



## **TRANSCRIPCIÓ EN BRUT**

**Aquesta transcripció està pendent de verificació i correcció. Pot contenir, doncs, errades de fidelitat i incorreccions lingüístiques i no es pot considerar com una publicació oficial**

Fitxer 1

XIV legislatura · quart període · sèrie P · número \*\*\*\*

## **Ple del Parlament**

Sessió 41, tercera i darrera reunió, dijous 24 de novembre de 2022

Vicepresidència primera en funcions de presidenta, H. Sra. Alba Vergés i Bosch

Sessió 41.3

La sessió s'obre \*\*\*\*. Presideix la vicepresidenta primera en funcions de presidenta, acompanyada

de la vicepresidenta segona, el secretari primer, la secretària segona, el secretari tercer i el secretari quart. Assisteixen la Mesa el lletrat major en funcions de secretari general i [lletrats].

de tots els membres de la Mesa, la qual és assistida pel lletrat major en funcions de secretari general i [lletrats].

Al banc del Govern seu el president de la Generalitat, acompanyat de tot el Govern /

Al banc del Govern seu el president de la Generalitat, acompanyat de la consellera de la Presidència, el conseller d'Empresa i Treball, la consellera d'Economia i Hisenda, la consellera d'Igualtat i Feminismes, la consellera d'Acció Exterior i Unió Europea, el conseller d'Educació, el conseller de Recerca i Universitats, la consellera d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, el conseller d'Interior, el conseller de Territori, el conseller de Salut, el conseller de Drets Socials, la consellera de Cultura i la consellera de Justícia, Drets i Memòria.

**La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Bon dia diputats, diputades.

**Moció subsegüent a la interpel·lació al Govern sobre la publicitat institucional**

302-00207/13

Reprenem la sessió amb el quinzè punt de l'ordre del dia, que és la Moció subsegüent a la interpel·lació al Govern sobre la publicitat institucional, presentada pel Grup Parlamentari de Ciutadans. Per exposar-la té la paraula la diputada Anna Grau Arias

**Anna Grau Arias**

*Gràcies, presidenta; consellera, diputats.* Bueno, en el último Pleno les interpele a ustedes, a todos, a todos ustedes, sobre la creciente amenaza de un uso cada vez más descaradamente político y partidista de la publicidad institucional. Les advertí concretamente del peligro que supone la combinación explosiva, ofensiva y letal entre esta politización y la precariedad también creciente de los medios de comunicación, incluso de los más aparentemente sólidos. Les llamé a reflexionar sobre el peligro del hoy por ti y mañana por mi, y les puse incluso algunos ejemplos concretos, sangrantes y curiosos, de quién cobra cuanto, o ha cobrado cuanto hasta ahora, de quien y por qué.

Les advertí del peligro de intentar alterar los ecosistemas comunicativos desde el poder, quitando y poniendo Grupo Godó; Grupo Ferran Rodés; Grupo Pepe Antich o grupo marca *no t'hi fixi's*, que es algo que va más allá de la lógica, o no tan lógica, tendencia compulsiva de algunos partidos políticos a arramblar con todo el poder mediático posible. Estamos acostumbrados a tener en mente sólo los medios de comunicación públicos cuando hablamos de estas cosas. Alguno hay que hasta se piensa que bastaría con cerrar TV3 para restaurar mágicamente la libertad de prensa, de pensamiento y de opinión en Cataluña. Qué error, qué inmenso error.

Ciertamente ha sido decepcionante ver que en este Parlament se nos prometía una refundación de la televisión pública catalana para acabar pateleándola. Igual que se ha pateleado Televisión Española. Pero los medios de comunicación públicos, por pateleados que estén, no dejan de estar sometidos a un mínimo escrutinio y control parlamentario. Incluso si ese control parlamentario se reduce a veces al derecho a pataleta. Pongamos que alguien se hartara de oír, noche sí y noche

también en la tele de todos los catalanes: *Bona nit i puta Espanya*, y que, si a alguien se le ocurriera gritar un día desde aquí pues, *bon dia i puta TV3*. A cositas así se reduce muchas veces el control de los medios públicos de comunicación. Al derecho al berrinche y a la revancha.

Pero si nos ponemos serios, la mayor amenaza hoy para la independencia del llamado cuarto poder no reside en el control de los medios públicos, al fin y al cabo, previsible y notorio, sino el de los medios privados por la vía de una publicidad institucional que a menudo marca la diferencia entre que un proyecto mediático pueda sobrevivir o tenga que cerrar. Por eso es más importante que nunca quitarnos la venda de los ojos y reforzar los mecanismos de control parlamentario, todo lo imperfectos que se quiera, pero tenaces y persistentes –por nuestra parte, por lo menos– para reducir los márgenes de desinformación y arbitrariedad de nuestra sociedad.

Les comentaba en mi interpelación sobre este tema que ahora que ha habido cambios llamativos en el puente de mando al *Govern*, quién sabe si el inicio de una nueva era donde los antiguos señores *seran els masovers* y los antiguos *masovers* los señores, bueno, pues es la hora de hacer la prueba del algodón. A ver si salimos de ese secretismo tipo *La vida de los otros*, con que hasta ahora se ha gestionado la publicidad institucional de la Generalitat y podemos derribar el muro y hasta algún telón de acero.

