



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

PRESIDENCIA

DOÑA MARÍA MONTERO CARRASCO

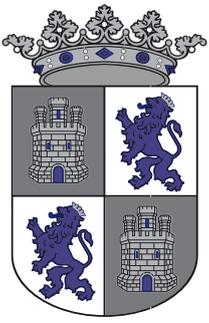
Sesión celebrada el día 25 de febrero de 2021, en Valladolid

ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de José Ignacio Falces Yoldi.

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las doce horas cuarenta minutos.	11881
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, 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.	11881
Primer punto del orden del día. Comparecencia.	
La letrada, Sra. Navarro Jiménez-Asenjo, da lectura al primer punto del orden del día.	11881
Intervención del compareciente, Sr. Falces Yoldi, indicando que no utilizará su turno inicial.	11881
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	11881
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Falces Yoldi.	11881
Intervención de la procuradora Sra. García Sánchez (Grupo Popular).	11889

Páginas

Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Falces Yoldi.	11891
Intervención final del compareciente, Sr. Falces Yoldi.	11897
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	11897
Se levanta la sesión a las trece horas treinta minutos.	11897



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

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Se abre 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 letrado se dará lectura del orden del día.

Comparecencia

LA LETRADA (SEÑORA NAVARRO JIMÉNEZ-ASENJO):

Gracias. Punto del orden del día: **Comparecencia del señor don José Ignacio Falces Yoldi.**

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Lo primero de todo, dar la bienvenida al señor compareciente, deseando que lo que aporte a esta Comisión sea... sea de interés para... para el desarrollo de la misma. ¿Desea el... el señor compareciente hacer una exposición inicial de diez minutos?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

No, no, renuncio a esa...

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muy bien, muchas gracias. Pues entonces, en ese caso, comenzaríamos con las intervenciones de los diferentes grupos parlamentarios, que, para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, tienen un turno máximo de treinta minutos. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra la procuradora doña Alba Bermejo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchas gracias, señora presidenta. Buenas tardes a todos. Me gustaría dar la bienvenida al compareciente, a don José Ignacio Falces, como director de *Agronews* a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre los años dos mil catorce y dos mil diecinueve.

Desde el Grupo Parlamentario Ciudadanos nos gustaría saber, señor Falces, qué funciones desempeñaba usted en el período objeto de esta Comisión como director del medio que he mencionado, ¿cuáles eran sus competencias en el período objeto de la Comisión?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Bueno, buenos días a todos; a todas en este caso. Y perdonad el retraso que he tenido por un pequeño error. ¿Las competencias mías? Bueno, sí, *Agronews* es



una pequeña puerta web de información agraria que nace en el dos mil trece. Entonces, bueno, es... cuando arranca este período, en dos mil catorce, pues todavía es un medio muy pequeño. Bueno, las funciones más son de director, pero, bueno, hacemos un poco de... de todo: director, redacción, redactor. Y, bueno, también es verdad que asumo buena parte de las relaciones institucionales, pues bueno, lógicamente, con la Junta de Castilla y León, con los partidos políticos, con las diputaciones, con los ayuntamientos y, bueno, con todas aquellas instituciones, organismos, empresas con las que colaboramos.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Para qué sirve la publicidad institucional en cifras de negocio en *Agronews*?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Bueno, es verdad que nosotros somos un medio... un medio pequeño; bueno, pues es un... una parte más de esa... de esa publicidad, igual que tenemos de otra serie de empresas. Afortunadamente, tengo que decir que no es una parte fundamental. Y digo afortunadamente porque, bueno, creo que es bueno repartir los... los huevos en distintas cestas, ¿no? Entonces, bueno, la verdad que el... que, a nivel publicidad, pues nos... funcionamos relativamente bien. Y, bueno, pues es una parte importante, porque es una... una parte importante, pero no es una parte definitiva ni definitoria de nuestra... vamos, de nuestra parte económica.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sin entrar en datos concretos, porque, bueno, al fin y al cabo es una empresa privada y no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión sobre las cifras globales de su negocio, ¿la publicidad institucional, tanto a la que anualmente se le daba a su medio de comunicación desde las distintas Consejerías, o solamente desde una, desde la Consejería de Agricultura, ya... dada la especialización de su medio digital, suponía un porcentaje lo suficientemente importante dentro de las cifras de negocio?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

A nivel global, y hablando de instituciones, y en instituciones englobo... incluyo a diputaciones -como te he dicho-, la Junta de Castilla y León, otras... incluso otras Comunidades Autónomas que también participan con nosotros -porque el proyecto nace en Castilla y León, pero es evidente que es... engloba mucho más que Castilla y León-, pues casi casi te podría decir que la... esa publicidad institucional, de todos esos colectivos, ¿pues qué puede suponer? Pues siendo un 30, un 35 como mucho, el resto son empresas privadas. Y, puestos a hablar, pues, bueno, cada vez esa publicidad institucional, afortunadamente, supone... supone un porcentaje menor, sobre todo porque crece la otra, más que nada.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

De ser así, ¿ese 35 %, ese impacto sobre las cuentas de *Agronews* es importante de cara a la viabilidad económica de su medio en cuestión? Lo digo porque, de ser así, si la publicidad institucional supone un porcentaje muy alto para... para



mantener la viabilidad económica del medio, ¿puede ser que las noticias menos amables para la Junta de Castilla y León, en este caso para la Consejería de Agricultura, podrían ser tratadas de otra forma?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Vamos a ver, has dicho bien, y nosotros somos un medio especializado. Con lo cual, yo creo que esa... ese tipo de... de influencia pues es muchísimo menor que en otro tipo de medios más generalistas, en los que, bueno, pues “el tema político” –entre comillas– puede tener más influencia. Aquí estamos hablando de toneladas de remolacha, kilos de uva; y, bueno, nosotros tendemos mucho a ser bastante técnicos en ese sentido. Con lo cual, la influencia... nada, ninguna.

