actuado con transparencia, con equidad, con eficacia y con respeto absoluto a la normativa; y, en segundo lugar, que para este grupo no existe sospecha ni duda de la actuación de los responsables de los medios de comunicación en los distintos procedimientos de adjudicación y de contratación del servicio público que prestan ustedes.

Por tanto, es muy importante para este grupo señalar que creemos en su independencia, en su objetividad, en su integridad y en la libertad de expresión, y que además creemos que la libertad de prensa no debe ser sometida a control parlamentario.

Por todas estas razones que le he explicado y porque consideramos que no existe ninguna duda respecto de su actuación, ni por razones de legalidad ni de oportunidad, en la prestación del servicio público que usted presta, el Grupo Popular no va a formularle ninguna pregunta en este turno de palabra.

Sí le doy las gracias personalmente por acudir a esta comparecencia y también en nombre del Grupo Popular, pero especialmente como zamorana, y pedirle que siga muchos años ejerciendo esa labor que está haciendo por nuestra provincia. Muchas gracias.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Muchas gracias. Efectivamente, pues, si quieren conocer, efectivamente, llevo más de... desde la fundación, desde mil novecientos noventa, dentro de *La Opinión de Zamora*. Anteriormente estuve trabajando en radio, en televisión. He sido jefe de sección, he sido redactora jefe, y llevo como directora... hoy precisamente se cumplen doce años. Así que, bueno, pues simplemente darle las gracias. Nosotros no... estamos



dispuestos a aclarar lo que sea necesario, pero también debería tener en consideración, precisamente, que los periódicos que somos tan pequeños, aunque seamos líderes en nuestra provincia, cualquier desplazamiento de nosotros les cuesta a los compañeros el doble de trabajo. Gracias.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Muchas gracias, señora García Sánchez. Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora Barcones Sanz.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Gracias, presidenta. Gracias, señora López del Estal, por estar esta mañana aquí y comparecer en esta Comisión de Investigación. Una Comisión de Investigación que no crea el Partido Socialista, que crea el Partido Popular, dispuesto a cualquier cosa por no moverse del sillón de esta Comunidad. Les da igual arrastrar a los medios de comunicación, les da igual arrastrar a las instituciones; y, además, ahora, en una actitud muy infantil. Ellos decidieron abrir la Comisión de Investigación; bueno, pues investigúese. Ustedes decidieron abrir la caja de los truenos, poner toda la información a disposición del público general, pues den explicaciones de cómo han gestionado las cosas.

Yo le voy a hacer la primera pregunta bien clara. En palabras de la también zamorana portavoz del Partido Popular, que dice que las cosas se hacían bien: ¿cree que con su medio de comunicación las cosas se han hecho bien?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

No voy a emitir ningún juicio, y simplemente pongo los hechos sobre la mesa: éramos el octavo y somos el octavo periódico de Castilla y León. Repasen las cuentas que tienen, y que son públicas, y verán lo que recibíamos y lleguen a su propia conclusión.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Viendo el global de datos, y como dice la portavoz del Partido Popular que les han tratado tan bien y que todo está bien hecho, claro, si ustedes son el octavo medio en Castilla y León en prensa escrita, del total de publicidad que se ha invertido en los medios de comunicación a lo largo del período investigado, ¿por qué solo han recibido el 0,8 %?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Pues nos encantaría saberlo. En cualquier caso, no lo supimos hasta que se hicieron públicos los datos; y en el momento en que supimos los datos, pues, evidentemente, fue una sorpresa desagradable, por así decirlo.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. ¿Ustedes han tenido conocimiento en algún momento de cuál eran los criterios por los que la Junta de Castilla y León, el Partido Popular, distribuía la contratación en publicidad?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

En ningún momento.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Bueno, no lo sabe nadie, así que nunca perdemos la esperanza de que alguien nos cuente, porque nos hablan de que “hasta por encima de los criterios legales”, pero nadie sabe cuáles eran los criterios objetivos por los que se repartía la publicidad, tampoco los subjetivos; es decir, no hay forma humana de saber cómo se repartía la publicidad institucional.