La moción que llevamos a este Pleno y a la que tengo la satisfacción de decir que hemos podido incorporar algunas enmiendas que ya comentaré más detenidamente en mi siguiente intervención, insiste básicamente, hasta diría machaconamente en los conceptos de transparencia y de rendición de cuentas. Costó dios y ayuda conseguir que las memorias de la publicidad institucional de la Generalitat se cuelguen en internet, así sea muy a toro pasado y de una manera tan intrincada, que a más de tres y cuatro periodistas yo en persona he tenido que enseñarles como encontrarlas.

Vamos a ver el siguiente pequeño paso para la Generalitat, pero un gran paso para Cataluña, de que haya rendición de cuentas no solo online, sino presencial, en sede parlamentaria, con posibilidad de objetivar los criterios con que esa publicidad se

otorga. Y si no se pueden objetivar del todo, por lo menos someterlos a debate y a votación. Y a ser posible, que eso se haga de manera regular. Y si pudiese ser antes, no después de dar esa publicidad. Que teóricamente no es una subvención caprichosa, pero qué quieren que les diga, hasta ahora, en la práctica mucho se ha parecido a eso.

Bueno, pues quién sabe, a lo mejor hasta vuelven a crecer la hierba y el periodismo en Cataluña.

*Gràcies.*

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Té la paraula per defensar les esmenes presentades per part del Grup Parlamentari Socialistes i Units per Avançar el diputat Jordi Riba Colom.

#### **Jordi Riba Colom**

Molt bon dia vicepresidenta, consellera, diputades, diputats. Permetin-me començar la meva intervenció amb una pregunta molt bàsica. És necessària la publicitat institucional? La nostra resposta és clara i contundent; sí. Davant de discursos simplistes que sentim, a vegades aquí, sobre despeses innecessàries, creiem que aquest recurs o aquest instrument és necessari i convenient. Per esmentar-ne alguna, sense ànim de ser exhaustiu, les campanyes o accions que hem vist sobre la pandèmia, campanyes de prevenció d'incendis forestals, campanyes de conscienciació contra la violència masclista, posen de manifest aquesta importància en la mesura que en molts casos estem parlant, fins i tot, de salvar vides.

Ara bé, creiem que tota la publicitat institucional s porta a terme per part del Govern respost a aquests legítims objectius? I en aquest cas la resposta és tan clara i contundent: no. Tenim dubtes, tenim molts dubtes. I no perquè algunes de les accions considerem que clarament s'escapen d'aquests objectius i recauen en àmbits netament partidistes, sinó per la dificultat de poder-ne fer una fiscalització eficaç des de l'oposició. Per aquest motiu agraïm a Ciutadans la presentació d'aquesta moció, oportuna, i amb la que compartim objectius i molt bona part del contingut específic. Quan diem que no considerem que els objectius de les

campanyes siguin sempre imparcials o no siguin objecte d'instrumentalització partidista ho diem en referència a alguns exemples que els comentaré.

Hem vist darrerament una campanya sobre la posada en funcionament de la Policia del Mar de la Generalitat. Cal posar-ho en un diari matinal de Lleida? Mar a Lleida, que nosaltres sapiguem no n'hi ha. No sé si és l'àmbit principal d'interès d'una campanya d'aquest tipus. O el que sembla un publireportatge a doble pàgina, en un mitjà de màxima difusió sobre el bé que ho fan al Departament d'Interior –segons el mateix conseller, és clar– en un moment en que les crítiques li plouen, crisi rere crisi que genera. Si el conseller necessita reforç positiu no creiem que s'hagi de concretar en publicitat institucional. Hauria estat molt més oportú dedicar aquest cap de setmana passat a una doble pàgina –entenem– per l'eliminació de la violència contra les dones i no a l'autopublicitat.

Dic sembla, perquè els instruments de fiscalització són insuficients. Per això creiem –com dèiem– la moció de Ciutadans oportuna i necessària. Garantir la transparència, retre comptes, establir criteris objectius, considerem que és imprescindible pel que fa a la publicitat institucional. I en la mateixa mesura, en les subvencions a mitjans, que tot i no ser el mateix, han de circumscriure's a idèntics criteris d'objectivitat i transparència. No fer-ho, no excel·lir en la gestió d'aquests recursos, és donar ales als discursos populistes que carreguen contra tot. I no és possible la transparència, quan el Govern, entenem, ha dissenyat un sistema en el que hi ha fins a 121 partides pressupostàries, si tenim en compte tots els òrgans gestors de les mateixes, que gestionen recursos de publicitat institucional.

A vegades les coses són el que semblen. Una estratègia per distreure la fiscalització, la capacitat de fiscalització de l'oposició d'aquests recursos no és ni transparent, ni es poden adduir criteris d'eficiència en la gestió, perquè gestionar 121 partides diferents no es pot interpretar com una qüestió d'eficiència en cap cas. Per això proposem agrupar aquestes partides, clarificar, simplificar la gestió, i facilitar d'aquesta manera la fiscalització, que és la nostra tasca des de l'oposició, dels criteris objectius, transparents i imparcials que han de tenir les campanyes de caràcter institucional que, com deia, considerem necessàries.

Per últim –com deia– nosaltres sempre defensem el diàleg, negociació i acord, de la mateixa manera que celebrem la presentació de la moció i agraiïm l'acceptació de les nostres esmenes. Celebrem, també, que en un tema com aquest, potencialment delicat, es produeixin acords entre Ciutadans i Esquerra Republicana. Ens sembla molt rellevant i positiu. Constata el fet que per molt que alguns s'esquincin les vestidures, el clima polític avui, el 2017# (10.55), és molt millor que fa uns anys. I per tant, tant, celebrem que aquests blocs es trenquin i que els acords en aquest hemicicle siguin possibles.

Moltes gràcies.

