

Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid



Número 208

15 de abril de 2024

XIII Legislatura

COMISIÓN DE PRESIDENCIA, JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

PRESIDENCIA

Ilma. Sra. D.^a María Yolanda Ibarrola de la Fuente

Sesión celebrada el lunes 15 de abril de 2024

ORDEN DEL DÍA

1.- PCOC-1261/2024 RGEF.4004. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.^a María Tatiana Jiménez Liébana, diputada del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo valora la presencia de la Comunidad de Madrid en el Comité Europeo de las Regiones?

2.- PCOC-2183/2024 RGEF.8321. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Rafael Martínez Pérez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Consideran suficientes las ayudas a municipios en riesgo de

vulnerabilidad cuya población es inferior a 20.000 habitantes, dentro del Plan de reequilibrio territorial 2023?

3.- PCOC-2223/2024 RGEF.8490. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. José Luis García Sánchez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo tienen previsto llevar a cabo la ejecución de la actuación supramunicipal de la "Adaptación de edificio con esgrafiado para Museo de Picasso en Buitrago de Lozoya", por parte de la empresa pública Panifica Madrid, Proyectos y Obras, M.P., S.A.?

4.- C-483/2024 RGEF.6324. Comparecencia del Sr. D. Miguel Álvarez Peralta, profesor del departamento de sociología y comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, con el siguiente objeto: informar sobre posibles mejoras en la gestión y transparencia de la publicidad institucional de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 211 del Reglamento de la Asamblea).

5.- Ruegos y preguntas.

SUMARIO

	Página
- Se abre la sesión a las 15 horas y 37 minutos.	9492
- Interviene el Sr. Martínez Abarca comunicando las sustituciones en su grupo.	9492
— PCOC-1261/2024 RGEF.4004. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.ª María Tatiana Jiménez Liébana, diputada del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo valora la presencia de la Comunidad de Madrid en el Comité Europeo de las Regiones?	9492
- Interviene el Sr. Díez Contreras, formulando la pregunta.	9492-9493
- Interviene la señora directora general de Cooperación con el Estado y la Unión Europea, respondiendo la pregunta.	9493
- Intervienen el Sr. Díez Contreras y la señora directora general, ampliando información.....	9493-9495
— PCOC-2183/2024 RGEF.8321. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Rafael Martínez Pérez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Consideran suficientes las	

ayudas a municipios en riesgo de vulnerabilidad cuya población es inferior a 20.000 habitantes, dentro del Plan de reequilibrio territorial 2023?	9495-9496
- Interviene el Sr. Martínez Pérez, formulando la pregunta.	9496
- Interviene el señor director general de Reequilibrio Territorial, respondiendo la pregunta.	9496
- Intervienen el Sr. Martínez Pérez y el señor director general, ampliando información.	9496-9499
— PCOC-2223/2024 RGEF.8490. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. José Luis García Sánchez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo tienen previsto llevar a cabo la ejecución de la actuación supramunicipal de la "Adaptación de edificio con esgrafiado para Museo de Picasso en Buitrago de Lozoya", por parte de la empresa pública Panifica Madrid, Proyectos y Obras, M.P., S.A.?	9499
- Interviene el Sr. García Sánchez, formulando la pregunta.	9499-9500
- Interviene el señor consejero delegado de Planifica Madrid, Proyectos y Obras, M.P., SA, respondiendo la pregunta.	9500
- Intervienen el Sr. García Sánchez y el señor consejero delegado, ampliando información.	9500-9502
— C-483/2024 RGEF.6324. Comparecencia del Sr. D. Miguel Álvarez Peralta, profesor del departamento de sociología y comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, con el siguiente objeto: informar sobre posibles mejoras en la gestión y transparencia de la publicidad institucional de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 211 del Reglamento de la Asamblea).	9502
- Exposición del Sr. Álvarez Peralta, profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos.	9502-9507
- Intervienen, en turno de portavoces, la Sra. Pérez Moñino-Aranda, la Sra. Jiménez Liébana, el Sr. Martínez Abarca y la Sra. Martínez de la Fuente.	9507-9517
- Interviene el Sr. Menéndez Medrano por una cuestión de orden.	9517
- Interviene la Sra. Pérez Moñino-Aranda.	9517

- Interviene el Sr. Álvarez Peralta, profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, dando respuesta a los señores portavoces.	9518-9521
- Intervienen la Sra. Jiménez Liébana y el Sr. Menéndez Medrano.....	9521
— Ruegos y preguntas.	9522
- No se formulan ruegos ni preguntas.	9522
- Se levanta la sesión a las 17 horas y 22 minutos.	9522

(Se abre la sesión a las 15 horas y 37 minutos).

El Sr. **PRESIDENTE**: Buenas tardes a todos. Se abre la sesión, y, de conformidad con el artículo 642 del Reglamento de la Asamblea, se ruega a los portavoces de los grupos parlamentarios que comuniquen las sustituciones que se hayan producido. ¿Por el Grupo Parlamentario Vox? *(Pausa.)* Ninguna. ¿Por el Grupo Parlamentario Socialista? *(Pausa.)* Tampoco. ¿Por Más Madrid?

El Sr. **MARTÍNEZ ABARCA**: Pues creo que no, pero tenemos tal lío de... No sé si mi compañera Marisa o Juan Varela están en esta comisión...; entonces, está Marisa Escalante, que ella es la que está en vez de Juan Varela, si es que Juan Varela pertenece a esta comisión, que no lo sé.

La Sra. **PRESIDENTA**: ¡Vosotros sabréis lo que habéis registrado o no habéis registrado! Y por el Grupo Parlamentario Popular no hay ninguna sustitución, ¿verdad? *(Pausa.)* Bueno, pues entonces, antes de pasar al primer punto del orden del día, les comunico que, de conformidad con el artículo 196 del Reglamento, el tiempo máximo para la tramitación de la pregunta es de diez minutos, a repartir entre el diputado que la formula y el representante del Gobierno que la contesta.

PCOC-1261/2024 RGE.4004. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.ª María Tatiana Jiménez Liébana, diputada del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo valora la presencia de la Comunidad de Madrid en el Comité Europeo de las Regiones?

Ruego a la ilustrísima señora doña Cristina Menéndez Álvarez que suba a la mesa a responder su pregunta. *(Pausa.)* Buenas tardes y bienvenida. Pues tiene la palabra para formular la pregunta el ilustrísimo señor don Horacio Díez Contreras; tiene la palabra.

El Sr. **DÍEZ CONTRERAS**: Gracias, presidenta. Gracias, señora Menéndez Álvarez, por venir a esta comisión y por comparecer aquí esta tarde. Creo que es la primera vez que viene a la Asamblea; entonces, bueno, bienvenida y gracias por asistir. Yo quería hacer una serie de preguntas: ¿cómo valora la presencia de la Comunidad de Madrid en el Comité Europeo de las Regiones? Pero quizá empezar antes con una pequeña digresión, si acaso, de la Cumbre de Mons, que hubo en Mons, en la ciudad de Mons, en Bélgica, el 18 y 19 de marzo, que era también organizada por el Comité Europeo de las Regiones y reunía a alcaldes, concejales, ministros, altos responsables a nivel internacional sobre desafíos y soluciones para el futuro de Europa.

También me gustaría preguntarle un par de cositas, o tres si nos da tiempo, sobre todo saber las iniciativas que se están realizando a día de hoy en las comisiones del Comité Europeo de las Regiones donde estemos representados, a ser posible las que se hayan realizado, las que estén pendientes, y trabajos que haya en proceso. También conocer la actividad de nuestros delegados y delegadas en las sesiones plenarias, y, bueno, puesto que no hay sistema de búsqueda de enmiendas o no he tenido yo por lo menos acceso, saber si se han propuesto desde la Comunidad de Madrid enmiendas en esos

trabajos plenarios o de comisión, y para esto quizá sería bueno tener una enumeración, si es posible, un listado de enmiendas presentadas, firmadas. No sé si algunas de ellas también han sido junto al resto de delegación española o no, si lo han hecho por su parte, pues quizá dar ese detalle también sería bueno. Yo creo que sí, que, para empezar, es suficiente. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias. Pues para su contestación tiene la palabra la ilustrísima señora doña Cristina Menéndez Álvarez, directora General de Cooperación con el Estado y la Unión Europea; cuando quiera, señoría.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE COOPERACIÓN CON EL ESTADO Y LA UNIÓN EUROPEA** (Menéndez Álvarez): Muchas gracias, presidenta. Buenas tardes, señorías. Es un placer para mí comparecer por primera vez ante esta Cámara y espero que mi presencia hoy aquí pueda acercarlos al trabajo que desde la Comunidad de Madrid estamos desarrollando en el Comité Europeo de las Regiones. Señor Horacio Díez, agradezco enormemente que me haya convocado para preguntarme mi valoración sobre la presencia de la Comunidad de Madrid en el Comité Europeo de las Regiones ya que esta misma pregunta se la hacía hace unas semanas la señora Jiménez Liébana al consejero de Presidencia, Justicia y Administración Local de la Comunidad de Madrid y poco se pudo contar al respecto puesto que finalmente su señoría se centró más en hablar de Telemadrid, del Consejo de Transparencia o de las residencias en lugar de querer conocer nuestro trabajo en Europa, así que estoy encantada de poder venir a contarle cómo valoro nuestra participación en este órgano consultivo en el que desde el Gobierno de la Comunidad de Madrid defendemos los intereses de los madrileños y, por extensión, como no puede ser de otra manera, del resto de españoles.