Nosotros sí que hemos revisado toda la documentación, hemos ido a todas las Consejerías, y en algunas hemos encontrado cosas interesantes, como que para la prensa escrita... dice tal cual: “Periódicos de tirada regional y provincial, estableciéndose cuatro grupos en función de su difusión media: grupo 1, medios con difusión media de hasta 5.000 ejemplares; en el grupo 2, de 5 a 10.000 ejemplares; el grupo 3, con difusión media de 10 a 15.000 ejemplares; y grupo 4, medios con difusión media a 15.000 ejemplares”. ¿Ustedes sabían que la Junta de Castilla y León les tenía clasificados en grupos?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Pues sí, les tenían clasificados en grupos, aunque estamos viendo que en muchas ocasiones no coincide la clasificación que tenía la Junta de Castilla y León con algo que ya ha dicho usted, que es tan fácil y público como el Estudio General de Medios o el OJD.

En el caso de su... de su medio de comunicación, *La Opinión-El Correo de Zamora*, lo que dice la Junta de Castilla y León es que ustedes son un grupo 2, grupos con medios con difusión media de 5 a 10.000 ejemplares. ¿Esto sería correcto?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Como media, entiendo que sí.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Bueno, pues en este caso hemos tenido suerte, que coincide. Pero, claro, en la página siguiente del expediente clasifican a los grupos y asignan las cantidades.



Claro, y cuál es nuestra sorpresa que, cuando vemos los grupos 2 –grupo 2 también es, por ejemplo, *ABC Castilla y León*–, y vemos que la asignación para esta Consejería, para ese año que se hace, es: *La Opinión-El Correo de Zamora*, grupo 2, 10.000 euros el total adscrito para el año en publicidad institucional; *ABC*, también grupo 2, 22.000 euros. ¿A usted le parece que esto guarda alguna lógica?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues si a usted le sorprende, imagínese a nosotros.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Llevamos persiguiendo a lo largo de toda esta Comisión de Investigación a alguien que nos dé una lógica, ya no a opiniones, no a valoraciones, sino a la documentación que hemos encontrado dentro de los expedientes. A que alguien nos explique cómo es posible que, si clasificas a los medios en grupos, unos medios doblen a otros en la cantidad que perciben de... de publicidad institucional. Vamos, nos parece una cuestión que sería más que sana, en términos de que alguien explique cómo se ha gestionado el dinero de todos los castellanos y leoneses y cuáles son los motivos que llevan a que, si clasificas a los grupos para decir que es en función a las audiencias, que es en función a los lectores, unos dupliquen las cantidades que reciben los otros. ¿Ustedes no tenían conocimiento de nada de esto?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No, le repito, no teníamos conocimiento de nada de esto, y creo que... que con nosotros poco podrán adelantar. Quiero decir que esa investigación corresponderá a los responsables y a quienes establecían esos supuestos criterios. Nosotros simplemente éramos receptores de... de la publicidad que la institución decidía contratar con nuestro medio.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, esta es una dificultad que hemos tenido desde el comienzo de la Comisión de Investigación. No hemos encontrado respuestas en quien tomaba las decisiones; hemos tenido que buscar esas respuestas en los receptores de las decisiones, a ver si alguien conocía o se les dio algún tipo de explicación. Porque, claro, otra cosa más que cuestionable, pero que era así, y era que el secretario general de Presidencia, al comienzo del año, hacía la reunión con los secretarios generales de las distintas Consejerías y les decía la asignación que tenía prevista para cada medio por Consejería. Esto ustedes sí que lo conocían, ¿no?, porque he oído que ha dicho algo como que sí que les decían al principio del año la asignación que tenían prevista.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No nos decían una cantidad concreta. Cuando se producía el contacto, normalmente telefónico –vamos, en el 99,9 % telefónico–, había una primera llamada. Ya le digo que siempre, normalmente, la atendía el gerente. Cuando en... en algún