*(Aplaudiments.)*

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Per part del Grup Parlamentari d'Esquerra Republicana té la paraula la diputada Raquel Sans Guerra.

### **Raquel Sans Guerra**

Bon dia, gràcies vicepresidenta, consellera, diputades, diputats. En primer lloc voldria començar destacant les qüestions que compartim d'aquesta moció, que són els principis de transparència i de rendiment de comptes respecte els recursos públics. Des del Grup d'Esquerra Republicana no hi podríem estar més a favor. Però hem d'assenyalar que en aquesta moció es barregen de manera errònia –no voldria dir que malintencionada– dues qüestions que poc tenen a veure.

D'una banda, la publicitat institucional, de l'altra les subvencions als mitjans de comunicació. Precisament amb la voluntat de poder votar a favor aquesta moció o poder votar a favor d'aquests principis de transparència i de rendiment de comptes hem presentat dues esmenes, que una d'elles ha estat acceptada i l'altra ha estat transaccionada. I agraiïm, en aquest cas, la bona predisposició de la diputada Grau per poder arribar a un acord. Per tant, votarem de manera diferenciada aquests dos primers punts i la resta, que hi votarem en contra per això, perquè barreja aquestes qüestions que poc tenen a veure.

D'una banda, publicitat institucional; de l'altra, les subvencions als mitjans. De què parlem quan parlem de publicitat institucional? El diputat Riba en parlava, i perquè

ens pugui entendre tothom, parlem de les campanyes que realitza la Generalitat. I un exemple d'aquestes campanyes és la informació que tots estem rebent aquests dies al voltant de la vacunació de la grip, per exemple. És una campanya on se'ns diu en quines dates ens podem vacunar, on hem de demanar cita, en quins horaris, etcètera. Quins criteris se segueixen a l'hora d'escollir on s'insereix la publicitat institucional? Dons lògicament, si estem parlant d'una campanya dirigida a un públic major de seixanta-cinc anys, anirem als mitjans convencionals, segurament. Aquells mitjans on es concentra la major part del públic de més de seixanta-cinc anys.

En canvi, si estem parlant d'una vacunació del papil·loma, dirigit al públic infantil i juvenil, on anirà aquesta publicitat institucional? Doncs probablement anirà a les xarxes socials, anirà a espais com Tic-Toc, o com Instagram, on es concentra la major part d'aquest públic. Per tant, els criteris que s'utilitzen a l'hora d'escollir on s'insereix aquesta publicitat institucional es regeixen per aquests principis d'eficàcia i d'eficiència de les campanyes institucionals. El més interessat a poder arribar al màxim de públic possible és, precisament, el Govern de la Generalitat amb aquestes campanyes.

De què parlem, en canvi, quan estem parlant de subvencions a mitjans de comunicació? Estem parlant d'una cosa totalment diferent. Estem parlant d'aquelles subvencions que serveixen per donar suport al sector, que hi ha unes bases reguladores que estan publicades i que moltes vegades no es regeixen només per qüestions d'audiència o de nombre de públic, sinó que tenen a veure també amb qüestions d'equilibri territorial, per exemple. Hi ha una publicació petita en un municipi determinat que té una llarga trajectòria i, evidentment, no rebrà aquesta subvenció pel fet d'arribar a una audiència molt gran, sinó que la tindrà per una qüestió d'equilibri territorial, de cohesió social, etcètera.

Aquests són els criteris pels quals s'adjudica la publicitat. Aquests són els criteris pels quals s'adjudiquen aquestes subvencions a mitjans. Com els deia, està publicat.



Fitxer 41\_3PLE2

aquestes bases reguladores són públiques i aquest és el control previ, en aquest cas. Però també existeix un control posterior, i l'altre dia, doncs, en la seva interpel·lació, la consellera Vilagrà va ser molt clara, el Govern disposa, en aquest cas, de la CAPI, de la Comissió Assessora sobre la Publicitat Institucional, que és l'òrgan encarregat de garantir aquesta publicitat de les administracions públiques serveixi, doncs, l'objectivitat i els interessos generals i que s'adeqüi als principis en què s'inspira la legislació aplicable a Catalunya en aquesta matèria.

Voldria destacar que aquesta Comissió està formada per una quinzena de membres, la majoria dels quals són independents i representen, entre d'altres, doncs, les universitats, les entitats municipals, el sector de la publicitat o l'Institut Català de les Dones. Nosaltres anem més enllà amb aquesta esmena que hem pogut transaccionar, perquè aquest control que ja s'exerceix amb aquesta memòria que es publica anualment, doncs sigui encara més transparent. Per tant, en aquests criteris de transparència i de rendició de comptes dels recursos públics, Esquerra Republicana ens hi trobaran sempre.

Però també voldria deixar clar que aquesta moció barreja publicitat institucional, com deia el diputat Riba, també molt necessària per difondre determinades campanyes. Ara que estem al voltant del 25 de novembre, doncs, campanyes en contra la violència masclista, i després les subvencions a mitjans que serveixen per garantir aquest ecosistema de mitjans al nostre país, que són també garantia de democràcia.

Gràcies.

*(Aplaudiments.)*

### **La presidenta**

Gràcies, diputada. A continuació, per fixar la seva posició, té la paraula per part del Grup Parlamentari de Junts per Catalunya, la diputada Glòria Freixa i Vilardell.

**Glòria Freixa i Vilardell**

Gràcies, vicepresidenta. Bon dia a tots. Bon dia, consellera. Bé, pel que fa als primers punts, doncs ja ho saben, ho hem dit moltes vegades des de Junts per Catalunya. La transparència, per nosaltres, és la base de qualsevol gestió pública perquè els ciutadans confiïn i per tant, nosaltres també hi votarem a favor.