Señoría, la valoración que hacemos de la participación de la Comunidad de Madrid en el Comité de las Regiones no puede ser más que positiva. Como sabe, en estas últimas legislaturas la Comunidad de Madrid trabaja de forma muy activa en el Comité de las Regiones a través de su participación en el pleno y en las comisiones donde tenemos representación activa, que, como sabe, son la Comisión de Medio Ambiente, Cambio Climático y Energía, la Comisión ENVE, y la Comisión de Políticas Sociales, Empleo, Educación, Investigación y Cultura, la Comisión SEDEC. Además, desde la oficina de la Comunidad de Madrid en Bruselas seguimos el resto de comisiones en las que la Comunidad de Madrid no está representada de forma activa.

Como imaginará, para nosotros es muy importante que la voz de la Comunidad de Madrid se escuche en las instituciones europeas y, por ello, cada vez que participamos en este órgano consultivo a través de las distintas vías de participación intentamos que los intereses de la Comunidad de Madrid se escuchen y se defiendan. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Para réplica tiene la palabra el ilustrísimo señor Díez Contreras.

El Sr. **DÍEZ CONTRERAS**: Bueno, muchas gracias, señora Menéndez Álvarez. Bueno, me alegra ver que contesta algo más que el consejero en el pleno, que se quedó con unas cuantas cosas en el tintero y se habló de todo menos de la Unión Europea, del Comité de las Regiones. Yo había hecho unas cuantas preguntas más que esperaba que tuvieran respuesta, no sé si las tiene o no, porque así

no insisto. (*Rumores.*) ¡Vale, vale! Las iniciativas..., ¡que ya las dos comisiones las conozco bien!, pero me gustaría que seamos más didácticos, ¿no?, más ejecutivos, que sepamos qué enmiendas tenemos en marcha, qué se está haciendo; o sea, conocer el trabajo del Comité de las Regiones aquí, en la Asamblea. Yo creo que es un poco el objeto de la pregunta y de este primer punto del orden del día en la comisión.

Aprovecho este segundo turno que tengo para preguntarle el flujo de trabajo con la Oficina de Asuntos Europeos ahí, en Bruselas, la Reper y el Gobierno de España, y qué están haciendo en ese sentido. Y, bueno, ya de paso, también si se relacionan con el CES, con el Comité Económico y Social. Gracias.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE COOPERACIÓN CON EL ESTADO Y LA UNIÓN EUROPEA** (Menéndez Álvarez): Al CESE se refiere usted, imagino... ¡Perdón!

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE COOPERACIÓN CON EL ESTADO Y LA UNIÓN EUROPEA** (Menéndez Álvarez): Gracias, presidenta; perdone. Señoría, desde mayo de 2019, la Comunidad de Madrid, a través de su miembro titular, su miembro suplente y también a través de la oficina de Bruselas, ha participado y seguido los trabajos de 26 sesiones plenarias, 22 reuniones de la Comisión en ENVE y 21 reuniones de la Comisión SEDEC. Con relación a la presentación de dictámenes, desde mayo de 2019 hasta la fecha, la Comunidad de Madrid ha presentado 198 enmiendas a proyectos de dictámenes. Durante la presente legislatura, la Comunidad de Madrid ha presentado ya 17 enmiendas a dictámenes como el relativo, por ejemplo, al de la calidad del aire, la sostenibilidad de la agricultura europea o el de la biodiversidad y coexistencia con grandes carnívoros. Además, durante la crisis sanitaria del covid-19, la Comunidad de Madrid fue impulsora del plan del CDR que, adelantándose al resto de instituciones europeas, presentó un plan de acción para hacer frente al coronavirus solicitando a la Unión Europea un mecanismo de emergencia sanitaria de apoyo a las regiones. Además, actualmente la Comunidad de Madrid está formando parte del importante proyecto piloto de la Comisión Europea y del CDR sobre asociaciones de la innovación regional, conocido como el proyecto PRI. Se trata de un proyecto desarrollado en el marco de la nueva Agenda Europea de Innovación, a través del cual se pretende desarrollar una metodología para las estrategias regionales de innovación. Asimismo, la Comunidad de Madrid, como saben, forma parte del proyecto RegHub impulsado por el CDR sobre la aplicación del derecho comunitario en las regiones de la Unión Europea. Así, en el marco de este proyecto, la Comunidad de Madrid ha participado ya en la elaboración de quince importantes consultas sobre la implementación de la legislación comunitaria en nuestra región en materias relacionadas como, por ejemplo, la calidad del aire, la asistencia sanitaria transfronteriza, la PAC o el Green Deal 2.0.

Finalmente, quiero recordar que, durante la semana europea, regiones y ciudades organizada por el Comité de las Regiones, la Comunidad de Madrid ha organizado diversos seminarios sobre la transición verde y la transición digital, y durante esta última edición, en octubre de 2023, la Comunidad

de Madrid tuvo la oportunidad de promocionar sus productos gastronómicos a través de un stand de la denominación de origen aceite de Madrid.

Como ve, señoría, es intensísima la labor que desde la Comunidad de Madrid estamos realizando en el Comité de las Regiones y confiamos seguir realizando este importante trabajo con el apoyo de sus señorías y el respaldo de todos los madrileños. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, directora. Para su segundo turno de réplica tiene la palabra el señor Díez Contreras.

El Sr. **DÍEZ CONTRERAS**: Bien, muchísimas gracias. Ya la respuesta es bastante más completa y muy numérica, aunque sí que esperaba tener algún titular, alguna línea más concreta de trabajo en ese Comité de las Regiones, pero, bueno, está bien. En cuanto al número de enmiendas, ya llevamos 17 en esta legislatura, ¡fantástico! Para el tiempo que me queda, les voy a preguntar que... Bueno, ha mencionado ENVE, la Comisión ENVE, y las consultas sobre el Green Deal 2.0. La Comisión ENVE, que está relacionada directamente con la estrategia Green Deal y temas de medio ambiente, etcétera, están representándonos a la Comunidad de Madrid, a la presidenta Ayuso y el alcalde de Madrid, don José Luis Martínez-Almeida, que hay que recordar que su carta de presentación en las elecciones fue eliminar el Madrid Central, y esto estaría directamente en contra de la estrategia Green Deal y muy a favor de las acciones de Manfred Weber, que es también miembro del Partido Popular europeo, que ahora parece que está montando en el grupo del Parlamento Europeo algo que quiere decir más o menos como que no nos podemos permitir la transición ecológica, que es algo que trae una economía sostenible, justa, etcétera. Entonces, yo digo que hay cierta contradicción ahí, entre una rama del Partido Popular europeo y lo que podría ser la representación de Madrid; entonces, yo le quería preguntar: ¿ENVE está relacionada directamente con la estrategia Green Deal? Yo quería preguntar la posición de Madrid sobre el Green Deal, el Pacto Verde Europeo. ¿Creen ustedes en el Pacto Verde Europeo? ¿Hasta qué punto estamos comprometidos? Gracias.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE COOPERACIÓN CON EL ESTADO Y LA UNIÓN EUROPEA** (Menéndez Álvarez): Muchas gracias, presidenta. Nada, simplemente señalar, como me queda muy poco tiempo, que la participación de la Comunidad de Madrid en el Comité de las Regiones demuestra el compromiso de este Gobierno por fomentar los valores europeos en nuestra región y por mejorar los intereses de los madrileños en las instituciones europeas. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Pues muchas gracias. Finalizamos esta pregunta y pasamos a la siguiente.