momento se dirigieron a mí, yo lo que hacía era redirigirles al departamento correcto. Pero nos decían: bueno, la cantidad asignada este año será, más o menos, como la del año anterior. Y, a partir de entonces, recibíamos llamadas de los secretarios de... de las distintas Consejerías, que yo desviaba, lógicamente, al que competía estos asuntos, que era el gerente; y ahí acababa mi contacto. Yo no conocía ni la cantidad ni las campañas, porque no es mi cometido.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Entendemos que era la otra parte quien nos debería de haber dado algún tipo de explicación. Pero, claro, nosotros hemos cuestionado, a lo largo de toda esta Comisión de Investigación, que, si a principios de año ya sabían lo que iba a dar... iban a dar a cada medio, tendrían que tener algún tipo de criterio por el que efectuaban esos repartos, y, además, que la Ley de Contratos quedaba simplemente para vestir los trajes que ellos ya habían predefinido y predeterminado. Entendemos que de ahí era el uso y el abuso que hacían del contrato menor, porque, si ellos ya habían decidido lo que iban a dar a cada medio, cualquier tipo de procedimiento en concurrencia competitiva o que hubiera tenido otros criterios ya hubiera desviado esa previsión que ellos ya... ya habían hecho. Pero en esa búsqueda de criterios, y entendiendo como entendemos nosotros la Comunidad, todavía nos cuesta más entender, por ejemplo, en el caso de Zamora, porque ustedes son el único medio escrito que hay en la provincia. No sé si me equivoco, si me lo puede confirmar.

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

No solamente somos el único, sino que somos absolutos líderes tanto en papel como en... en audiencia digital. Y lo hemos sido siempre; a pesar de que durante algún tiempo hemos convivido con otros periódicos, siempre hemos sido el periódico líder de la provincia, y lo seguimos siendo.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro, a nosotros esto nos ha llamado especialmente la atención, en el caso de la provincia de Zamora, porque, al final, destinando esas cantidades tan exiguas, viendo en comparación a las propias clasificaciones que se hacían, lo que se estaba impidiendo de alguna manera es que esa información y esa promoción de la Junta de Castilla y León llegara a todos los zamoranos y a todas las zamoranas. Porque podría... podríamos estar en un escenario de que en la provincia de Zamora hubiera habido tres periódicos, fuera más o menos cuestionable la distribución de la publicidad institucional; pero es que, en el caso concreto, todo aquello que no llegaba a su medio, no llegaba a la prensa escrita de la provincia de Zamora. ¿Esto es así?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Pues es una evidencia. Si somos el único y no nos llega, difícilmente les llegará a los zamoranos.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. A nosotros esto, además, luego también nos llama la atención cuando vemos la distribución por Consejerías. En esta distribución por Consejerías, nosotros ya hemos advertido que, en el peso de la publicidad institucional en Castilla y León –sabe que la Ley de Publicidad Institucional dice que hay dos tipos de campañas, la parte de información y la parte de promoción–, el muy muy muy muy poco peso que tiene en esa publicidad institucional la parte de información, donde hay cuestiones tan sensibles como pueden ser las destinadas a sanidad, donde se hacen llamamientos a la población a vacunarse de la gripe, a hacerse pruebas preventivas de determinados tipos de cáncer. ¿Ustedes habían advertido también esa falta de equilibrio entre la información y la promoción, y especialmente cómo afecta en medios como el suyo y en provincias como la provincia de Zamora?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues, en provincias como la provincia de Zamora, la función de los periodistas es dar la máxima información y que sea siempre útil a los ciudadanos. La publicidad, como le digo, venía de otro departamento y a mí... y a mí solamente veía en el trabajo del día si llevaba media página, o un tres por cinco o una página entera o no llevaba nada. Lo demás, pues no puedo entrar, porque yo no puedo valorar criterios que desconozco.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Vemos un poco la... la evolución de la publicidad institucional. En su medio, ustedes, en audiencias, han estado... en lectores, ¿han estado estables a lo largo del período investigado, dos mil catorce–dos mil diecinueve?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Aproximadamente, y dentro de una dinámica que, como sabe, estamos atravesando de absoluta crisis en el sector de prensa, y que padece el sector de papel, pero que hay un trasvase de lectores hacia... hacia lo digital, en lo sustancial, y es en nuestra posición, con respecto al resto de medios, no ha variado, seguimos siendo el periódico líder, seguimos siendo el octavo periódico de Castilla y León.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Y sabe si la Junta de Castilla y León valoraba de alguna manera, a la hora de meter la publicidad institucional, el que ustedes tuvieran también ese soporte digital?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No puedo contestarle, porque, como le digo, no conocía los criterios y solamente recibíamos las llamadas con las asignaciones, que además tampoco atendía yo.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Vemos aquí, en la evolución de la publicidad institucional, que, por ejemplo, de dos mil catorce a dos mil quince sí que hubo un incremento, de 117.000 euros a 162.000, pero luego, a partir de ese año, otra vez se lo empezaron a bajar, y cada año les iban bajando la publicidad institucional, hasta el año dos mil diecinueve. Se lo pregunto más concreto: ¿a lo largo de estos años ustedes tuvieron una bajada en el número de lectores?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Entiendo, además, que los digitales han ido cobrando más fuerza con los años; es decir, no solo no bajaban el número de lectores en papel, sino que me imagino que incrementaban el de lectores digitales ¿Es así?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Es así.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Y entonces, ¿encuentran algún tipo de explicación a que su contratación en publicidad institucional cada año bajara?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