Però sí que voldria dir-li que el Govern català, amb el conseller Giró i el nostre director Jofre Llombart –a menys fins a dia d'avui ho podem garantir– ha complert amb la transparència, ha informat de les campanyes des de la Comissió Assessora sobre Publicitat Institucional, ha publicat les memòries en temps i forma, ha publicat la informació relativa als criteris de repartiment de recursos amb xifres molt clares sobre el que rep cada mitjà i cada grup de comunicació. I com per no tornar-hi una altra vegada, potser també estaria bé, si volen, mirar el Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya, on podrien fer un control també del compliment.

Ara bé, retre comptes davant de la Corporació és una mica el que ha dit la companya d'Esquerra Republicana, que una vegada més barregen perquè nosaltres ja tenim un organisme on es ret comptes, que és la Comissió d'Affers Institucionals, que és d'on penja, doncs, aquest àmbit.

Sotmetre a proposta les subvencions de publicitat institucional amb la resta de grups parlamentaris una altra vegada més. I jo avui potser sí que m'aturaria i ho diria fàcil, perquè li deia a la companya, però és que sempre barregen expressament, i no ho acabo d'entendre, i és, subvencions estructurals són un concepte, i les campanyes són un altre concepte. Llavors, una cosa és una línia d'ajuts i l'altra cosa és un proveïdor i per tant, potser que ho comencem a diferenciar perquè acabem tenint debats que estem barrejant tot el dia, doncs, coses que no toquen.

Després m'ha parlat de campanyes antidemocràtiques aquí. I clar, jo li voldria dir qui decideix quan una campanya és antidemocràtica i per tant, jo crec que vostès ja tenen la justícia on podrien anar davant d'un jutge, que sigui ell qui es pronunciï si és o no antidemocràtica, crec que seria correcte.

La transacció a la que han arribat amb el Partit Socialista, que fa referència a agrupar les partides de publicitat, difusió i campanyes institucionals en el Departament d'Economia, doncs, que realment és més control, més transparència i de fet, jo li voldria dir que ha sigut una lluita durant un any del conseller Giró perquè això fos

així i no ens n'hem sortit, malauradament i per tant, doncs, ja que vostès ho porten aquí, doncs nosaltres això ho tirarem endavant.

Després, bé, jo crec que cal que sàpiga que nosaltres tenim els mitjans, tenim els mitjans per fer aquest control, doncs de tots aquests..., d'aquesta publicitat institucional i vetllarem ara que som a l'oposició perquè això es compleixi. Nosaltres últimament sí que hem vist, doncs, algunes dades preocupants, perquè és veritat que aquest govern que intenta caminar sol sense els suports que creiem que serien més representatius, doncs hi ha hagut algun canvi en aquesta publicitat institucional que ens preocupa una mica. Un criteri com els diaris venuts i els diaris llegits, jo crec que és el criteri objectiu i marcat. De fet, tenim legislació que hauria de determinar on el Govern posa aquesta publicitat per arribar al més gran nombre de gent possible.

Però un mes després d'haver deixat el Govern, doncs, ens hem trobat amb dades preocupants com la rebaixa severa de publicitat d'algun diari, i en canvi, el creixement d'algun altre que si seguim els criteris establerts en aquesta normativa, doncs no els veiem gaire adequats i per tant, esperàriem que si aquesta notícia és certa, doncs saber-ho i que s'afanyin, sinó, a revertir-ho.

Per acabar, nosaltres hem fet aquests dies també, perquè com sempre, vostès sempre parlen d'aquesta excel·lència que tenen vostès en els seus criteris, hem mirat, doncs, les webs de transparència del Govern espanyol i hem vist, doncs, com es mouen a les altres comunitats autònomes. I, és clar, bé, nosaltres el que hem vist és que Catalunya té la llei més antiga, pràcticament, de publicitat institucional i que surt en els rànquings molt ben valorada perquè, almenys fins ara, fins on nosaltres podem respondre, és inatacable la publicitat institucional pel que fa a procediments, assignacions, els preus aconseguits i els resultats de les campanyes, que des de la Conselleria del conseller Giró es monitoritzen fins a l'últim impacte.

També li puc parlar de les memòries anuals, que no les publica el Departament d'Economia, les publica una comissió d'experts que també jo crec que no trobarà en altres comunitats autònomes, o sigui, cap altre comitè d'experts com aquest que estigui format per persones independents, des de l'Institut Català de les Dones fins

a altres institucions universitàries, que estiguin tan a sobre d'aquesta transparència en la publicitat institucional, fins on nosaltres podem respondre.

He intentat mirar què fan allà on governen i el que sí que he vist és que de tot el que ja ha caigut, doncs els queda un petit punt allà, a l'Ajuntament de Madrid. I a l'Ajuntament de Madrid, que és encara el que els queda, he vist que han doblat amb publicitat institucional i que tenen molts problemes amb el control. Per tant, bé, com ja ens coneixem, vostès, al mirall, doncs no s'hi posaran, però a nosaltres ens agradaria posar-los-hi.

Moltes gràcies.

*(Aplaudiments.)*

### **La presidenta**

Gràcies, diputada. Per part del Grup Parlamentari VOX, té la paraula el diputat Alberto Tarradas Paneque.