PCOC-2183/2024 RGE.8321. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Rafael Martínez Pérez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Consideran suficientes las ayudas a municipios en

riesgo de vulnerabilidad cuya población es inferior a 20.000 habitantes, dentro del Plan de reequilibrio territorial 2023?

Agradeciéndole a la directora su presencia, rogaría al ilustrísimo señor don Javier Carazo Gil que suba a sustanciar la siguiente pregunta. (*Pausa.*) Buenas tardes, director; bienvenido. Para formularla tiene la palabra el señor Martínez Pérez; cuando quiera, señoría.

El Sr. **MARTÍNEZ PÉREZ**: Muchas gracias, presidenta. Muchas gracias, señor Carazo, por estar un día más en esta comisión. El plan de reequilibrio territorial y lucha contra la despoblación nació con el objetivo de mejorar la cohesión social de la región. Se constituyó como un instrumento básico para evitar posibles riesgos de vulnerabilidad, interviniendo en los municipios y facilitando la prestación de servicios básicos a la ciudadanía. El objetivo era igualar los principales indicadores de calidad de vida y cohesión territorial y social a nivel municipal y, para ello, tanto en el año 2022 como en el 2023, el Gobierno de la Comunidad lanzó ayudas a municipios de población inferior a 20.000 habitantes en riesgo de vulnerabilidad. El plan del ejercicio 2023 de reequilibrio territorial y lucha contra la despoblación no delimita las actuaciones a realizar, siempre y cuando se enmarquen dentro del objeto del mismo. El gasto realizado incluso no habrá que justificarlo, únicamente hay que presentar una memoria explicativa de lo que han hecho los ayuntamientos, pero no hay una justificación que luego sea fiscalizada o intervenida por la Comunidad de Madrid. Dicho esto, ¿consideran suficientes las ayudas a municipios en riesgo de vulnerabilidad cuya población es inferior a 20.000 habitantes dentro del plan de reequilibrio territorial? Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Para su contestación en representación del Gobierno, el ilustrísimo señor don Javier Carazo Gil, director general de Reequilibrio Territorial, tiene la palabra; cuando quiera, director.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE REEQUILIBRIO TERRITORIAL** (Carazo Gil): Bueno, buenas tardes a todos, lo primero. A su pregunta tengo que ser conciso con las dos acepciones que establece la RAE. ¿Son suficientes? Sí, son suficientes en sus dos acepciones: por su aptitud, es decir, son aptas e idóneas, y, en segundo lugar, por la cantidad, son bastantes. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, director. En réplica interviene el señor Martínez Pérez.

El Sr. **MARTÍNEZ PÉREZ**: No sé a qué se refiere cuando dice: son bastantes. No sé si son bastantes actuaciones, no sé si es bastante lo que dotan económicamente o si son bastantes las ayudas. Ustedes dotan 1,5 millones y 3 millones de euros, dependiendo si es vulnerabilidad o reequilibrio territorial, y la pregunta que le hago es si son suficientes porque incluso hace menos de una semana el propio consejero ha vuelto a anunciar que va a ahondar en el equilibrio territorial para luchar contra la despoblación y ha anunciado nuevas medidas como: la ampliación de oficinas móviles de atención al ciudadano, el servicio de banca móvil a todos los municipios menores de 5.000 habitantes y ha anunciado también que se reforzará el transporte a demanda no solo ya en la Sierra Norte de Madrid sino en diferentes territorios. Estas son ampliaciones de ayudas que ya se estaban gestionando, pero dentro de esas nuevas ayudas, dentro de vulnerabilidad y reequilibrio territorial, ha anunciado cuatro

nuevas medidas: una de ellas es alquiler de pisos asequibles para municipios inferior a 20.000 habitantes, otra de ellas es la creación de una nueva ayuda para el comercio y la hostelería a municipios de menos de 1.000 habitantes, la siguiente es la ampliación del proyecto Cuídame para combatir la soledad no deseada, y, por último, han anunciado desde su dirección general un nuevo plan de obras y servicios municipales para apoyar a los ayuntamientos más pequeños en la realización de obras y en la prestación de servicios públicos. Le vuelvo a preguntar si creen que son suficientes las ayudas que han realizado en el año 2022 y 2023 para la lucha contra la vulnerabilidad de los municipios y el reequilibrio territorial. Ha dicho usted en su primera intervención que sí, y mi pregunta es, dado que ha dicho un doble sí: si creen que son suficientes, ¿por qué siguen ustedes sacando más ayudas a los municipios de la Comunidad de Madrid? Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. En dúplica interviene el ilustrísimo señor director general de Reequilibrio Territorial; señor Carazo Gil, cuando quiera.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE REEQUILIBRIO TERRITORIAL** (Carazo Gil): Sí, efectivamente, le he dicho que en las dos vías son aptas e idóneas y, por otro lado, que son suficientes en el sentido que son bastantes. Como usted sabe, esta nueva dirección en general se creó con el objetivo justo del desarrollo de estos municipios más pequeños, objetivo: menos de 20.000 habitantes. ¿Qué hemos hecho durante estos dos años? Incrementar, por un lado, presupuestariamente la dirección, y, por otro lado, desarrollar esas políticas que hagan una mejora en la población en estos territorios, consiguiendo además, como usted sabe, tanto en inversión como en población en estos municipios, un 7 por ciento en la totalidad hemos llegado a conseguir en los de menos de 20.000 habitantes y en los de menos de 2.500 hemos llegado al 12 por ciento de aumento. Por tanto, consideramos que son suficientes, pero no somos conformistas, vamos a seguir desarrollando nuevas políticas para poder conseguir nuestros objetivos, que es el crecimiento de estas poblaciones. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, director. Para segundo turno de réplica, el ilustrísimo señor Martínez Pérez tiene la palabra, si bien le advierto que de sus cinco minutos le resta un minuto cuarenta; gracias.

El Sr. **MARTÍNEZ PÉREZ**: Entonces, director general, discrepamos. Si ustedes sacan más ayudas, no son suficientes. Los municipios siguen necesitando servicios, los municipios, sobre todo los pequeños municipios, siguen necesitando recursos y siguen necesitando ayudas de la Comunidad de Madrid. Por lo tanto, mi pregunta era muy sencilla y creía que su respuesta no iba a ser tan obvia, creía que, efectivamente, como ha dicho en su segunda intervención, siempre hay que tener una mirada más al futuro, y yo creo que los municipios necesitan de esa ayuda y toda la que venga será siempre insuficiente, sobre todo cuando estamos hablando de desequilibrio territorial y de municipios que, si no se les inyecta una partida presupuestaria importante, al final terminarán, bajo mi punto de vista, desapareciendo por falta de servicios como puede ser el transporte, la educación o la sanidad.