No encontramos ninguna explicación.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Bueno, pues entonces ya estamos más o menos igual, porque nosotros tampoco encontramos ningún tipo de... de explicación, sobre todo teniendo en cuenta que la publicidad institucional a lo largo de todo el período investigado ha ido creciendo, lo que nos hace todavía más difícil encontrar algún tipo de explicaciones. El período investigado es de dos mil catorce a dos mil diecinueve, pero, entendiendo todo lo que nos ha dicho, vemos que, con respecto a este ejercicio, se ha más que doblado la contratación de publicidad institucional, lo que nos hace advertir que o antes recibían la mitad de lo que les correspondía o ahora es el doble de lo que les correspondía antes. ¿Alguien les ha dado alguna explicación de la variación y de decir "es que ustedes estaban infracontratados en la publicidad institucional"? ¿En algún momento han recibido alguna explicación de alguien?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Nosotros, en el momento que tuvimos conocimiento de los datos y que trasladamos, pues, nuestra estupefacción por esa comparación de datos y esa... esa



diferencia. A partir de ahí, pues hemos estado abiertos a lo que la Junta ha considerado a bien contratar con *La Opinión de Zamora*, suponemos que con arreglo a... a esa posición de liderazgo que mantenemos.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Sabe lo que nos pasa a nosotros? Que no encontramos explicaciones de ni cómo han hecho las cosas antes ni cómo se hacen ahora, por esa falta de... de criterios objetivos. Y, al final, un poco, lo que vemos es que la fórmula ha sido hacer la mayor subida que ha habido nunca en publicidad institucional en Castilla y León en el presente ejercicio, muy por encima de los 2.000.000 de euros; no sé si para corregir algunos agravios, pero que, en todo caso, debería de decirse de manera clara qué estaba mal, qué se ha corregido, quién recibía menos, por qué... y por qué criterios se está repartiendo. Porque además es que, cuando uno va a las cifras, ve que en alguna de las Consejerías se ha multiplicado, en algunos casos, casi hasta por cinco; con lo cual, intuimos que había un déficit muy importante en algunas materias que... que son importantes, como puede ser Cultura y Turismo, donde las cantidades que recibía su medio en publicidad institucional eran muy muy exiguas; con lo cual, no... entendemos que no llegarían todas las campañas. ¿Ustedes han tenido constancia de que no todas las campañas llegaban a la provincia de Zamora?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Con exactitud, no podría decirle, pero usted misma, si tiene esos datos, puede llegar a esa conclusión.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Ya le he dicho que, por ejemplo, hay en algunas que también se han multiplicado por cuatro, como la Consejería de Empleo, pero nos sigue llamando la atención que la Consejería que menos dotación en publicidad institucional tiene para su medio, que al final es el único medio escrito en la provincia de Zamora, sea la Consejería de Sanidad, con lo que nos ha caído ahora; pero sobre todo con la información, que creemos que es tan importante en una Comunidad como la nuestra, 95.000 kilómetros cuadrados, nueve provincias. Probablemente porque yo vengo también de una provincia muy pequeña, de la provincia de Soria, le doy mucho valor a que todos los ciudadanos tengamos esa igualdad de derechos y de oportunidades y de que esa información llegue a todos los que vivimos en esta Comunidad Autónoma. ¿Usted entiende o no sé si me puede hacer algún tipo de valoración, a que una Consejería tan importante, tan sensible como es la Consejería de Sanidad, y lo importante que es que esa información nos llegue a todos los que vivimos en esta Comunidad, sea la que tenga la partida más pequeña dentro de la publicidad institucional, en el único medio de prensa escrita de una provincia?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Pues supongo que eso mejor se lo contestarán desde la Consejería de Sanidad. Nosotros lo que hacemos, como periodistas, y puesto que, como usted dice, es