### **Alberto Tarradas Paneque**

Moltes gràcies, presidenta. Si la Generalidad de Cataluña por se caracteriza es por ser uno de los gobiernos más gastones de toda España. Y es que el Gobierno de Aragónès malgasta miles de millones de euros todos los años en asuntos que no son ni sanidad, ni es educación, ni son infraestructuras, ni es ninguna materia verdaderamente importante para la vida de los catalanes.

Pero hoy nos vamos a centrar en el dineral que se gastan para comprar medios de comunicación. Además, partamos de la base de que la Generalidad, pues, ya cuenta con sus medios públicos –ya saben: TV3, Catalunya Ràdio, los demás–, que nos cuestan la friolera de 240 millones de euros –240 millones de euros. Y, por si fuera poco, la presidenta de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la señora Rosa Romà, dice que con estos casi 300 millones que cuenta todos los años..., no es suficiente para ella y que necesita 100 millones más de euros.

Todos sabemos que el objetivo de TV3 no es ni informar ni hacer contenido de calidad, ni programas entretenidos, bueno, ni nada de esto. TV3 es un chiringuito político, cargado de odio y sectarismo, donde el Gobierno enchufa a activistas

políticos para mentir, envenenar y hacer propaganda del separatismo, así como silenciar y perseguir a quien disienta.

La parrilla de TV3 está cargada de programas con contenido propagandístico, que compran a un precio astronómico para pagar favores a magnates afines a su ideología, como es el caso, por ejemplo, del señor Jaume Roures. Han convertido el pueblo de Cataluña en accionistas forzosos de unos medios que les silencian, les insultan, les mienten con un sinfín de noticias falsas y manipuladas. Pero, como los separatistas no tienen suficiente con sus medios de comunicación particulares, pues, se dedican también a subvencionar a medios de comunicación privados con el único objetivo de comprar voluntades y aumentar su poder propagandístico.

Y es que el Govern de la Generalitat se ha gastado este año casi 80 millones de euros con su publicidad institucional y subvenciones a medios de comunicación privados. Han regado con cantidades millonarias a medios como *El Punt*, *La Vanguardia* o el grupo empresarial [#00.09.46], por cierto, cuyo líder está siendo investigado por ser uno de los cabecillas de la revueltas del Tsunami Democràtic; ya saben, esas de los adoquinazos y que terminaron con el asalto violento al aeropuerto de Barcelona.

Ustedes no hacen publicidad institucional, no hacen publicidad de una institución. Ustedes lo que hacen es propaganda de un golpe de estado y usan el dinero de todos los catalanes para promover su ideología criminal y silenciar cualquier tipo de crítica.

El dinero público pertenece a los catalanes. Es intolerable que, mientras hay miles de catalanes en listas de espera sin una vivienda digna y hogares donde ninguno de sus miembros tiene un puesto de trabajo, ustedes despilfarran y gastan su dinero en gasto político innecesario.

Y para eso está VOX en las instituciones, para obligar a los políticos a hacer aquello que hacen, pues, las familias normales en tiempos de crisis, que es apretarse el cinturón, ahorrar dinero en aquello que no es tan importante y destinarlo a aquello que sí importa de verdad.

Y les voy a dar, bueno, un pequeño rayo de esperanza, para que se den cuenta de que esto no es imposible. En la Junta de Castilla y León, gracias a nuestro

vicepresidente, Juan García-Gallardo, se han presentado los presupuestos más eficientes de España. Y es que VOX le ha quitado 20 millones de euros de asignación pública a los sindicatos, corruptos y patronales para destinar este dinero a atender las necesidades sociales. *(Alguns aplaudiments.)* VOX ha pasado las tijeras de podar y les ha cortado el grifo a los chiringuitos ideológicos. Y, gracias a VOX, las subvenciones se han reducido un treinta y siete por ciento, y la publicidad institucional, en otro cuarenta por ciento.

Nos gustaría poder cerrar la televisión autonómica de Castilla y León, que también es un gasto innecesario, pero, de momento, como estamos en un gobierno en coalición, no tenemos fuerza suficiente. Pues no lo hemos podido hacer. Pero no se preocupen que llegará ese día.

Y se preguntarán: «¿Qué ha hecho VOX con todo ese dinero?» Pues muy sencillo. VOX ha aumentado el impulso a la economía y servicios sociales en un cincuenta por ciento. Los seguros agrarios, otro veinte por ciento. VOX ha aumentado el apoyo a las empresas, a los autónomos, a las pymes, a las pequeñas empresas, un treinta y seis por ciento. La oferta turística, un 185 por ciento más. Y, sobre todo, gracias al recorte de gasto político innecesario de VOX se destinará un 300 por ciento más al plan de ayuda a las familias en Castilla y León.

Señores del Govern, con eso lo que les quiero decir es que recortar gasto político no significa empeorar la sanidad, la educación o dejar de construir carreteras. Se pueden hacer cosas mucho más interesantes con el dinero público. Y si ustedes no saben cómo hacerlo o no les da la gana, que me parece que es lo más probable, pues quítense de en medio y dejen paso a otro que sí tiene voluntad política.

Muchas gracias.

*(Alguns aplaudiments.)*

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Per part del Grup Parlamentari de la Candidatura d'Unitat Popular - Un Nou Cicle per Guanyar, té la paraula la diputada Maria Dolors Sabater i Puig.

### **Maria Dolors Sabater i Puig**

Gràcies, vicepresidenta. Diputades, diputats, consellera... Bé, no deixa de ser curiós, diputada Grau, que a vostès, que són producte mediàtic, que són aquí gràcies justament a com els mitjans privats i també alguns de públics els van inflar i inflar, sobretot després del 9-N català, ara, de cop i volta, els hi preocupi qui alimenta els mitjans i quins interessos i quins lobbys els poden esperonar.