Además, luego una de nuestras premisas fundamentales es que procuramos dar cabida a todo el mundo que hace algo en la agricultura y en la ganadería. Si David Castaño hace una rueda de prensa sobre la economía circular –que le gusta mucho–, pues nosotros lo publicamos; si Cepa se queja de que la Unidad Veterinaria de Vitigudino está mal, pues también lo publicamos; y si el consejero de Agricultura hace una rueda de prensa diciendo que Tierra de Sabor está muy bien, pues también lo publicamos.

Con lo cual, yo creo que es relativamente sencillo, con estos criterios, en un medio técnico como nosotros, que además huye de la polémica absolutamente –yo creo que no hemos escrito ni una sola línea de polémicas que han surgido en el campo de Castilla y León, con denominaciones de origen, con... sin organizaciones agrarias con problemas, no hemos escrito nada–, con lo cual, es relativamente sencillo, en mi opinión, mantenerse en una postura bastante aséptica, sobre todo en un medio que tiende a ser técnico y que tiene su base no solo en la información agraria, sino también en un asesoramiento en temas de PAC, en temas jurídicos. Entonces, yo creo que es relativamente sencillo mantener esa línea aséptica, por llamarlo de alguna manera.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Era usted el enlace directo, como bien ha dicho, que llevaba las relaciones institucionales con la Consejería competente en relación al proceso de adjudicación de las partidas de publicidad institucional, ¿con qué Consejerías tenía usted relación?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Como te he dicho al principio, pues la persona que se encarga de esto soy yo, sobre todo de este tipo de... de relaciones con las instituciones, básicamente; luego tenemos un departamento comercial, que sobre todo se dedica más al tema de empresas y tal. Y las relaciones nuestras pues han sido sencillas: presentamos el proyecto a la Dirección General de Comunicación de la Junta, y presentamos el proyecto, y presentamos el proyecto; y el resto ya ha sido todo con la agricultura de... con la Consejería de Agricultura, como, en otra parte, es bastante lógico. Ya ahí, bueno, la verdad que hemos tenido el apoyo de Silvia Clemente, en su momento, de Milagros Marcos, posteriormente, y ahora mismo de Jesús Julio Carnero. Bueno, entre otras cosas, porque yo creo que era... es lógico tener un medio de... de la agricultura y la ganadería que... hecho en Castilla y León, con gente de Castilla y



León, que se ha convertido en una pequeña referencia, que se van... el año pasado lo vieron tres millones y medio de agricultores; pues bueno, yo creo que es lógico y normal que se apoye este... este medio, y así ha sido. Y además, sinceramente, le hablo de esos tres consejeros, pero podría hablar de las diputaciones o de... de otro tipo de instituciones, ¿no? Yo creo que, en ese sentido, es lo que hay, y es lo que hemos hecho hasta ahora.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Me habla usted de una Consejería en concreto, la que es su especialidad en su medio, ¿en algún momento tuvo algún tipo de relación con la Consejería de Presidencia, de cara al plan de medios o al plan de publicidad institucional?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

He estado dos veces con el director general de Comunicación: una en el año dos mil trece, si no recuerdo mal -vamos, recuerdo bien, o sea, en el año dos mil trece-, cuando nació el proyecto y presentamos el proyecto y lo que íbamos a hacer; y yo creo que hemos estado dos veces... otra vez más, posteriormente. Pero no hemos vuelto a tener más contacto con la Dirección General de Comunicación.

Todo lo que hemos hecho lo hemos hecho a través de Agricultura. No sé si se lo han delegado allí, si ha sido Agricultura la que ha asumido eso. No sé, con la Dirección General de Comunicación, nosotros la relación prácticamente inexistente.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Sabe usted cómo justificaba la Junta de Castilla y León, en su caso la Consejería de Agricultura, el reparto que había a cada medio de comunicación?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Sinceramente, no... no lo sé, ni cómo lo justificaba. Y, de hecho, no conocí el reparto hasta que creo que se ha publicado en los dos últimos años, que es cuando lo hemos conocido todo, en cuanto a cantidades. Criterios, pues, sinceramente, no... no les conozco, y lo desconozco completamente.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento le trasladó a la Consejería en cuestión pues el... el saber cuál eran esos criterios para poder optar a más o menos publicidad institucional?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Sinceramente, es que nosotros, bueno, mantenemos una buena relación personal con esos tres consejeros, que eran los que al final decían las... las cuantías, y es con los que hablábamos este tema. Nos hacían una propuesta, o hacíamos una propuesta, y era aceptada, porque yo creo que, bueno, entrar a un regateo de 1.000 euros más, 1.000 euros menos, pues yo creo que... que no es al caso, ¿no? Pues, realmente, se nos hacía una propuesta de colaborar en algunas campañas de publicidad, y nosotros entendíamos que estaba bien, y ya está. No entraba... no entro a discutir si es mucho, poco; eso ya... simplemente, bueno, pues es una cantidad y...



Pero es verdad que hemos procurado buscar otros mercados para no depender de esa cuantía, y que no sea importante, por ejemplo, en situaciones de crisis, como... como pasó, que es... que pueda haber un recorte o alguna cosa; entonces, hemos optado por más cestas y ir colocando en cada cesta un poquito.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

No se hablaban de criterios objetivos, pero me... me parece curioso -discúlpeme-, porque en un medio digital como el suyo, al fin y al cabo, las audiencias son... son medibles, son bastante objetivas; se puede recurrir al OJD, Google Analytics. En fin, son... son unos criterios que... que podrían ser determinantes y objetivos de cara a su medio. Entonces, sí que... no entiendo por qué no se... no se pedía a la Consejería competente esos criterios, ya que ustedes podían, bueno, pues contrastarlos con sus audiencias.

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Nosotros, cuando hacíamos esa publicidad, aportábamos nuestros datos, porque, afortunadamente, son buenos; entonces es más fácil aportarlos.