un área tan importante, es informar exhaustivamente de todo lo que es de utilidad pública, desde recomendaciones sanitarias a fechas de vacunación. A partir de ahí, lo que la Consejería tenga a bien contratar como publicidad institucional, supongo que bienvenido será, porque ayudará todavía más a que la gente, a que los zamoranos, en este caso, estén bien informados.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Yo entiendo, y entiendo su contestación como medio de comunicación, y yo le intento transmitir la nuestra. Hombre, lo ideal sería que quien ha tomado las decisiones y ha gestionado nos diera las respuestas a todas. Como estamos en esta actitud infantil de que todo estaba bien y no se nos explican cosas que son evidentes a una inteligencia media, si te molestas en ponerte los papeles encima de la mesa, cualquiera se pregunta y dices: oye, ¿tenemos garantía de que a todas las provincias, ya no la promoción, sino la información, que para nosotros es muy importante, ha llegado? Y aquí una pregunta -no sé si me podrá responder-: si tiene constancia de que alguna de las campañas no llegara o llegara en menor medida a la provincia de Zamora.

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Constancia oficial no tengo de ningún tipo. ¿Se refiere a las de sanidad, me está diciendo?

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, en general... en general, a las campañas de información. Le pongo como ejemplo la de Sanidad, pero en general las campañas de información.

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Como le dije antes, algunas veces, ojeando otros periódicos, veíamos que a determinadas campañas, pero no sabíamos... como no sabíamos los criterios ni a qué... ni a qué se atendía, pues no podíamos establecer un juicio de valor acertado. Entonces, alguna vez vimos, pues, no sé, a lo mejor una publicidad más grande en otro periódico que nosotros... Pero es que, sin saber, sin tener ningún dato, simplemente una llamada de teléfono con la cantidad que te asignaban, difícilmente podíamos hacer cualquier tipo de valoración.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, pero sí que percibieron, entonces, en algún momento que las campañas llegaban más pequeñas, que alguna no llegaba...

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

La verdad es que yo no estoy pendiente de las campañas. Eso, pues, cuando ojeas, dices... te sale de ojo, pero es que no... no es mi misión. O sea, mi misión es que la información esté impoluta y sea lo más creíble, lo más veraz y que se



ajuste a que sea una información útil para los lectores. Lo demás lo dejo en manos del departamento que realmente tiene esa responsabilidad y que, se supone, tiene las herramientas y realiza las gestiones oportunas para cualquier tipo de operación publicitaria.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Hemos visto que, en algún momento, pese a que usted nos dice que no bajaba el número de lectores, sí que en algunas Consejerías ha habido bajadas tremendas. Le pongo un ejemplo: de dos mil quince a dos mil dieciséis, la publicidad institucional de la Consejería de Empleo con su medio cae, pues, de 7.000... de 36.000 euros a 7.000 euros; es decir, dividimos por cinco. Cuando había estas bajadas tan brutales, ¿tampoco advirtieron ni nadie les dijo el porqué?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Gracias por la información. Me entero ahora. Nunca nos dijeron nada.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, pues esperaremos a ver si en algún momento alguien es capaz de darnos explicaciones a cosas que saltan a la simple vista, cuando uno se pone encima... los datos encima de la mesa, cómo es posible que haya cinco veces menos en una Consejería, cuando solo hay un medio de comunicación. Que esa es la inquietud que tenemos desde el Grupo Parlamentario Socialista, de decir: ¿pero tenemos la garantía de que toda la información ha llegado a todas las provincias, ha llegado a toda la ciudadanía?, ¿cómo se ha estado gestionando? Y le repito que yo sé que es muy difícil que nos puedan contestar a alguna de estas cuestiones y que lo ideal es que quien gestionó, pues, nos hubiera explicado por qué las cosas se hacían así, porque, a lo mejor, hasta alguna puede tener algún tipo de explicación medio lógica. El problema es que, como no se dan, pues tenemos que acudir, probablemente, a quien no nos puede contestar porque eran receptores de esas decisiones, que no... que no participaban de ellas.