Dicho esto, creo -y vaya mi apoyo a los pequeños municipios-, dentro de las ayudas de reequilibrio territorial, que la Comunidad de Madrid tendría que ser más exhaustiva a la hora de justificarlas. No podemos dar a los ayuntamientos ayudas directas y que luego se lo puedan gastar en cualquier..., realmente queda tan abierto que se lo podrían gastar en cualquier inversión o en cualquier, en este caso, servicio. Por lo tanto, yo creo que hay una necesidad real en los pequeños municipios y la Comunidad de Madrid no se tiene que dar por satisfecha mandando únicamente una memoria de los trabajos realizados, sino que tiene que ser más exhaustiva a la hora de realizar dichos controles. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Y para finalizar contestando lo solicitado tiene la palabra el señor Carazo Gil por tiempo de tres minutos veinte.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE REEQUILIBRIO TERRITORIAL** (Carazo Gil): Las líneas de ayuda, bueno, como usted sabe, por un lado, son las que tienen un objeto concreto, como puede ser vivienda, puede ser el embellecimiento de los municipios, y otras son las que dejamos ese margen para dar esa libertad a los municipios. Sorprende que desde su grupo lo critiquen cuando no es la primera vez que nos intentan establecer que las ayudas del PIB de gasto corriente se transformarán en una participación de tributos y que se aumentara ese gasto a los municipios para darles libertad, sorprende que haga esa crítica. En cualquier caso, esa ayuda en concreto, el plan de reequilibrio, tiene dos fines claros, que son la repoblación, lo que se hace con esto, que es dar esa libertad para que implementen esas políticas los ayuntamientos y, como le digo, ha sido exitosa la planificación dado que hemos pasado en los de menos de 20.000 a crecer un 7 por ciento y en los de menos de 2.500 un 12 por ciento. Esto ¿qué quiere decir? Que, evidentemente, las políticas que se están haciendo desde la Comunidad de Madrid están funcionando. Además de estar funcionando, a nivel España, ya le digo, hemos llegado como diputación, por así decirlo, unificado en esta dirección, hace dos o tres años, pero estamos siendo ahora pioneros en estas políticas, es decir, somos ya en muchas de las nuevas -que las ha relatado usted- subvenciones que estamos implantando, referente a nivel nacional porque estamos consiguiendo el objetivo claro que es repoblar estos municipios. Sí que es cierto, evidentemente, que no somos conformistas, es lo que le he dicho. Entonces, por supuesto que vamos a seguir implementando nuevas subvenciones y nuevas políticas que demandan los municipios y evidentemente, como usted sabe, el dinero público es finito. Entonces, ¿podríamos destinar más? Sí, pero tenemos que destinar a sanidad, tenemos que destinar y lo que intentamos es, en la medida de lo posible, ir haciendo esas inyecciones a los municipios para conseguir el objetivo que digo en todas las comparencias: tener el ciudadano libertad de poder vivir donde quiera vivir porque tiene los mismos servicios. Todas las líneas que estamos implementando, todas, van con ese objetivo: óptima calidad de servicios, óptima calidad de vida de los ciudadanos; ese es el objetivo. Y ¿son suficientes? Sí, pero no nos vamos a..., nuestro Gobierno no tiene esa complacencia de decir: ¡hasta aquí! ¡No! Por supuesto seguiremos implementando todas las políticas que podamos para conseguir esos dos objetivos claros: mismos servicios en todos los municipios y conseguir que el ciudadano pueda vivir en todas las zonas de la Comunidad de Madrid y repoblar estos municipios que en su día perdieron población. El objetivo lo estamos logrando, estamos por encima de la media en crecimiento de población en estos territorios despoblados frente a otras comunidades que no han conseguido con esas políticas implantadas repoblar

y nosotros, con estas políticas y entendiendo el municipio y dando esa libertad también para que ellos puedan implementar, estamos consiguiendo el objetivo, que es repoblar y tener los mismos servicios y garantías para que el ciudadano pueda vivir en cualquier lugar de la Comunidad de Madrid.

La Sra. **PRESIDENTA**: Director, se ha consumido su tiempo. Muchísimas gracias.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE REEQUILIBRIO TERRITORIAL** (Carazo Gil): Vale. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: A continuación pasamos al siguiente punto del orden del día.

PCOC-2223/2024 RGE.8490. Pregunta de Respuesta Oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. José Luis García Sánchez, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: ¿Cómo tienen previsto llevar a cabo la ejecución de la actuación supramunicipal de la "Adaptación de edificio con esgrafiado para Museo de Picasso en Buitrago de Lozoya", por parte de la empresa pública Panifica Madrid, Proyectos y Obras, M.P., S.A.?

Y para sustanciar la siguiente pregunta le ruego al ilustrísimo señor don Pedro Corbalán Ruiz, consejero delegado de Planifica Madrid, Proyectos y Obras, suba a la mesa, por favor. (*Pausa.*) Buenas tardes; bienvenido. Para formular la pregunta tiene la palabra el señor García Sánchez.

El Sr. **GARCÍA SÁNCHEZ**: Pues muchas gracias, señora presidenta. Bienvenido nuevamente al señor consejero delegado de la empresa Planifica Madrid, Proyectos y Obras, Medio Propio, SA. La verdad es que me hubiese gustado concretarle más la pregunta, si entiende usted cómo cumple los estatutos de la propia empresa Planifica Madrid, especialmente el artículo primero que enmarca legalmente esta empresa como medio propio, ¿no? Incluso me hubiese encantado una pregunta un poco más extensa, hablando de este artículo primero con relación al artículo 86 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público, así como lo previsto en el artículo 32 Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público, pero la Mesa da una interpretación, como siempre, a la que ya nos tiene habituados, y es que ha rechazado estas iniciativas y de ahí seguir insistiendo en la necesidad de que hoy nos explique este medio propio. ¿Cómo piensa...? ¿Cómo tiene previsto llevar a cabo la ejecución de uno de los encargos que ha hecho la Comunidad de Madrid, como puede ser el traslado de ese Museo de Picasso del edificio donde está actualmente a otro edificio? Si va a ser igual que como en otros encargos, si va a cambiar o va a dar cumplimiento a lo que estaba previsto en la ley, porque puedo entender que la estructura que han puesto metálica encima del edificio actual donde se va a remodelar -que, si no se protege, puede que se derrumbe cualquier día de estos y hay que protegerlo-, lo harán con una empresa externa, ¿no?, y también puedo entender incluso que el proyecto -aunque tienen personal cualificado en la propia empresa- lo puedan llevar a cabo mediante otro estudio que sea especialista en rehabilitación; pero me gustaría saber cómo piensan ejecutar la obra que tienen en el encargo de la Comunidad de Madrid, si van a hacerlo dando cumplimiento a lo que tienen previsto

en sus estatutos o van a seguir con el mismo procedimiento que han hecho a lo largo de los distintos encargos -ino muchos!, cada vez menos por parte de la Administración regional, del Gobierno regional-, pero ciertamente me gustaría que nos explicase un poco todo este proceso y que si el encargo, el ejemplo de Museo de Picasso, sirve igual para otras actuaciones. Tenemos el precedente de lo que ha ocurrido con la DANA, que ustedes recibieron el acuerdo del Consejo de Gobierno y a su vez le dieron un encargo a la empresa Tragsa, y me gustaría que me lo explicase. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Para su contestación tiene la palabra el señor Corbalán; cuando quiera.

El Sr. **CONSEJERO DELEGADO DE PLANIFICA MADRID, PROYECTOS Y OBRAS, M.P., SA** (Corbalán Ruiz): Muchas gracias, presidenta. Buenas tardes a todos. Como saben, el edificio objeto de esta actuación es una intervención propiedad del Ayuntamiento de Buitrago de Lozoya y se encuentra dentro de un ámbito catalogado, declarado bien de interés cultural en la categoría de conjunto histórico dentro del casco histórico y, además, el propio inmueble también se encuentra protegido bajo el régimen de bien interés de patrimonio con grado de protección ambiental, esto quiere decir que se admite cualquier tipo de obra excepto la demolición. El mayor grado que tiene de valor se encuentra en la fachada esgrafiada, que es de tipo segoviano y, por tanto, están protegidas estas fachadas y son las que vamos a mantener. Se trata de una restauración del edificio mediante un proyecto arquitectónico y museológico que pretendemos convertir en un museo, Museo de Picasso en este caso, que es de la colección de Eugenio Arias, que deberá realizarse con toda la diligencia posible y con mayor detalle para cumplir con todos los requisitos que exige un bien protegido.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, consejero delegado. Para réplica tiene la palabra el señor García Sánchez.

El Sr. **GARCÍA SÁNCHEZ**: Pues muchas gracias, señora presidenta. La verdad es que me temo que no me ha querido responder a lo que le he preguntado. Ya sé lo que es el edificio, conozco incluso donde se va a remodelar, pero yo le quería seguir insistiendo si van a hacerlo con el mismo sistema que han hecho anteriormente o van a cambiar, o van a aplicar la ley, porque, si hago referencia al artículo 86 de la Ley de Régimen Jurídico del Sector Público, ustedes deben acreditar como medio propio que tienen los medios suficientes e idóneos para realizar las prestaciones en el sector que van a llevar a cabo la actividad dentro del sujeto social y siempre que se dé una de las siguientes circunstancias: una, que sea más eficiente la contratación pública y resulte sostenible y eficaz y aplicando un criterio de rentabilidad económica, y la otra cuestión que pueden tener es que resulte necesario por razones de seguridad pública o de urgencia; creo que esa es la cuestión que le permite ser en el medio propio. ¡Pero no solamente es eso!, también está la parte del artículo 32.1 de la Ley de Contratos del Sector Público, en el que dice: la actuación se debe ejecutar directamente por la propia empresa pública -no sirve lo que hacen ustedes-, y que la compensación que van a recibir ustedes no va a ser un encargo genérico que luego ustedes contratan con otra empresa, sino que debe ser mediante la percepción de las tarifas que ha aprobado previamente el Consejo de Gobierno, según el artículo 32.2 a), y que el importe de las prestaciones parciales que el medio propio puede contratar con terceros no

excederá nunca del 50 por ciento. En este caso ya tienen el proyecto, ya tienen la estructura metálica para proteger el edificio, pero es evidente que esta empresa pública...; yo querría saber cómo lo van a hacer, si van a licitarlo o van a hacerlo ustedes directamente, si tienen los medios suficientes, porque, de otra forma, si ustedes no lo ejecutan directamente, están incumpliendo claramente la ley. Por eso me gustaría entrar en este detalle, sin perjuicio de que pueda haber más iniciativas para plantear esta cuestión, pero es o empresa pública en medio propio o no en medio propio. Nada más y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría; le restan para el segundo turno de réplica treinta segundos, señoría. Para contestar a lo solicitado tiene la palabra el señor Corbalán Ruiz.