Y respecto a los criterios objetivos, me vas a permitir que tenga un pequeño comentario, porque ayer estuve leyendo algunas noticias de alguna PNL que ha presentado el Partido Socialista, y que ha sido rechazada, y yo... es verdad que lo que se puede pesar y se puede medir me parece correcto, pero entras en una injusticia importante, sobre todo con medios especializados como es el nuestro.

Nosotros no podemos competir con otros medios grandes que hay en esta Comunidad en número de visitas. Yo no puedo competir con... con cualquiera de los diarios que estéis pensando en... en número de visitas. Sin embargo, creo que mi público, potencialmente, es muy atractivo para determinada gente. Si conseguimos que entren 400.000 agricultores a nuestra web, yo creo que es un... Entonces, medirlo todo, todo, todo... creo que hay que tener en cuenta otra serie de circunstancias, que... que hay que buscar un encaje. O sea, no... no me parecería justo que a mí se me comparase con el *Marca*, por ejemplo; yo no publico fotos de Cristiano Ronaldo, ni lo que cobra. Entonces, es muy difícil que me entre gente que no sean agricultores.

Entonces, yo creo que está bien lo de... y creo que es una buena idea que contra más objetivo sea todo y contra más se puedan aportar datos, pero creo que hay que meter siempre una... o hacer otro tipo de valoraciones; y más cuando se apoya a un medio, ese medio que esté en Castilla y León, que lo haya hecho gente de Castilla y León... no sé, otra serie de cosas. Es una opinión muy personal, ¿eh?

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

En cuanto... en cuanto a esos criterios subjetivos, que usted, bueno, pues muestra aquí, ante esta Comisión, ¿se lo trasladó en algún momento a la Consejería competente?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

No en el proceso de negociación, porque, evidentemente, yo creo que ahí... -yo soy muy respetuoso con... con las cosas, pues, bueno, me han educado así- y yo creo



que ponerme a discutir con un consejero de si son 1.000 euros más o 1.000 euros menos, no lo veo. En otro momento sí que comentamos, en algún momento, bueno, la idea de... de valorar. Porque sí que es verdad que se pueden... se puede buscar un respaldo a nivel de datos y aportar aparte otra serie de opiniones, que creo que pueden ser interesantes a la hora de dar esa ayuda. Pero yo creo que hay que partir de los... -es una opinión muy personal- hay que partir de unos datos, y, a partir de ahí, ajustar la medición.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entonces, entiendo que en esas conversaciones ustedes facilitaban esos datos objetivos de audiencias -como bien ha dicho- a la Consejería; pero también había unos objetivos implícitos, en los que no se trataba ni usted, como director del medio, ni tampoco la Consejería en cuestión; eran unos objetivos implícitos, en los que daban por hecho ambos intervinientes.

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Bueno, la verdad que nosotros colaboramos siempre en una serie de campañas de publicidad. Y, bueno, nosotros... yo soy también consciente del medio que represento, no... no somos el *New York Times* ni... entonces, bueno, yo soy consciente de esto. Y la verdad que yo, personalmente, siempre he estado contento con la colaboración que hemos tenido con la Junta de Castilla y León; en unos años es más, otros años es menos, pero yo siempre he estado contento con la colaboración. Porque, bueno, yo entiendo que la colaboración no es solo económica, sino que también, bueno, hay otra serie de aspectos que para mí son más importantes, como es una cierta facilidad para la información, otra serie de cosas. Lo económico, afortunadamente, pues es un segundo plano.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera que pudo existir cierta discriminación entre unos medios y otros? Si hablamos de la especialización en el campo de... en el medio de la... de los medios que se... que están englobados en el marco de la agricultura, ¿pudo haber cierta discriminación de su medio con respecto a otros?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Sinceramente, es que no... ni sé lo que dan a los otros ni por qué se lo dan. Y entonces lo de discriminación, bueno, no... Para mí, no... me gusta ir mi camino y no ver lo que hacen los demás. Entonces, yo prefiero optar por avanzar, avanzar; y, bueno, pues lo que den a otros, realmente, ni me interesa ni me... ni me he preocupado nunca, sinceramente.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Esta procuradora es consciente de que su medio utiliza mucho de sus... de sus datos objetivos en cuanto a audiencias. En el dos mil diecinueve, ya se pudieron saber las partidas que iban destinadas a cada medio de comunicación en relación a las audiencias. ¿No se sintió *Agronews* en desigualdad de condiciones con respecto



a otros medios, como podía ser *AG Actualidad Rural*, *Agrodigital*, con unas partidas muy similares, o incluso superiores a *Agronews*, y en algún caso *Agronews* duplicaba en el número de visitas?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Yo ahí no te... no sé, no... tampoco sé las visitas ni sé por qué sabes las visitas de *Agrodigital*, porque tampoco las publica, cosa que sí que hacemos nosotros.

Entonces, bueno, también te digo una cosa: *Agrodigital* es un medio que lleva muchísimo tiempo, que Marta lo hace muy bien, y que es un medio de referencia para todos, incluido para mí. Entonces, yo creo que, bueno, pues que puedan darle más, menos, bueno, es que para mí la verdad que no tiene... y la diferencia además es muy pequeña, si no recuerdo mal. Pero que el tema es que no tiene... no tiene más importancia.

Yo he estado siempre contento con el apoyo que... que recibimos de la Consejería de Agricultura: en su momento, Silvia Clemente, cuando nadie creía en un proyecto digital, nos ayudó; Milagros Marcos continuó con el tema; y Jesús Julio Carnero pues está de momento manteniendo la línea, ¿no? Entonces, nosotros... yo lo que hacen los demás, sinceramente, no... no me preocupa mucho.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Desde su punto de vista, nos ha hablado de unos criterios objetivos, evidentemente, y unos criterios subjetivos que no pueden estar dentro de un marco como tal. ¿Considera usted que el reparto se ha hecho de manera eficiente y equitativa?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Ahora. Si me preocupaba de los repartos o tal. Bueno, la verdad que no me he preocupado nunca de... de lo que hacen, pero igual que tampoco me preocupó de las noticias que publica el resto de medios. Nosotros vamos a nuestra línea, nuestra idea.