El vicepresidente de la Junta de Castilla y León afirmó que sin la libertad real de los medios no tendremos una Comunidad libre. ¿Usted cree que de dos mil catorce a dos mil diecinueve no hemos vivido en una Comunidad libre?

#### LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):

Yo nunca he tenido injerencias de ningún tipo a la hora de realizar mi labor, así que deduzco que estamos en un Estado de derecho y que se respeta la libertad de expresión. Y que cuando no se respeta, es porque ha habido leyes más restrictivas que todavía siguen vigentes.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Afirmaba el vicepresidente de la Junta que era un hecho comprobable que el Ejecutivo autonómico trataba de manera diferente en función del grado de relación con uno u otro medio. ¿Usted tiene constancia de algo así, como lo que dice el vicepresidente de la Junta de Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Mi trabajo diario me impide estar al tanto de lo que hacen o dicen el resto de medios con... con el resto de agentes sociales o políticos. No lo sé. Supongo que, si lo dice el vicepresidente, lo... lo dirá por algo. No lo sé. Yo no puedo ni ratificar ni desmentir algo que se supone que dice alguien con más conocimiento de causa.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Nosotros preguntamos esto porque, claro, cuando se hacen afirmaciones tan... tan severas, lo propio sería acompañarlas de algún tipo de dato objetivo; cuanto menos, de dar la cara y decir por qué uno dice estas cosas. Esto choca con que el Partido Popular diga que todo estaba bien, que todo se gestionaba bien, porque, al final, los datos encima de la mesa lo que ponen de manifiesto es que, al final, había tan semejante descontrol o tanta utilización de criterios tan subjetivos y tan discrecionales que... que es imposible. O, por lo menos, nosotros todavía no hemos sido capaces de buscarle una lógica, de buscarle un hilo conductor al por qué las cosas se hacían de una determinada manera y no se hacían de otra.

Una opinión, que es un poco... es algo subjetivo, si me quiere contestar: ¿usted cree que el establecimiento de criterios objetivos, a través de una ley, que fueran de público conocimiento para la ciudadanía -que no deja de ser su dinero-, pero también para los medios de comunicación, contribuiría a poner luz en la contratación de la publicidad institucional en Castilla y León?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Lógicamente, cualquier herramienta, cualquier norma que... que regule y que... y que exponga con transparencia cómo el dinero de los contribuyentes se distribuye en esta o en cualquier otra partida será del todo positiva y será una mejora en nuestro sistema de garantías.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Le preguntaba esto porque es verdad que ahora conocemos los datos, pero conocemos los datos a granel; seguimos sin saber cuáles son los criterios que acompañan a todos esos datos. Entonces, falta la otra mitad, que haría que el sistema fuera verdaderamente transparente. Conocer los datos, pero conocer cuáles son los criterios que acompañan a la adjudicación de... de esos datos. Y ese es el empeño del Grupo Parlamentario Socialista, eso es en lo que hemos estado trabajando, porque, de hecho, lo hemos presentado dos veces. Y nosotros hemos insistido en la necesidad de que haya una parte importante, que son los datos de audiencia; pero nosotros también consideramos que es necesario tener en cuenta, en una Comunidad tan compleja, con territorios tan poco poblados, como son el suyo, otros factores, también objetivos, como es garantizar que la información llega a todos los ciudadanos, independientemente de donde residan. ¿Usted considera que esto es un criterio objetivo beneficioso para la propia Comunidad?