El Sr. **CONSEJERO DELEGADO DE PLANIFICA MADRID, PROYECTOS Y OBRAS, M.P., SA** (Corbalán Ruiz): Muchas gracias, señoría. Le recuerdo que esto es una actuación supramunicipal. A esta empresa pública se le delegó una competencia exclusiva con las nuevas funciones de estructura de gobierno en el que se le atribuye, como digo, la competencia exclusiva de la gestión integral de las actuaciones supramunicipales, y esta concretamente es una actuación supramunicipal, no tiene nada que ver con lo que se produzca mediante un encargo o un mandato; con lo cual, nosotros a lo que nos dedicamos es a llevar la gestión integral de una actuación supramunicipal que contiene la redacción del proyecto, la gestión de las obras y el mantenimiento hasta el periodo de garantía para la entrega, en este caso, de un edificio, Museo Picasso, al ayuntamiento que esté destinado.

También le recuerdo que hemos tenido que acometer una actuación de emergencia, donde nosotros hemos actuado inmediatamente después de que el Ayuntamiento declarase esa emergencia, porque el edificio -que usted bien conoce por los datos que me ha aportado- está en una situación bastante delicada, se está derruyendo poco a poco, las fuertes lluvias caídas últimamente en la zona han abierto un boquete en la cubierta -le muestro aquí una imagen de cómo ha quedado esto-, lo que provoca una entrada de agua descontrolada que moja los forjados que hacen de arriostramiento en las fachadas, que le recuerdo que están protegidas, y, por tanto, hemos tenido que actuar de emergencia colocando unos andamios haciendo de envolvente al edificio para poner en una lona y que proteja este edificio para que no se nos caiga mientras terminamos de redactar el proyecto de ejecución que está ahora mismo en marcha.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor consejero delegado. Para el segundo turno de réplica tiene la palabra el señor García Sánchez.

El Sr. **GARCÍA SÁNCHEZ**: Muchas gracias, pero la verdad me sigue sin responder. ¿Por qué no cumplen ustedes lo que le preceptúa la ley y en concreto sus estatutos? Ejecuten la obra directamente con medios propios porque, si no, no pueden hacerlo!, porque ustedes al final están obligados y están sometidos a la Ley de Contratos del Sector Público para limitar las obras, pero ustedes ¿qué hacen con este procedimiento al final? ¡Saltarse los controles que tiene la propia Administración!; por tanto, yo le requiero y le urjo a que ustedes cumplan con la ley, cumplan con lo que está previsto en estatutos, y no hagan de esta empresa un remedo de empresas, que no lo es, porque no es medio propio porque en su trayectoria no lo están acreditando.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señoría, ha consumido su tiempo.

El Sr. **GARCÍA SÁNCHEZ**: Bueno, ino se ponga usted así, presidenta! Ya acabo, venga.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, muchas gracias. Para su contestación tiene la palabra el señor Corbalán Ruiz, y le restan dos minutos de tiempo; gracias.

El Sr. **CONSEJERO DELEGADO DE PLANIFICA MADRID, PROYECTOS Y OBRAS, M.P., SA** (Corbalán Ruiz): Muy bien. ¡Pues ya siento que no le pueda contestar a la pregunta que no me ha hecho, que queda formulada en el registro!, pero sí que le estoy intentando responder a que esta actuación en concreto que usted me pregunta es una de las tantas actuaciones supramunicipales en las que tenemos competencia exclusiva y nuestra competencia, como le digo, es la gestión integral de la redacción del proyecto y la gestión de la construcción. Nosotros no somos una constructora, Planifica Madrid no es una constructora, no va a hacer competencia desleal como pueden hacer en otros organismos, y no nos dedicamos a construir; nuestros estatutos no recogen que nosotros construyamos, nosotros gestionamos los encargos o, en este caso, las actuaciones supramunicipales, que nos delega la competencia de integrar la Comunidad de Madrid; por tanto, no nos vamos a meter en una competencia que no nos compete, valga la redundancia. Y no sé qué más le puedo decir, pero no le puedo contestar a algo que no está dentro de nuestros estatutos.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Corbalán Ruiz; hemos terminado la pregunta.

C-483/2024 RGEP.6324. Comparecencia del Sr. D. Miguel Álvarez Peralta, profesor del departamento de sociología y comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, con el siguiente objeto: informar sobre posibles mejoras en la gestión y transparencia de la publicidad institucional de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 211 del Reglamento de la Asamblea).

Ruego al señor don Miguel Álvarez Peralta, profesor del departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, que suba al lugar de comparecientes. (*Pausa.*) Buenas tardes y bienvenido a esta comisión. Le informo que, conforme al artículo 211 del Reglamento, tendrá un tiempo máximo de quince minutos para hacer su intervención, para hacer la intervención correspondiente a la información que se solicita en la comparecencia, y posteriormente intervendrán todos y cada uno de los grupos parlamentarios por un tiempo máximo de diez minutos; una vez que se hayan pronunciado todos los grupos parlamentarios, usted volverá a tener la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, para cerrar la comparecencia. Por lo tanto, cuando quiera, suya es la palabra.

El Sr. **PROFESOR DEL DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS** (Álvarez Peralta): Pues, en primer lugar, agradecer la invitación a esta comparecencia para hablar de un tema que es de máximo interés en el mundo académico. En la investigación científica en España, en las distintas facultades de ciencias de la información y ciencias de

la comunicación, se estudia y se sigue de cerca las evoluciones en materia de uso de la publicidad institucional y de legislación al respecto. Sin embargo, el panorama, como imagino que no les es extraño a ustedes, pues es francamente mejorable tanto a nivel estatal como a nivel autonómico y en concreto en la Comunidad de Madrid hay una situación en este momento de déficit legislativo, de ausencia de una legislación específica, de una ley que recoja los protocolos de uso, gestión, planificación y evaluación de la publicidad institucional y esto genera una inseguridad jurídica a la hora de participar porque estamos obligados a acogernos a los distintos acuerdos marco que se vayan renovando a este respecto.

La situación yo creo que la ha resumido el presidente de la mayor organización patronal de la prensa en España, la APEP, director del diario en papel más leído, 20 Minutos, cuando lo denunciaba así en la revista de la Asociación de la Prensa de Madrid, y recojo brevemente sus palabras, decía: "Hay un asunto concreto al que apenas nos referimos ni los medios, ni los políticos, ni los ciudadanos, un asunto casi tabú del que nadie habla, que prácticamente ni se menciona pese a que trata de dinero público, lo administra el poder y lo gasta o invierte de modo a veces sospechoso, rayano en la corrupción, hablo de la publicidad institucional en los medios de comunicación privados. Nadie se ha puesto a sumar partidas, quizá porque son opacas, están dispersas, pero algunos o quizá muchos dirigentes políticos ponen mucha más publicidad de su institución a los medios afines, aunque no les correspondan tales cantidades por criterios objetivos de tirada, de audiencia o afinidad del público que se busca en cada campaña. Los periodistas que llevamos muchos años en el sector en niveles directivos, sabemos que estas son prácticas, por desgracia, frecuentes." Por desgracia, estas palabras del presidente de esta patronal de la prensa, publicada en la revista oficial de la Asociación de la Prensa, siguen muy vigentes y, aunque efectivamente hay avances de los que podemos hablar y discutir, seguimos recogiendo casos en los que esto se constata. Lo resumía también el secretario general de la Federación Estatal de Sindicatos de Periodistas con una compilación de casos recientes y problemáticas asociadas que concluía con las palabras: "Los políticos que están al frente de las Administraciones utilizan nuestro dinero para alquilar voluntades de los medios de comunicación en demasiadas ocasiones. Esta mala praxis, que conlleva una larga serie de daños colaterales para el derecho a la información, es práctica habitual en todos los niveles administrativos y en gran parte de los municipios y autonomías." Supongo que no les es ajeno, señorías, las sentencias judiciales, informes profesionales, denuncias de organizaciones de la sociedad civil, así como de instituciones europeas que periódicamente nos han llamado la atención sobre este asunto tanto a nivel estatal como en los niveles autonómicos.