¿Y cómo se ha hecho el reparto? Pues, lo que te decía, se ha hecho de una manera, no conozco cómo se ha hecho, no sé los criterios, no sé... Entonces, tampoco puedo criticar una cosa que no sé cómo se ha hecho; criticar o apoyar, que igual me parece correcto.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Como técnico en comunicación, ¿considera que en algún momento la publicidad institucional pudo ir de la mano de una herramienta de autobombo por parte de la Junta de Castilla y León, en su caso por parte de la Consejería de Agricultura?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Yo el tema de si es autobombo o no autobombo, no sé, no... no puedo definirlo así, ¿no? ¿Se hacen muchas cosas en la Consejería de Agricultura? Sí, se publican muchas, y nosotros publicamos bastantes de las que se publican. Si es autobombo o no, eso ya no soy yo quien... quien pueda calificarlo; igual hay otras cosas que me parecen más autobombo que hacer una rueda de prensa presentando Tierra



de Sabor, no sé. Creo que... que, bueno, es una información que se da. Creo que es una de las Consejerías más activas ahora mismo en... no solo a nivel de medios en... en España, incluso, me atrevería a decir, con técnicos que están a nivel puntero en España. Y, bueno, creo que es muy interesante muchas veces la información que dan, y a mí pues muchas veces me parece bastante interesante; para mí y para el... para la opinión o para la gente que sigue nuestro medio.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Recibió en algún momento avisos de llamadas de algún miembro de la Junta de Castilla y León insistiendo en el criterio de proporcionalidad o el tratamiento de las informaciones que realizaba su medio con respecto a algunas noticias?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Pues, sinceramente, es que jamás nadie me ha llamado, y me da... no, nadie me ha llamado nunca para... para decirme nada. Te comentaba que nosotros tenemos un criterio, que es que publicamos 17 noticias todos los días, o 18; entonces, ahí nos da la posibilidad de publicar a casi todo el mundo. Y... no sé, si... si el Grupo Ciudadanos en el Parlamento Europeo acaba de sacar una noticia ayer sobre el etiquetado NutriScore, estando en contra Jordi Cañas, pues lo publicamos. Y si lo publica el PSOE, que tienen a Clara Aguilera, pues que funciona muy bien y que saca muchas cosas, también. O sea, entonces, para nosotros es relativamente sencillo -o yo por lo menos así lo veo- mantener un equilibrio, y nunca jamás nadie, ninguno de los tres consejeros, ni los secretarios generales que han estado allí, ni los directores generales, me han llamado para nada. Es más, presumo de que no me han llamado ni para corregir algunas informaciones técnicas complicadas que hemos publicado, y que han sido bastante valoradas por la Consejería. O sea, jamás nadie me ha llamado. Pero, vamos, ni me ha llamado nadie de... de la Consejería, ni me ha llamado nadie del PP, ni me ha llamado nadie de Ciudadanos. No me ha llamado nunca nadie.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento ha realizado su medio acciones de patrocinio financiadas por la Junta de Castilla y León?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

No sé si te refieres a tema de jornadas... tal. Nosotros nunca, no hemos hecho nada. Lo único que hemos tenido patrocinio -y la verdad que ayer lo estaba pensando- es que publicamos un libro sobre una abogada, la abogada que tenemos nosotros en el portal, que es Celia Miravalles, que es especializada en el tema, y se financió, se pagó, un libro que publicó ella sobre los arrendamientos rústicos. Y, bueno, yo creo que ha sido un libro... plenamente justificada la colaboración, porque se habrán vendido 3.000 o 4.000 libros de estos. Está en toda España y, bueno, yo creo que es... era superinteresante para la propia Consejería de Agricultura apoyar esa... esa edición y la reedición, el año... o hace dos años, si no recuerdo mal. Es lo único. En el resto: jornadas, a nosotros no nos gusta hacer jornadas, porque



no... sinceramente, me pongo muy nervioso si viene gente o no viene gente; entonces, decidimos no hacer jornadas. Y entonces no hacemos nada; de ese tipo de encuentros no hacemos nada.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Por qué cree que se ha creado esta Comisión de Investigación?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Pues me imagino que porque quieren saber cómo se hizo ese reparto, ese reparto de la publicidad institucional, y, bueno, conocer un poco lo que... a la gente a la que nos ha llegado esa publicidad cómo ha llegado o qué forma ha llegado. Y bueno, creo que está bien, ¿no?, que se... que haya máxima transparencia, y claridad e información, me parece siempre estupendo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchísimas gracias, señor Falces, por sus respuestas. Espero que sirvan para hacer las conclusiones de esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre el año dos mil catorce y dos mil diecinueve. Muy amable por sus respuestas. Gracias.

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Gracias a ti.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muchas gracias. A continuación, por el Grupo Parlamentario Popular, también por un tiempo máximo de treinta minutos, tiene la palabra la procuradora doña Leticia García.