Bé, nosaltres d'aquesta moció, evidentment, com sempre, el nostre compromís amb la transparència. I això..., també aprofito per dir-los que la seva moció..., només que vostès haguessin consultat els serveis del Parlament, els excel·lents serveis de documentació del Parlament, doncs, haurien vist que algunes de les coses que vostès aquí ens posen ja estan aprovades per aquest Parlament. I es van aprovar justament en una moció que va presentar la CUP i a la que vostès van donar suport. I la veritat, expressat d'una manera una miqueta més clara, no?

Per exemple, hi havia un punt que crec que és clar, que és «vetllar per la màxima transparència en l'accessibilitat a les dades sobre ajudes directes, publicitat institucional i subscripcions que reben els mitjans de comunicació». I crec que aquesta distinció és molt important. Ja ho han dit altres grups polítics: s'ha de distingir..., no és el mateix la publicitat institucional que les ajudes directes, que les subscripcions que reben els mitjans. I, per tant, penso que, a part de que nosaltres, evidentment, el punt 1 i el 2 els votarem a favor en aquest sentit, crec que l'exigència ha d'anar en que aquesta transparència i aquesta manera de que puguem fiscalitzar els grups polítics i la ciutadania distingeixi

### Fitxer 3

el tema de les subvencions del tema de la publicitat, cosa que vostès fan un aiguabarreig que acaba sent, diguem, que se'ls veu el llautó d'una manera molt clara. El llautó, en aquest esperit d'anar tan en contra a TV3, no?, aquesta obsessió que tenen vostès en contra de TV3, que precisament és la pública.

I aquí jo crec que la defensa de la pública no la veig d'una manera clara per part de vostès. Vostès, que van néixer gràcies a la privada sobretot, que i m'agradaria unes dades perquè penso que és interessant recordar, no? Vostès, hi ha un estudi molt interessant de l'Observatori crític dels mitjans que ja té uns quants anys, gairebé...

És del 2015, en què es veu clarament que després del 9N, vostès van protagonitzar un fenomen tan especial que fins i tot hi va haver una campanya pública que deia «Un día sin Rivera en TV3..., en TV».

Hi va haver una campanya popular en change.org, perquè, com després es va demostrar aquest estudi que va fer la Mèdia.cat, doncs resulta que vostès, amb un període d'estudi comprès entre el 28 de setembre i el 15 de novembre, és a dir, en quaranta-nou dies, van sortir 176 vegades als mitjans, no per notícies protagonitzades pel seu grup polític, sinó senzillament en entrevistes directes; 176 aparicions en mitjans dels quals quinze a premsa, seixanta-dos en ràdio, noranta-nou en televisió, un mitjana de quatre aparicions al dia de membres de Ciutadans als mitjans de comunicació, en els quals destacava la cobertura de La Sexta, vint-i-quatre aparicions, vint-i-quatre aparicions en quaranta-nou dies –no protagonitzant notícies, sinó proactivament per donar-los espai– divuit a 13TV.

I vostès van arribar a sortir cada dos dies, una vegada cada dos dies. Bé, no té desperdici aquest informe per demostrar i, en canvi, per demostrar el que nosaltres denunciem sempre que és com els mitjans privats estan dominats per uns lobbys, per uns interessos econòmics i polítics, i dels quals vostès en van ser producte, com això, cal acabar amb això. Cal transparència en això. Ens agradaria que vostès també ajudessin a que hi hagués aquesta transparència. Ens agradaria saber qui va pagar tota aquesta campanya seva. Nosaltres estarem d'acord –perdó, i acabo, presidenta– en el que suposa una millora pels drets laborals de les persones treballadores dels mitjans de comunicació.

També hi havia aquí, en la proposta de resolució aprovada en el 2016 a instàncies del nostre grup, perdó el 2017, que concretava molt més aquesta necessitat de protegir els drets laborals de les persones que treballen als mitjans de comunicació. Per tant, aquest també el votarem a favor.

Moltes gràcies.

*(Aplaudiments.)*

**La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**



Per part del Grup Parlamentari d'En Comú Podem, té la paraula la diputada Susanna Segovia Sánchez.

**Susanna Segovia Sánchez**

Gràcies, vicepresidenta. Volia començar la intervenció complementant la informació que els ha facilitat el diputat de VOX i informar-los que el govern de Castella-Lleó, del PP i VOX, una de les coses que també ha fet és augmentar en un vint per cent la partida de càrrecs polítics, de càrrecs eventuais i càrrecs de confiança. Per tant, no només el que ha dit el senyor de VOX, sinó també comentar-los aquesta informació, (*aplaudiments*) que sembla ser que no li ha donat temps de facilitar-la.

Ara sí, entrant en la matèria de la moció, crec que és evident que tenim un problema i seguim tenint un problema amb la transparència de les subvencions i de la publicitat institucional, però que també és important distingir les coses. No és el mateix la publicitat institucional que les subvencions als mitjans i també s'han de regir per criteris diferents.

Creiem que el tema de les subvencions és el que més s'ha de treballar i més s'ha de parlar, perquè evidentment és on opera sobretot més un criteri de discrecionalitat que a hores d'ara el Govern encara no ha sigut capaç d'explicar per què determinats mitjans reben una subvenció i perquè determinats altres mitjans no en reben. Hi ha a qui li preocuparà qui en rep més; a nosaltres a vegades ens preocupa qui en rep menys, perquè, per exemple, tots aquells mitjans que són mitjans més crítics, com *Sentit crític* justament, o com *La Directa*, o com d'altres mitjans que tenen una vocació de periodisme d'investigació crític i que sovint es troben en una situació econòmica precària que no els permet fer aquesta feina, doncs, no considerem que segurament tinguin tot el suport que haurien de tenir; tot i que també és veritat que això és una de les coses que fa que precisament puguin garantir aquesta independència. I això no parla massa a favor d'altres mitjans de comunicació.