Mi papel aquí es el de traer los resultados de la investigación académica más reciente y en concreto referida a la Comunidad de Madrid, por lo que paso simplemente a extraer algunos de los resultados. Me gustaría llamar la atención sobre un estudio publicado en la revista española de transparencia el año anterior, 2022, firmado por la profesora Belén Galletero de la Universidad de Castilla-La Mancha, que recoge palabras literales: "Destacan por sus carencias, tanto en normativa como en facilidad de acceso a la información, las comunidades de Madrid, Cantabria y Galicia, menoscabando el derecho de acceso a información de los ciudadanos." Recoge los dos intentos recientes, no ya tan recientes, de legislación que ha habido en esta Asamblea, iniciativa por parte de Ciudadanos en 2015, si no me equivoco, o 2016, e iniciativa por parte del Partido Socialista en 2019, ambos que no han llegado a buen puerto, no se ha llegado a elaborar una ley específica como hay en otras comunidades,

lo que hace que la Comunidad de Madrid siga en los últimos lugares del ranking de comunidades en cuanto a seguridad jurídica en el ámbito de publicidad institucional y de garantía de acceso a la información relevante, y que los madrileños pues suframos este déficit. Hay, por supuesto, muchas otras comunidades que sí tienen leyes aprobadas, algunas recientemente, algunas que constituyen muy buenos referentes que podríamos analizar, y es el caso, por ejemplo, de la ley valenciana, una de las más exigentes, o de la Ley de Castilla y León en diferentes materias. En concreto la valenciana, por ejemplo, pues es la más exigente según el ranking en materia de transparencia, extendiendo el marco de aplicación no solo a las consejerías, sino también a cualquier empresa pública, incluyendo criterios sociales, como excluir a los medios que incluyen anuncios de prostitución o que utilicen paraísos fiscales..., la de Castilla y León ha sido referente en cuestiones como los criterios de auditoría..., en fin. Son referentes también las de Cataluña, Asturias, País Vasco o Extremadura en cuanto a fijar la existencia de una comisión para gestionar con profesionalidad y con participación de expertos de reconocido prestigio la inversión en publicidad institucional, o lo es la de La Rioja en cuanto a obligar que el informe final incluya datos disponibles sobre la efectividad de las campañas y la evaluación ex post. De todo esto, los madrileños a día de hoy digamos que nos tenemos que acoger a cada acuerdo marco que se ha venido renovando en los últimos años con los déficits que podemos pasar a comentar, pero todavía no disfrutamos de una ley que fije a futuro los estándares que vemos en otras comunidades autónomas. En este estudio Madrid quedó el último en el lugar del ranking junto con Cantabria y Galicia.

Me gustaría citar otro reciente estudio de la revista española de derecho a la comunicación, de abril de 2023, firmado por el profesor Raúl Magallón, de la Universidad Carlos III, que ha practicado tres solicitudes de información a través del Portal de Transparencia a esta Asamblea, al Gobierno de la Comunidad de Madrid, las últimas dos realizadas en 2021 y 2022 y que la respuesta que ha recibido, como él mismo detalla en el informe, ha sido la imposibilidad de aportar el desglose de información en un formato abierto y manejable que permita concluir el estudio. Me remito al propio estudio para conocer los motivos, pero la respuesta venía a decir que exige elaborar hojas de cálculo con información procedente de fuentes dispersas, no solo a nivel de consejería sino de cada centro directivo, con diferentes formatos, etcétera. Y de esta manera me temo que se estaba incumpliendo lo que exige la Ley 10/2019, del 10 de abril, de Transparencia y Participación, en cuyo artículo 18 obliga, entre otras cosas, a proporcionar esta información y, en concreto, el desglose de gastos por campaña y presupuesto asociados por medios de comunicación junto con los criterios para ese reparto, que es algo a lo que los investigadores no hemos tenido acceso.

Sí es cierto y hay que reconocer que ha habido avances en los últimos años, en el Portal de Transparencia se han incluido algunos planes de medios procedentes o relativos al acuerdo marco vigente, y esto nos permite evaluar algunos de los criterios de reparto, de los supuestos criterios de reparto de la publicidad institucional, y esto es doblemente preocupante porque donde sí podemos acceder a cómo se ha repartido la publicidad institucional oficial constatamos preocupantes desviaciones del criterio que entenderíamos legítimo, que sería el de ajustarse a la mayor eficacia de la publicidad pública. Me limito a citar un par de ejemplos: la campaña de concienciación frente a la covid, que aparecen los planes de medios del año 2021, pues encontramos que sí se habría invertido, por ejemplo, en diarios como La Razón 1,49 euros por ejemplar en relación a su tirada, mientras que en diarios como

20 Minutos, que es el más leído y el leído por mayor población trabajadora dado que se reparte gratuitamente en los intercambiadores de comunicación, se habrían invertido 0,29 euros por ejemplar, es decir, hasta cinco veces más en un diario. A mí me gustaría preguntar cuáles son los criterios objetivables que justifican la asignación de mayor publicidad, hasta cinco veces más, a un diario que es clara y evidentemente afín ideológicamente al Gobierno titular de la Comunidad de Madrid o, por ejemplo, al diario El País, que habría recibido tres veces menos que La Razón, teniendo una tirada mucho mayor. En la misma campaña de continuación frente a la covid, si acudimos al capítulo de radios, pues podemos constatar que esRadio, de la que es titular don Jiménez Losantos, pues recibe casi tres veces más inversión por punto porcentual de share, en concreto 1.923,46 euros, que radios de mucho mayor difusión en la zona, como puede ser la SER o como la propia COPE, que habría recibido solo 879,55 euros por punto porcentual de share; no entendemos cuáles serían los criterios objetivos que pueden avalar esta decisión, y hay innumerables ejemplos en los datos que figuran a día de hoy en el Portal de Transparencia de este tipo de asignaciones cuestionables o de dudoso ajuste al criterio de eficacia, como es el caso de que el portal web Okdiario pues reciba más publicidad porcentualmente que algunos de los medios de mayor difusión del país, como son Marca o As o, dentro de los generalistas para jugar en la misma categoría, La Vanguardia, que tendría mucha más audiencia; es decir, pudiera parecer que se está haciendo ese uso que denunciaba el presidente de la patronal de un reparto partidista, de una compra de voluntades y de un afianzamiento de lealtades políticas entre los medios de comunicación.

En todo caso, fuese o no fuese, lo grave de este caso, lo que es importante resaltar, es que el hecho de estar adulterando un mercado está vulnerando el derecho, primero, de los ciudadanos de acceso a la información en base a un mercado que represente la audiencia real. Los medios que compiten con dopaje, digamos, dopados por fondos públicos en un mercado de la comunicación, están compitiendo de una manera, digamos, desleal, pero los medios que no reciben estas inversiones no pueden competir y, por lo tanto, nos enfrentamos a un panorama mediático que no respondería a la libre elección de la audiencia, al libre mercado, sino a la asignación de fondos públicos realizada además de manera no del todo ajustada a criterios objetivos y en ocasiones también opaca. Para ello es importante remarcar que en el vigente acuerdo marco estaría excluida la evaluación de la eficacia ex post de las campañas, por lo que los madrileños estaríamos viendo menoscabado nuestro derecho a conocer la eficacia de las campañas que financiamos con nuestros impuestos, y tampoco queda patente de qué manera estas decisiones han mejorado la eficacia y no las lealtades políticas, como parece indicar el reparto. Igualmente, las campañas de carácter comercial, industrial y mercantil quedan excluidas de la exigencia de transparencia del acuerdo marco, extremo este que sería necesario subsanar o reparar, como hace, por ejemplo, la ley de Valencia de cara a aprobar por fin una ley que nos dé seguridad jurídica tanto a los empresarios de los medios como a los usuarios de los mismos en la Comunidad de Madrid y eliminando, por tanto, este agujero de opacidad.