LA SEÑORA GARCÍA SÁNCHEZ:

Gracias, presidenta. Buenos días. Bienvenido, señor Falces. Muchas gracias por acudir, por su colaboración y por sus respuestas. En nombre de mi grupo, nosotros sí quisiéramos expresarle dos consideraciones:

La primera, cuál es el objeto de esta Comisión para el Grupo Popular. Para nosotros, el objeto de esta Comisión de Investigación es el cumplimiento del punto decimotercero del acuerdo de Gobierno de esta Comunidad entre Partido Popular y Ciudadanos, con el fin de conocer y, sobre todo, demostrar que la gestión de la contratación y la financiación del plan de medios durante el período investigado fue correcta. El Grupo Popular no solo no tiene ninguna duda o sospecha del buen funcionamiento de los planes de medios y de la contratación de las diferentes campañas de comunicación, sino que además está plenamente convencido que las cosas se hacen bien y se hacían bien con anterioridad; pero no por ello nos... nos negamos a investigar, facilitamos el trabajo para demostrar precisamente la impecable gestión del Gobierno regional en esta materia. Nosotros conocíamos ya con anterioridad la gestión, el desarrollo del plan de medios, pero, después de asistir a las distintas



comparecencias que han precedido a la suya de hoy, tenemos la tranquilidad que se actuaba con escrupuloso respeto a la legalidad vigente, incluso con mayores controles que los que exige la normativa. Siempre se actuaba con transparencia, con equidad y con eficacia.

Y la segunda consideración es que queremos dejar claro que para el Grupo Popular tan solo hemos pedido 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 de la Junta de Castilla y León durante el tiempo investigado. En consecuencia, este grupo no ha registrado ninguna solicitud de comparecencia ante esta Comisión de representantes de medios. Y, 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 en el período investigado.

Usted está aquí hoy a solicitud del Grupo Socialista y de Ciudadanos. Para el Partido Popular ha culminado el objeto principal de lo que estamos investigando en lo que llevamos de desarrollo de esta Comisión de Investigación, por la documentación investigada y por las comparecencias de los responsables.

A pesar de que probablemente ahora el Partido Socialista le dirá que nosotros no nos tomamos en serio la Comisión de Investigación, le tengo que decir que el Partido Popular se la toma muy en serio. Y es que no... no nos oponemos a que se investigue, pero para nosotros ha concluido la investigación con las comparecencias y la documentación investigada.

El Partido Socialista probablemente también les dirá que ponemos el foco sobre algunos medios de comunicación; y le quiero aclarar que nosotros no lo hemos puesto en absoluto sobre ningún medio de comunicación. O incluso a lo mejor le hablarán del estrés al que se someten a los medios; pero han sido ellos los que solicitan la comparecencia, a pesar de que el Partido Socialista haya sacado las conclusiones presentando una nueva proposición de ley, cuando fueron ellos los que pidieron todas las comparecencias, y no están respetando este trabajo, porque están ya emitiendo las conclusiones de las comparecencias que ellos mismos habían pedido.

En fin, a estas alturas de la Comisión, podemos concluir dos cosas: primero, que la Junta de Castilla y León no tiene nada que ocultar y que ha actuado con absoluta transparencia, equidad, eficacia y respeto total a la normativa; y, en segundo lugar, que para este grupo no existe ninguna sospecha ni duda en la actuación de los responsables de los medios de comunicación de los distintos procedimientos de adjudicación del servicio público que ustedes prestan.

Por tanto, para este grupo es muy importante señalar que creemos en su independencia, en su objetividad, en su integridad, en la libertad de expresión; y más en este caso, que usted representa un medio muy específico y fundamentalmente técnico. Y creemos que la libertad de prensa, desde luego, no debe ser sometida a control parlamentario.

Y por todas estas razones que le acabo de explicar y... y porque consideramos que no existe ninguna duda respecto de su actuación, ni por razones de legalidad ni de oportunidad, el Grupo Parlamentario Popular no va a formularle ninguna pregunta



en este turno de palabra. Simplemente, agradecerle su comparecencia, su colaboración y también agradecerle, en general, el trabajo que tan bien lleva a cabo en su medio. Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Finalmente, por el Grupo Parlamentario Socialista, también por un turno máximo de treinta minutos, tiene la palabra la procuradora doña Virginia Barcones.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Gracias, presidenta. Bienvenido, y muchas gracias por asistir a esta Comisión de Investigación, señor Falces. Una Comisión de Investigación, no un grupo de trabajo para determinar cómo se mejora el sistema de la publicidad institucional en Castilla y León. Me imagino que le resultará todo cuanto menos un poco curioso, que... que algo tan delicado como es una Comisión de Investigación de las Cortes de Castilla y León, del Parlamento de todos los castellanos y leoneses, se acabe convirtiendo casi en un esperpento; porque al final se investigan entre ellos, luego no interrogan, esto que le ha dicho el PP se lo leen a todos los que vienen. No sé, al final es manosearlo todo y venir a desacreditar, o a por lo menos intentar hacerlo, lo que son las propias instituciones de Castilla y León e instrumentos tan delicados como es una Comisión de Investigación.

¿Sabe cuál es la postura del Grupo Parlamentario Socialista? Nosotros consideramos que en la ley se tienen que establecer garantías (garantías de objetividad, de participación, de control), por el beneficio de la gestión del dinero público. Estamos hablando, en el período investigado, de dos mil catorce a dos mil diecinueve, de más de 80 millones de euros. Y esas garantías se tienen que dar a todos los que vivimos en esta tierra, pero también a los medios de comunicación y también a las propias instituciones.

No voy a gastar más tiempo, porque creo que usted mismo ha visto y ha participado de este sainete de “nos investigamos entre nosotros”. Y desde luego que el sistema de publicidad institucional en Castilla y León tiene muchísimo margen de mejora. Por eso trajimos esa proposición para modificar la Ley de Publicidad Institucional la pasada legislatura, la volvimos a traer ayer y seguiremos defendiendo la necesidad de que se reforme este sistema que se investiga; y que el propio señor De Santiago-Juárez les dijo, sentado donde está usted ahí, que, si tan mal estaba el sistema de publicidad institucional, cómo era posible que siguieran manteniéndolo hasta incluso con los mismos errores, comas y puntos.

Yo empezaré por preguntarle: el vicepresidente de la Junta de Castilla y León dice que sin la libertad real de los medios no tendremos una Comunidad libre. ¿Usted siente que en Castilla y León hemos vivido y vivimos en una Comunidad donde los medios de comunicación no sean libres?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Yo puedo hablar de nosotros y de... y de nuestro medio. Nosotros -y repito- jamás nadie nos ha llamado para quejarse de alguna información, para... jamás.