Al final, els ingressos provinents de la publicitat institucional, com els de la publicitat privada, condicionen moltes vegades la línia editorial dels mitjans, quan la subvenció ve de l'administració pública, però també quan ve d'empreses privades. I llavors sí que podem trobar alguns mitjans amb un fort finançament d'Agbar, per exemple, que curiosament condicionen moltíssim la seva línia de finançament. Per tant, hem

d'entrar no només a parlar de com regular la publicitat institucional i com regular les subvencions i que hi hagi més transparència –nosaltres estarem a favor d'això– sinó també a parlar de com la publicitat i la dependència dels ingressos de grans empreses condiciona la independència, la línia editorial i la línia informativa de determinats mitjans.

De fet, hem vist mitjans d'internet, mitjans digitals que surten com bolets, que no se sap massa mai qui hi ha darrere, perquè les línies editorials són molt evidents i que, amb poc, les investigacions que fan les persones que es dediquen justament a traçar quina és la relació entre aquestes subvencions i les línies editorials acaben demostrant, com els dic, que a darrere hi han determinades empreses. Ho vam veure també amb la línia informativa de molts mitjans sobre l'ampliació de l'aeroport. Per tant, crec que és una de les coses que hauríem també de plantejar com un debat obert.

D'altres punts que contempen la moció nosaltres no els acabem de veure clar. És a dir, no considerem que l'únic criteri hagi de ser el nombre de lectors o l'audiència que tenen els mitjans; pel que els deia, perquè també hi han mitjans que potser tenen un nombre més petit de lectors o de seguidors que mereixen igualment que se'ls tingui en compte a l'hora de tenir publicitat institucional, precisament perquè potser arriben a un *target* diferent de gent, i l'objectiu de la publicitat institucional és poder arribar a tothom.

I aquí entrem en el tema del contingut de les campanyes de publicitat institucional. Tampoc creiem que s'hagin de revisar, que a banda també és com una mica estrany, perquè el que fa a la moció és instar el Govern a revisar les campanyes de publicitat institucional. Jo entenc que ja ho fan, és a dir, entenc que, abans de que surti una campanya de publicitat institucional, el departament que l'està posant en marxa revisa aquest contingut. Una altra cosa és que no ens agradi el que surt i no ens agrada, perquè al final la publicitat institucional és una eina de difusió de les polítiques que es fan i les polítiques les fan governs que estan conformats per partits. Llavors, si jo estigués en un govern, segurament hi hauria una línia de publicitat institucional sobre com garantir el dret a l'avortament de les dones, sobre com

garantir l'accés a mitjans anticonceptius, sobre com fer educació sexoafectiva als joves. Si hi hagués VOX en aquest govern, no faria això.

Per tant, sí. És evident que la publicitat institucional respon a allò que els partits que estan en aquell govern consideren que són prioritats polítiques i drets que s'han d'estendre. I això fa que als que no estiguem en aquell govern i no estiguem d'acord amb la línia potser no ens agradi tant. Però nosaltres considerem que s'han de poder fer. Una altra cosa és el risc d'instrumentalització electoral de la propaganda institucional, que és un altre tema i del qual se n'ha de parlar també.

Finalment, el tema d'agrupar les partides de publicitat, difusió i campanyes institucionals totes a la conselleria d'Economia, no ho acabem de veure clar. No hi votarem en contra, però no ho acabem de veure clar, perquè creiem que segurament és molt més eficient que cada departament pugui gestionar les seves campanyes institucionals i el seu pressupost, evidentment, amb la supervisió d'Economia, però entenc que això ja és així.

Gràcies.

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Gràcies, diputada. Per part del Grup Mixt té la paraula el diputat Daniel Serrano Coronado.

### **Daniel Serrano Coronado**

Gracias, vicepresidenta. Desde el escaño para fijar nuestra posición y adelantar nuestro apoyo a la misma. Una moción que pretende poner en valor un principio elemental de transparencia, en este caso, aplicado a la publicidad institucional. Una transparencia que, como bien dice la moción, debe dedicarse tanto en los procesos de adjudicación de la publicidad institucional como en los costes que se derivan de esas adjudicaciones.

Compartimos, también, que se obligue a una rendición periódica de cuentas, en este caso, con carácter anual, con la enmienda aceptada. Una rendición de cuentas en la que se explique y se justifica a quién se adjudica la publicidad institucional y en base a qué criterios objetivos y económicos se adjudica. Compartimos también que

se busca revisar previamente a la adjudicación de esa publicidad institucional los contenidos de la misma. Habría que buscar el método y el procedimiento.

Como decía la compañera diputada de los comunes, entendemos que eso ya se hace por parte del Gobierno. Sí que es cierto que los partidos de la oposición tampoco lo vemos del todo claro, pero sí que es cierto que habría que reforzar ese mecanismo que revise con carácter previo los contenidos de la publicidad institucional para evitar, sencillamente, que detrás de una campaña institucional no haya enmascarada una campaña puramente propagandística de partido como en ocasiones ha ocurrido.