Me voy a remitir a otro estudio publicado recientemente en el European Journal of Communications del año 2023 -este sí del año pasado- que analiza las estrategias de captación de voluntades mediáticas en España entre los años 2016 y 2021, en el cual se afirma que España, comparado con otros países, es un caso extraño, con serios problemas de transparencia en el área de

la publicidad institucional -palabras literales- y ocurre en países como Pakistán, Georgia, Argentina, Tailandia, Sudáfrica, Colombia, Kenia, Hungría, Moldavia, Macedonia y España, particularmente en el caso de España a nivel local y autonómico, es decir, no estamos hablando de un problema menor ni marginal ni anecdótico, es un problema largamente conocido en la investigación académica, largamente denunciado por organizaciones profesionales y por la investigación científica, y que, sin embargo, nos deja España, como menciona el citado ranking, en lugares francamente mejorables. Continúa el estudio diciendo que la información es limitada y confusa, específicamente en casos como Galicia, Asturias o Madrid y afirmando que hacen falta urgentemente leyes que aseguren la transparencia en la distribución de las campañas de publicidad institucional, no puede ser una forma encubierta de subsidiar a los medios y mucho menos si se hace solo con los políticamente aliados. Es verdad que la investigación académica es lenta, tiene sus tiempos, es verdad que quedan pendiente mayores análisis de las cantidades distribuidas en el último ejercicio o en los últimos dos ejercicios, pero hemos citado ejemplos, algunos de ellos del año 2022, que demuestran el amplio margen de mejora, y a menudo es en la propia prensa y en los propios medios que quedan excluidos de este reparto donde mejor encontramos las denuncias que sí se han puesto a recabar información de la compleja maraña de desgloses que a veces encontramos de los formatos impenetrables y difíciles que la propia comunidad reconocía en respuesta al profesor Raúl Magallón cuando le decía que no podemos proporcionar la información que usted solicita, porque realmente es una maraña de información.

Pero en concreto hay tres reportajes elaborados por uno de los medios que ha sido excluido de este reparto -en casos anteriores, como en Castilla y León, hemos visto cómo los medios excluidos de estos repartos a través de sus denuncias y de ganar los juicios asociados han terminado generando legislación que hoy día es referencia, como es el caso de Castilla y León- que decía titulares como: "Así ha regado Ayuso con publicidad desde el Canal de Isabel II a los medios de su afinidad", o cómo la Comunidad de Madrid ha dado a esRadio 900.000 euros de publicidad en sus dos primeros años de funcionamiento, o cómo Libertad Digital ha sido regado con publicidad institucional y apoyo público en los últimos años. En estos reportajes, que invito a los presentes y a quienes sigan esta comparecencia a googlear, se enumeran numerosísimos casos -algunos menos recientes y otros de los últimos años- de estos repartos que estamos diciendo de muy dudoso ajuste al criterio de eficacia o a criterios de target de audiencia que puedan justificar este reparto de la publicidad institucional.

Sin más, quiero remitirles para cerrar al informe de propuestas que ha elaborado el Grupo Daniel Jones a partir de una investigación de un I+D oficial financiado por el Estado español, por el Gobierno de España, titulado Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas privadas, subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español, en el cual se...

La Sra. **PRESIDENTA**: Perdón, señor Álvarez, es que nos hemos pasado ya bastante de su tiempo.

El Sr. **PROFESOR DEL DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS** (Álvarez Peralta): Gracias por el aviso.

La Sra. **PRESIDENTA**: En su segunda parte puede usted continuar con...

El Sr. **PROFESOR DEL DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS** (Álvarez Peralta): Pues, sin más, les remito a dicho informe, que está publicado en la web del grupo de investigación Daniel Jones. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias. A continuación van a intervenir los representantes de los grupos parlamentarios, de menor a mayor, por un tiempo de diez minutos, al exclusivo objeto de pedir aclaraciones. Por el Grupo Parlamentario Vox tiene la palabra la señora Pérez.

La Sra. **PÉREZ MOÑINO-ARANDA**: Muchas gracias, presidenta. Muchas gracias, señor Álvarez Peralta, por su comparecencia, que considero que ha sido completa, con datos, estudios diversos, comparativa entre regiones..., así que le doy la enhorabuena por haber ilustrado a sus señorías de todos los partidos políticos que tenemos representación en esta Asamblea de una cuestión técnica que creo que nos debería preocupar a todos, ya no solo como políticos sino como contribuyentes madrileños. Y ha dicho usted que la Comunidad de Madrid es una de las que aporta menos transparencia o que está dotada de menos transparencia a la hora de acceder a los datos, y también le tengo que dar la razón porque desde el Grupo Parlamentario Vox hemos solicitado diversa información que muchas veces pues nos ha sido denegada y nos es complicado acceder a la información que debería ser pública, al igual que muchos ciudadanos que intentan acceder al Portal de Transparencia o a información sobre datos de publicidad institucional y se chocan contra un muro. Y además le tengo que decir, señor Álvarez, que tenemos malos augurios, malas noticias, no sé si usted lo sabía, pero hay evidentemente malos augurios, como le digo, ya no solo para los investigadores sino también para los ciudadanos, y es que se ha modificado la ley, y ahora el Consejo de Transparencia está adscrito orgánicamente al Gobierno de la Comunidad de Madrid; con lo cual, las trabas van a ser mucho mayores y además se suprime la potestad sancionadora, con lo cual la ley pues decae por su propio peso.

Me ha encantado una de las frases que ha dicho de alquilar voluntades, y es que es verdad, la publicidad institucional sirve precisamente para eso. Si bien desde el Grupo Parlamentario Vox considero que también debemos entrar al fondo de la cuestión de la publicidad institucional, qué es, para qué sirve y para qué se utiliza en la práctica y, por supuesto, también quién es el que paga esta publicidad institucional, y es que, miren, todos los madrileños pagamos impuestos con la esperanza de que políticos responsables gestionen de forma responsable el dinero que tanto nos cuesta pagar a las arcas públicas, al menos yo lo veo así, y es que nos cuesta mucho pagar impuestos porque, no sé a ustedes, señorías, pero yo tengo la sensación de que cada vez tenemos menos poder adquisitivo y, por lo tanto, menos libertad. Desde que nos levantamos y encendemos la luz y pagamos un 21 por ciento de IVA a las arcas públicas hasta cuando vamos a comprar aceite, un producto esencial, y pagamos un 10 por ciento a las arcas públicas, hasta cuando trabajamos, cuando compramos una casa en Madrid, cuando heredamos una casa en Madrid, cuando tenemos un coche o una casa..., todo es pago de impuestos.

Hoy conocíamos una triste noticia, y es que el Gobierno de Sánchez ha pedido prestados 83.000 millones de euros en el primer trimestre del año 2024. ¿Ustedes saben la deuda que les estamos dejando a nuestros hijos? Y, mientras tanto, la fiesta continúa: viajes Falcon, bodas, derroche, coches oficiales, empresas y órganos institucionales que deberían ser independientes teledirigidos por compañeros de carné del partido, fichajes televisivos por 28 millones de euros, consejos de administración monocolor sin contrapesos en empresas públicas, familiares de políticos que se han hecho ricos mientras nos encerraban ilegalmente, Maseratis y más derroche, más moqueta, imucha moqueta!, con fotos espectaculares que luego publican precisamente todos los medios subvencionados con publicidad institucional para mayor gloria del político que paga gustosamente con el dinero de todos claro..., ieso no es nada liberal, señorías del Partido Popular!, y, mientras tanto, los ciudadanos no ven ningún esfuerzo por parte de las Administraciones públicas de ahorro, de eficiencia del gasto, de reducción del gasto político, del gasto superfluo, de las Administraciones..., ial revés!, es la fiesta del despilfarro. En la Comunidad de Madrid, en este año 2024 se ha aumentado el presupuesto en un 20 por ciento el gasto, ies una barbaridad! Y en estas partidas está el aumento de las partidas en publicidad institucional, cuyo importe ha pasado de 12 a 27 millones de euros. Además, a esos 27 millones de euros hay que sumarle también las cuantías adicionales de publicidad institucional que pagamos todos los madrileños a través de las empresas públicas, como ha mencionado el compareciente, por ejemplo, el Canal de Isabel II más de 2 millones de euros en el año 2023, ipero si tienen el monopolio! ¿Qué es lo que quieren anunciar? ¿Qué es lo que quieren publicitar? Por eso, cuando las familias, las empresas, las pymes, itodos nos estamos abrochando el cinturón en nuestra economía doméstica!, me cuesta entender, a nuestro grupo parlamentario nos cuesta entender que las Administraciones públicas se dediquen a aumentar el gasto de forma considerable y los servicios públicos, como la sanidad, el transporte, la educación, la vivienda o el acceso a la vivienda funcionen cada vez peor, porque los impuestos se dedican, entre otras cosas, a publicidad institucional, y es que la publicidad institucional en España supone un gasto de más de 200 millones de euros de todas las Administraciones, es el principal anunciante de toda España. Según InfoAdex, que es una base de datos del sector publicitario de España, el sector público es el que más gasta en publicidad de toda España. No hay ninguna empresa privada, ininguna!, que gaste más en publicidad que el sector público; de hecho, el sector público gasta en publicidad el triple que el segundo mayor anunciante, que es L'Oréal.