Además, en algún caso, como es... -y repito- y creo que estamos orgullosos de que nadie nos haya llamado. O sea, creo que, al ser un medio técnico, es muy... mucho más difícil de hacer esa presión, a lo mejor llamarlo política, que a otro tipo de medios, ¿no? Entonces, nosotros jamás hemos tenido ningún tipo de presión, pero por nadie, ¿eh? Eso sí que tengo que reconocer, que no hemos tenido presión por nadie.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Y usted considera compatible que el vicepresidente de la Junta de Castilla y León haga declaraciones, como que el sistema tiene que ser objetivo, medible, evaluable, con criterios objetivos, y en ningún caso arbitrario, opaco, no transparente, el hecho de que acredite o diga que el Ejecutivo autonómico ha tratado de manera diferente en función del grado de relación con uno u otro medio, y que esto era un hecho comprobable? ¿A usted le parece que es compatible hacer estas declaraciones, estas aseveraciones, sobre un derecho fundamental y a la vez mantener el mismo sistema?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Perdona, que no voy a valorar las... las declaraciones. Yo creo que hay que apostar por lo más objetivo posible, porque lo que se pesa y se mide es lo más... lo más justo. Pero... y sí que quiero recalcar que hay que tener en cuenta algunos matices importantes en ese sentido. O sea, no... creo que sería muy injusto para cualquier medio especializado del que estemos hablando -me da igual que sea especializado en familia, en sanidad y tal-, puede ser un perjuicio, puede ser muy perjudicado con un... con un criterio objetivo puramente; o sea, el resto... hay que buscar alguna fórmula para que se pueda compensar eso, y luego lo que ese medio puede aportar a la Comunidad, ¿no? Yo creo que, en nuestro caso, tener una consultaría con una abogada que es una referencia a nivel mundi... -a nivel mundial iba a decir- a nivel español -perdón- es un valor que se aporta desde Castilla y León; ser un proyecto desde Castilla y León creo que es... con periodistas de Castilla y León, con cuatro periodistas de Castilla y León, yo creo que es un valor también, y también hay que tenerlo en cuenta, ¿no?

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, hablaba antes del proyecto de ley que ayer Partido Popular y Ciudadanos, para que nada cambie y todo siga igual, no quisieron ni tan siquiera entrar a conocer por parte de este Parlamento; es decir, no se quisieron ni sentar a la mesa para que, entre todos juntos, desde luego, quitemos todas estas sombras que ellos mismos han puesto en el sistema. Pero que es cierto que las cifras no coinciden con ningún tipo de criterio objetivo, que además son incapaces de acreditar, ni por escrito ni verbalmente; y al final, bueno, pues es imposible saber cómo han repartido la publicidad institucional en Castilla y León.

Pero, como le decía, esa proposición de ley, a la que PP y Ciudadanos ayer dijeron que no, hacía una propuesta; una propuesta para consensuar, como fue la ley en dos mil nueve, no ese desmarque, esa vía unilateral del Partido Popular, en



dos mil catorce, suprimiendo la Comisión Autonómica y el control parlamentario, volver a esa senda del diálogo y del acuerdo de dos mil nueve. Y nosotros decíamos: el 60 % que sea la audiencia, Estudio General de Medios o OJD; pero luego tiene que haber otros criterios: tenía que haber el criterio de dar acceso a toda la población, el criterio de la territorialidad, el criterio de las propias condiciones de los profesionales que forman parte de los medios. Es decir, en nuestra propuesta, abierta a la negociación y al acuerdo, se contemplaban diversos criterios, pero todos ellos objetivos, para evitar lo que nos ocurre en este momento. Que yo le decía al anterior compareciente: es que esto parece que hacemos la pregunta del Trivial. ¿Usted sabe cuál eran los criterios objetivos por los que la Junta de Castilla y León ha venido repartiendo el dinero?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Ya se lo he dicho a la procuradora de Ciudadanos, yo no sé los criterios objetivos con... ni los sé ni los conozco. Sinceramente, tampoco me he preocupado. Creo que tengo bastantes más... cosas más importantes que preocuparme de eso. Tenemos un medio que hemos ido creciendo, que hemos ido expandiéndonos; y, bueno, lógicamente, no... no me he preocupado.

Es que no me preocupa mucho tampoco lo que hagan los demás medios. No quiero... prefiero avanzar en nuestra línea. Entonces, el tema de ese reparto, no... ni sé los criterios ni me he preocupado tampoco por saberlos.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, tranquilo, porque no lo saben ni ellos y no lo sabe nadie; bueno, y si lo saben, desde luego que no nos lo han querido contar en esta Comisión de Investigación, así que seguimos, seguimos buscando cuál era el criterio.

Su medio tiene dos cuestiones que son muy particulares: y es que es un medio especializado y además es un medio digital. Vayamos con las cantidades de su propio medio. Sabe que la Junta de Castilla y León, a lo largo del período investigado, estamos hablando de 80.129.491 euros, y su medio ha recibido 97.999,98 euros; es decir, una cantidad relativamente exigua para todo ese bloque de la publicidad institucional. Pero, claro, lo que nos llama la atención es más en relación con la Consejería de su ramo, con la Consejería de Agricultura. La Consejería de Agricultura, en publicidad institucional, a lo largo del período investigado, ha gastado casi 11 millones de euros. ¿Le parece que hay una relación de equilibrio con la cantidad que ha recibido su medio?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Es evidente que todos queremos más y nos gustaría recibir más. Pero, bueno, como no sé los criterios con los que se ha repartido ese... esos 11 millones de la Consejería de Agricultura, no puedo ni valorar si lo nuestro es mucho, es poco. Yo sé que en el momento que nosotros arrancamos se nos apoyó, que nos hacía falta ese apoyo y se nos apoyó, y yo reconozco ese esfuerzo que se hizo desde la Consejería, y que ese esfuerzo se ha mantenido en el tiempo.