Sí que echamos en falta alguna mención o alguna medida encaminada a reducir o a limitar la partida presupuestaria en publicidad institucional, teniendo en cuenta que en el ejercicio pasado fue de 30 millones de euros. A algunos les parecerá poco, nosotros creemos que es bastante teniendo en cuenta el contexto económico.

Y echamos en falta también alguna mención para que esa publicidad institucional se circunscriba, por ejemplo, a servicios esenciales y evitar caer en la tentación de que detrás esas campañas de publicidad institucional, haya campañas puramente propagandísticas de partido.

En cualquier caso, compartimos el contenido final de la moción y la apoyaremos.

Gracias.

### **La vicepresidenta primera en funciones de presidenta**

Gràcies, diputat. Doncs, per part del diputat no adscrit té la paraula el diputat Antonio Gallego Burgos.

### **Antonio Gallego Burgos**

*(Per raons tècniques, no han quedat enregistrats els primers mots de la intervenció de l'orador.)* Es obvio que durante muchísimos años el *Govern*, beneficiando a medios afines, ha venido utilizando la publicidad institucional como herramienta partidista para perpetuarse en el poder, desarrollar una estrategia de construcción nacional y erosionar la democracia española.

Es insultante que este *Govern* haya comprometido ya 105 millones de euros en los próximos tres años para propaganda institucional con la que está cayendo. Efectivamente, como bien decía la diputada, falta transparencia, rigor, austeridad y sobra amiguismo.

Votaré a favor de todos los puntos de la moción.

Gracias.

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Gràcies, diputat. Per pronunciar-se sobre les esmenes té la paraula la diputada Anna Grau Arias.

### **Anna Grau Arias**

Bé. Gràcies, presidenta. Gràcies, diputats. Gràcies a tots els grups que han anunciat el seu suport i als que han presentat esmenes. Valorem molt positivament, sobretot, l'esmena d'Esquerra Republicana que assumeix un compromís concret per retre comptes la primera quinzena de febrer del 2023. O sigui, ens sembla molt positiu posar fil a l'agulla.

I de les esmenes del PSC, sobretot, també trobem especialment interessant la que reclama –bé, ja ho reclamàvem nosaltres, però ens sembla que ells ho han fet amb una millor dicció– que per optar a la publicitat institucional les empreses de comunicació hagin de tenir la cara i les mans netes i no tenir resolucions judicials en contra en matèria laboral, per exemple. No fer diaris sencers amb falsos autònoms.

També m'agradaria agrair-los que ningú hagi protestat perquè la moció sigui bilingüe, perquè nosaltres la vàrem redactar en castellà, però les esmenes que se'ns han presentat eren en català. Llavors, per no violentar ni tocar ni una coma, les vàrem incorporar en català. I clar, ens ha quedat una moció bilingüe, cosa que ens fa especial il·lusió després de la trista votació d'ahir en aquest Parlament amb un reguitzell d'esmenes a la totalitat a la nostra humil i raonable llei a favor del trilingüisme. Per tant, ens ha agradat que comprovin que el bilingüisme no mossega.

I precisament, a la senyora Segovia li voldria dir que la moció insisteix, precisament, que hi hagi un respecte de les majories, però també de les minories, també de les

lingüístiques. Trobem a faltar més publicitat institucional i subvencions als mitjans, diguem-ne, no només en llengua catalana.

Per contestar algunes coses que s'han dit aquí. Bé, sí que és veritat que objectivament la comunitat de Catalunya té més mecanismes de transparència que d'altres, però a vegades és una transparència fictícia. De fet, aquí es parla, s'insisteix virtuosament en la diferència entre subvencions i publicitat institucional. Precisament, això és el que no es creu ningú i el que potser amb un adequat control parlamentari ho podríem considerar difícilment.

Una mica [#14:20], va? I acabo de seguida. També s'ha parlat d'«aquí on governem o deixem de governar». Jo li ho puc dir, bé, els governs de coalició, per desgràcia, no són governs monocolors, no pots fer el que et dona la gana, però jo li puc dir que allà on ha governat Ciutadans s'ha treballat el que s'ha pogut a favor de la transparència i, precisament, s'ha procurat que Ciutadans no tingués el control de la publicitat institucional ni al Govern de la Comunitat de Madrid ni al de l'Ajuntament de Madrid, y ahí lo dejo, de momento. I també els hi dic que quan Ciutadans desapareix d'aquests governs es nota una caiguda radical en la transparència i fins i tot en la bona fe de la publicitat institucional.

Quant a la inflor o desinflor,

Fitxer 41\_3PLE4

jo li puc oferir a la diputada Sabaté un històric de la meva declaració de la renda dels últims disset anys, i li asseguro que jo, des que vaig començar a combatre l'independentisme,...

### **La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Diputada, se li ha acabat el temps fa estona, eh?

### **Anna Grau Arias**

...m'he desinflat espectacularment als mitjans i al compte corrent. Per tant, no sé en quin món viu vostè, però li asseguro que... Bé, nosaltres, a Ciutadans, tindrem menys

influència (*rialles*) o menys cromos per canviar, però tenim més credibilitat amb aquest tema, els hi oferim...

**La vicepresidenta primera en funcions de presidenta**

Diputada, ara sí que li tallaré el micro, perquè s'ha posat ja el doble del temps. (*L'orador riu.*) Soc benevolent, com demanen, però hem d'intentar cenyir-nos en els temps, perquè tothom ho fa, i, precisament, hi ha persones que tenen menys temps i intenten fer-ho en el temps que tenen.

Acabat el debat, els faig avinent que la votació d'aquesta moció es farà aquest matí, un cop substanciat el punt vint de l'ordre del dia.