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues, evidentemente, si nos ponemos en el caso de provincias como Zamora, le diré que hay un 50 %, casi, del territorio provincial donde es prácticamente imposible... donde no existe la cobertura de fibra y donde es prácticamente imposible, vamos, ni siquiera ver la tele. No es una situación nueva, la heredamos. Los planes que nos... que ustedes, los políticos, nos reiteran una y otra vez es que en dos mil veinticinco tendremos el cien por cien. Para una provincia que pierde 2.000 habitantes al año, el dos mil veinticinco puede ser muy tarde. Así que hay una importante franja de población que sigue recibiendo fundamentalmente la información por el medio escrito. Y estamos hablando de una provincia que, además, tiene una gran dispersión de población; con lo cual, todavía somos más necesarios.

Hasta tal punto somos necesarios que si se... si ustedes toman como referencia a otros países, como Estados Unidos, en Estados Unidos los propios Gobiernos de los Estados donde existen estos problemas de dispersión de población consideran a los medios locales como un arma contra la despoblación y así los tratan, y así... así actúan con ellos, interactúan. Es decir, hay una colaboración para que eso tenga una utilidad. Al final, nosotros también hemos servido de servicio público, aunque seamos una empresa privada.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Pues quiero acabar así, porque es algo que nos une a muchos territorios de esta Comunidad, también al que yo pertenezco, y creo que ese es un objetivo que tiene que perseguir siempre esta Comunidad: la igualdad de derechos y oportunidades, la equidad. No se puede tratar a todo el mundo igual, si queremos que de verdad seamos iguales en esta Comunidad Autónoma. Por eso entendemos tan poco cómo se han hecho las cosas. Por eso vamos a seguir indagando, buscando esas explicaciones de por qué, a medios como el suyo, el trato que ha habido en la publicidad institucional ha sido así. Y también el por qué, si las cosas se han hecho mal, ahora se están haciendo de una manera distinta; pero hay que acompañarlas de las debidas explicaciones de por qué se están haciendo ahora de esa manera, porque, si no, seguiremos en ese mismo sistema opaco, enmarañado.

Así que vamos a seguir trabajando por que haya una ley de publicidad institucional en Castilla y León con criterios objetivos, que todo el mundo sepa adónde va destinado el dinero público, que los medios de comunicación sepan cuáles son los criterios por los que se contrata la publicidad institucional; sí, que tenga en cuenta las audiencias, la capacidad de llegar a un número importante de gente, pero que también tenga en cuenta que en determinados territorios de esta Comunidad hay que garantizar que la información llegue a todos los que vivimos en ella. Y para eso es necesario que determinados medios de comunicación, también desde la equidad, tengan la oportunidad cada mañana de sacar sus periódicos, como es su caso. Y esta es la aspiración en la que vamos a seguir trabajando.

Así que, agradeciéndole muchísimo su comparecencia esta mañana aquí, seguiremos trabajando en ese empeño. Muchas gracias.



**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Pues muchas gracias a ustedes por escucharme. Y les deseo un feliz trabajo, y que lo lleven a buen término. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora Barcones. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, si lo desea, por un tiempo máximo de diez minutos, la señora compareciente, doña Marisol López del Estal.

**LA SEÑORA LÓPEZ DEL ESTAL (DIRECTORA DE LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA):**

Creo que en las respuestas he resumido básicamente lo que es la situación de un periódico pequeño en una provincia, a pesar de... que pierde 2.000 habitantes al año, y la necesidad que tienen los habitantes de estar bien informados. Eso solamente lo consiguen a través de medios como el nuestro, que, como se ha expuesto aquí, cumpliremos 125 años el año que viene. No es fácil mantenerse en una provincia que pierde 2.000 habitantes al día -y esos son lectores- mantenerse durante 125 años. Yo he sido la primera mujer en ser directora en 112 años de historia. Si queremos igualdad, si queremos equidad territorial, tendremos que colaborar entre todos; y es lo que les propongo; y es lo que venimos demandando desde nuestra línea editorial: colaboración, lealtad institucional y colaboración. Y nosotros estaremos siempre ahí. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias. Finalizada la comparecencia, despedimos a la señora compareciente, reiterándole nuestro agradecimiento por su valiosa aportación a los trabajos de esta Comisión. Se levanta la sesión.

*[Se levanta la sesión a las catorce horas veinticinco minutos].*