¿Es un esfuerzo económico? Sí. ¿Que es interesante? Sí que es interesante para nosotros. Pero, bueno, yo valoro más otro tipo de apoyos, a nivel de información, por ejemplo, que... que el tema económico.

A todos nos gustaría recibir más. Creo que cualquiera de los que hayan pasado por aquí, y te ha dicho que... o le haya dicho que está contento con lo que está, miente, porque todos queríamos más. Pero, bueno, es lo que hay. Nosotros, particularmente, estamos contentos con la... con las cantidades.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Usted ha dicho a lo largo de la comparecencia que su medio ha ido creciendo; pero, claro, eso llama la atención con las cifras. ¿Su medio, de dos mil diecisiete a dos mil dieciocho y dos mil diecinueve, bajó en audiencia?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Es una pregunta interesante. No, nuestro medio no ha bajado en audiencia, sino que seguramente en esos años haya triplicado la audiencia. Hemos llegado... el último año, solo en el último año, hemos crecido un 100 %, hasta los tres millones y medio de visitas; con lo cual, pues en esos tres años nos habremos multiplicado pues por tres, seguro, la audiencia.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Y, si su medio ha triplicado la audiencia y en el último año el 100 %, ¿qué explicación le han dado o se podría dar que en dos mil diecisiete recibiera 21.000 euros y, sin embargo, en dos mil dieciocho y dos mil diecinueve recibiera 18.000 euros? ¿Qué tipo de explicación objetiva hay a que se le haya bajado la publicidad institucional, cuando usted dice que ha triplicado, hasta incluso ha subido el 100 % en su audiencia?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Y no lo digo yo, lo dice Google Analytics, eso... y OJD; bueno, lo que quieras, no hay problema.

Yo es un tema, el de las cantidades, sinceramente, que no he debatido nunca. O sea, a nosotros nos han dado una cantidad. Y no lo he debatido cuando lo han subido, ni lo he debatido cuando me lo han bajado, simple y llanamente, bueno, yo acepto la cantidad; a nosotros es una cantidad que nos viene bien, nos permite gozar de una cierta estabilidad e iniciar otros proyectos. Entonces, ¿ha habido fluctuaciones? Sí. ¿Ha habido crisis económicas? También. ¿Ha habido recortes de publicidad? Pues me imagino que también. ¿Que en esa época en la que nos bajaron a nosotros bajarían al resto de medios? Pues seguramente también. No lo sé. No lo sé, porque yo... ya te digo que no me suelo... no me preocupo de lo que hacen los demás. Entonces, yo, como yo... tampoco la bajada era desmedida, bueno, pues bien, pues en una circunstancia, pues ya nos subirán el año que viene, si nos suben, y, si no, pues seguiremos igual. Porque tampoco... afortunadamente, la publicidad institucional ha ido bajando a nivel porcentual sobre el total nuestro y ha ido creciendo el de la empresa privada. Con lo cual, tampoco ha sido una situación problemática.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Claro, pero el objeto de nuestra acción es garantizar que el dinero público se emplea de la mejor manera posible; es decir, que tanto la información como... que se quiere hacer llegar al ciudadano como esa propia publicidad de la imagen de la Junta de Castilla y León, de las acciones de la Junta de Castilla y León, tengan la mejor relación calidad-precio, teniendo en cuenta todos esos factores y criterios. Entonces, claro, a nosotros nos preocupa cómo se ha gestionado el dinero público. Cómo es posible que, si su medio es capaz de llegar a muchos más, la cantidad que invierte la Junta de Castilla y León sea mucho menos. Es que esa es la cuestión y este es el quid de esta Comisión de Investigación: cómo se ha gestionado el dinero público para que pasen cosas tan inexplicables como la que acabamos de poner de manifiesto.

Y, claro, esto no es una cuestión generalizada, cuando la propia Junta de Castilla y León habla del OJD, y el OJD acredita que ustedes suben, pero su cantidad baja. Y esto se compadece mal, además, con las cantidades del resto de medios, que también son digitales y también son especializados. Por ejemplo, si acudimos a *AG Actualidad Rural*, que sería un medio que trata contenidos similares al suyo, vemos como en dos mil diecisiete pasa de 19.999,99 al año dos mil dieciocho 22.999,68, y en el año dos mil diecinueve, 25.999,92. En *Agrodigital* se mantienen las cantidades.

Entonces, si el reparto se hacía conforme al OJD, ustedes subían en audiencia, ¿por qué bajaba su cantidad, cuando en el resto de medios similares al suyo, especializados y digitales, las cantidades subían? ¿Tiene usted alguna explicación lógica o alguien se la ofreció en algún momento para que nos digan cómo se ha gastado el dinero de los castellanos y leoneses?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

No tengo ninguna explicación y tampoco nunca las he pedido. Esas cifras que me estás diciendo muchas de ellas es que no las he oído nunca; no sabía ni lo que estaban cobrando otros medios. No puedo darte ninguna explicación porque yo tampoco... ni las he pedido nada, ni sé sus criterios, ni sé nada. Entonces, bueno, yo sé que se nos daba esa cantidad en los... a través de varias campañas de publicidad a lo largo del año, y ya está. Sinceramente, es que tampoco me he preocupado nunca de... de lo que hacen con el resto.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro, esta es la cuestión. Cuando el Partido Popular o Ciudadanos dicen "es que se han adelantado, es que se han adelantado". No, es que tenemos una responsabilidad con esta Comunidad y con el dinero de todos los castellanos y leoneses. Y cuando esta documentación obra -ellos también la podrían tener si hubieran hecho su trabajo-, hay que evitar que esto vuelva a pasar, hay que evitar que los medios que suben en audiencia, es decir, que son capaces de llegar a más de nuestros vecinos, sin mediar ninguna explicación, se les recorte el dinero; y no sabemos por qué, en paralelo, a medios similares se le incrementa.

Esto es lo que trataba de evitar iniciativas como las de ayer. No hay que esperar a más, si los datos están aquí, si los datos nos los han dado ellos. ¿A qué esperamos, a mitad de legislatura, a que se sigan haciendo cosas como la que le acabo de



describir? El Partido Socialista es un partido responsable, que vela por el mejor uso de los dineros de todos los castellanos y de todos los leoneses; allá cada uno con lo que votaron ayer. Desde luego que nosotros vamos a seguir cumpliendo con nuestra obligación, que es la de evitar que cosas como esta sigan pasando en Castilla y León.

Otro apartado, que es cómo se repartía entre los diferentes tipos de medios: prensa escrita, radio, digitales, agencias, televisiones y otros. Nos llama poderosamente la atención que en el período investigado, de dos mil catorce a dos mil diecinueve, cuando hay un despegue absoluto de los medios digitales –usted lo decía, y es similar en el resto de medios digitales, es decir, cada vez más vecinos y vecinas de Castilla y León se informan a través de medios digitales–, ¿cómo es posible que esté tan desenfocado el reparto de la publicidad institucional, que de 80 millones solo 7 vayan a los medios digitales? Es decir, ni tan siquiera un 9 % del total llega a los medios digitales, y además por un sistema muy diferente al resto de medios. Y es que solo a través de Presidencia, replicando campañas del resto de Consejerías, ustedes no accedían a ese reparto por Consejerías, era Presidencia quien canalizaba todo. Pero, claro, ¿cómo se puede explicar solo un 9 % del dinero de todos, cuando la audiencia y otros criterios (territoriales, de accesibilidad...) están muy muy por encima? ¿Algún... en algún momento alguien les dijo por qué?

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Nadie. Yo no sé los criterios y no... nadie, tampoco he preguntado. Es verdad que la evolución digital está siendo muy fuerte los últimos años. Y yo creo que esto irá cambiando, porque está cambiando también el resto de patrocinadores: antes una empresa de maquinaria jamás se anunciaría en un medio digital, y ahora mismo se pelean por publicitarse en un medio digital.

Yo creo que hay que ir evolucionando, y el tema digital es un tema complicado, que, o te lo crees, o no te lo crees, o sea, no... no hay término medio, ¿no? Entonces, bueno, sí que la tendencia general es a fortalecer esos medios digitales, pero todavía hay gente que cuesta mucho dar ese salto hacia lo digital; le cuesta todavía. Los criterios no los sé ni, y tampoco me he preocupado de saberlos, la verdad.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pero ¿sabe cuál es la cuestión? Que al final, te lo crees o no, puede ser subjetivo. Lo que es objetivo es que los vecinos y vecinas de Castilla y León sí que creen, porque cada vez son más los que se informan a través de los medios digitales. Y la obligación de quien gobierna es acomodarse a las circunstancias, no ir años por detrás de las circunstancias.

Si la normativa que tenemos ahora, si el reparto que se hace ahora está desacompasado de la realidad social, al final no se está haciendo una buena gestión del dinero de todos. Y eso era lo que nosotros intentábamos también evitar ayer: que siguiera yendo, por un lado, la Junta de Castilla y León, con un sistema opaco, falto de objetividad, con todas estas cuestiones... que no es que las diga el Partido Socialista, que es que obran en los expedientes, la realidad obra en los expedientes. Y esa realidad: por un lado, está el Partido Popular y su gestión; y, por otro lado, estamos los vecinos y vecinas de Castilla y León, que queremos el mejor empleo de nuestro dinero. Y cuando uno está gestionando con una realidad paralela, al final



la ciudadanía va por un lado y el Partido Popular y su gestión sigue yendo por otro. Este era el objeto de lo que ayer pusimos encima de la mesa, y lo vamos a seguir poniendo encima de la mesa, para que nunca más tengamos que ver que, mientras uno triplica sus audiencias, bajan su... su publicidad institucional; para que dejemos de ver como aquel tipo de medios que la ciudadanía, que es la que elige, decide utilizarlos más, las cantidades sean pues como las que le acabo de describir.

Esto es por lo que vamos a seguir trabajando: por la mejor gestión del dinero de los castellanos y leoneses y por ese derecho constitucional, que es el derecho a la libertad de prensa, pero también -y es la otra cara de la moneda- el derecho que tenemos todos los que vivimos en esta tierra de recibir esa información libre, veraz. En eso trabajamos, para eso vamos a seguir trabajando, y esperemos que, más pronto que tarde, haya un cambio, y un cambio que permita también que haya un sistema objetivo, participado y con control parlamentario de la publicidad institucional.

Muchísimas gracias por su comparecencia hoy aquí. Muchísimas gracias por el trabajo que hace en pro de Castilla y León. Gracias.

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

No, muchas gracias a ti.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Para cerrar la sesión, tiene la palabra el señor compareciente, por un tipo máximo de diez minutos.

EL SEÑOR FALCES YOLDI:

Nada, yo, simple y llanamente, ni un minuto, dar las gracias porque os habéis acordado de un medio tan pequeño como somos nosotros, que a fin de cuentas no... representamos un... un creciente periodismo, pero que todavía estamos muy lejos de... de los grandes gigantes. Y, bueno, que espero que mis aportaciones, que no han sido muchas, porque tampoco conozco mucho el tema, pues os hayan sido... os hayan servido para algo. Nada más. Y gracias a Virginia por... porque yo creo que me has hecho una campaña de publicidad bastante importante, que espero que tomen nota.

LA SEÑORA MONTERO CARRASCO:

Muchas gracias. Pues, ya para finalizar, dar las gracias al señor compareciente, al señor Falces, por... por su valiosa aportación a esta Comisión.

Y no habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión.

[Se levanta la sesión a las trece horas treinta minutos].