La publicidad institucional, efectivamente, se ha convertido en el órgano de propaganda del Gobierno de turno. Desde el Grupo Parlamentario Vox en Madrid mostramos un profundísimo rechazo a las partidas en publicidad institucional de este Gobierno de la Comunidad de Madrid, que paradójicamente se define como liberal y esto no es nada liberal, itodo lo contrario!: 27 millones de euros de los madrileños se dedican, única y exclusivamente, a comprar voluntades de los medios de comunicación con una absoluta falta de pulcritud y con una absoluta falta de transparencia, y así lo hemos venido denunciando desde el Grupo Parlamentario Vox. La publicidad institucional en realidad tendría una finalidad y tendría una esencia que debería ser excepcional, por ejemplo, cuando las Administraciones públicas tuvieran que trasladar a la ciudadanía un mensaje de crucial o de vital importancia; en ese caso, evidentemente, entendemos desde el Grupo Parlamentario Vox que estaría justificado que la Administración comprara temporalmente un espacio en los medios de comunicación

de masas para trasladar un mensaje a la ciudadanía. Por ejemplo, la campaña Madrid, te quiero diversa, que tuvo como objetivo, según informó la Comunidad de Madrid, visibilizar que nuestra región es de acogida a personas LGTBI o la campaña, por ejemplo, Si eres hombre, hazlo, que se trató de una acción especialmente dirigida a la población masculina para hablar de eso que llaman violencia machista y de compra de voluntades de los medios, por supuesto que tuvieron la fortuna de recibir ese dinero por publicitar tales campañas publicitarias tan importantes y tan esenciales para la vida de los madrileños.

El Gobierno de Sánchez ha comprometido un gasto total de 270 millones de euros en publicidad institucional para el año 2024 y en la Comunidad de Madrid, como ya he dicho, 27 millones de euros, que proporcionalmente al tamaño de la Administración es mucho más. Eso significa que los medios subvencionados siguen órdenes del Gobierno y si sacan la patita de la línea que marque el político, la publicidad institucional se acabó. Miren, este fin de semana he estado en la campaña de las elecciones vascas apoyando a nuestra candidata de Vox, Amaia Martínez, y hemos sufrido agresiones en nuestros actos, agresiones incluso físicas. Ningún medio de comunicación de los lacayos de los distintos partidos políticos ha sacado información o crítica de este ataque a la libertad y a la democracia que se ha producido en el País Vasco este fin de semana. Y, por supuesto, sabemos que ni Sánchez ni Ayuso...

La Sra. **PRESIDENTA**: Señoría...

La Sra. **PÉREZ MOÑINO-ARANDA**: Sí, voy terminando.

La Sra. **PRESIDENTA**: No, he parado el tiempo. Yo quiero recordar -se lo recuerdo a todas sus señorías- que estamos ante una comparecencia del artículo 201. Ha venido un profesor universitario al objeto de informar sobre las posibles mejoras en la gestión y transparencia de la publicidad institucional, y sus señorías tienen diez minutos para solicitar aclaraciones de lo que el profesor ha dicho; por lo tanto, yo le ruego que se ciña al Reglamento de la Asamblea y, en vez de hablar de su grupo, de lo que le pasa a su grupo o de criticar a la Comunidad de Madrid, por favor, pida explicaciones al profesor universitario que está aquí y nos ha estado hablando quince minutos, y sus señorías lo que tienen que hacer es pedir aclaraciones sobre su intervención, no hablar o no manifestar su posicionamiento sobre todo sino solicitarle información a él. Muchas gracias.

La Sra. **PÉREZ MOÑINO-ARANDA**: Bueno, voy a continuar hablando sobre la publicidad institucional y el despilfarro que supone para las arcas públicas de la Comunidad de Madrid, como incluso ha manifestado el propio compareciente. Yo creo que desde todas las Administraciones públicas, empezando por el Gobierno de España y pasando, por supuesto, por la Comunidad de Madrid, tenemos que intentar limitar, en la medida de lo posible, que la publicidad institucional se dedique precisamente a lavar la cara del Gobierno de turno, y yo creo que en esto tenemos que remangarnos, iy esto no es una cuestión ideológica! Yo entiendo que, bueno, que desde distintos partidos políticos se ha venido funcionando así, se han venido ampliando año tras año los presupuestos en publicidad institucional, pero la realidad es que vemos que cada vez se gasta mucho más dinero en esta publicidad, además en determinados medios, como ha manifestado el compareciente.

Desde luego que como portavoz de Vox en esta Comisión de Presidencia quiero hacer más las palabras del profesor Juan Ramón Rallo, al que seguro que todos conocerán, porque creo que es muy importante, y es que la regeneración del cuarto poder en España de la prensa, de los medios de comunicación, pasa por eliminar de raíz la publicidad institucional, manteniendo, como he dicho, para momentos excepcionales en los que el Gobierno de turno tenga que lanzar un mensaje importante a la ciudadanía, y sí que me gustaría conocer la opinión que tiene en este caso el compareciente. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. A continuación, por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra por diez minutos.

La Sra. **JIMÉNEZ LIÉBANA**: Gracias, presidenta. Buenas tardes. Quiero comenzar expresando el agradecimiento del Grupo Parlamentario Socialista al profesor Álvarez Peralta por su valiosa comparecencia ante esta comisión para arrojar luz sobre un tema de suma importancia como es la gestión y la transparencia de la publicidad institucional en la Comunidad de Madrid. La información que nos ha presentado es bastante alarmante y lamentablemente confirma nuestra sospecha sobre la opacidad y la falta de rendición de cuentas en este ámbito y la revelación de que el Portal de Transparencia de la Comunidad de Madrid está entre los más opacos del país en lo que respecta a la publicidad institucional es también motivo de profunda preocupación. Es inaceptable que la ciudadanía y los grupos parlamentarios cuya obligación es fiscalizar la acción de gobierno tengan dificultades para acceder a información básica sobre el gasto en publicidad institucional y también es alarmante que la política de publicidad institucional pueda considerarse una intervención en el libre mercado. Además, la revelación de que se pueden estar utilizando criterios de afinidad ideológica para la distribución de fondos públicos es ciertamente preocupante y cuestiona la imparcialidad y la equidad en el proceso de adjudicación. Este es un sistema clientelar basado en relaciones políticas y no en criterios objetivos y socavan los principios fundamentales de nuestra democracia y también favorece la concentración de poder en determinados medios afines al Gobierno de turno. Nos parece interesante que se desarrolle una ley específica que regule de manera clara y precisa los criterios de adjudicación de fondos públicos, como se hace en el resto de ámbitos, y solo a través de una gestión transparente y equitativa podremos asegurar el uso adecuado de los recursos públicos y fortalecer la confianza de la ciudadanía en nuestras instituciones. Es nuestra responsabilidad como representantes de la ciudadanía garantizar que los principios democráticos sean respetados y que los intereses de la ciudadanía sean protegidos.

Desde nuestro grupo parlamentario tenemos algunas dudas que quizá pueda clarificar y responder en su próxima intervención. Algunas, bueno, creo que en cierto modo ya lo ha hecho en su primera intervención, que reitero, ha sido muy clarificadora e interesante. En primer lugar, ¿cuál es su opinión sobre la falta de transparencia en la gestión de la publicidad institucional en la Comunidad de Madrid y cómo afecta esto a la democracia y a la rendición de cuentas? ¿Qué medidas concretas podría recomendar para mejorar la transparencia y la rendición de cuentas en la distribución de fondos públicos destinados a la publicidad institucional? ¿Cómo evaluaría el impacto de los criterios de afinidad ideológica en la distribución de fondos públicos para la publicidad institucional en términos de pluralidad mediática y libertad de prensa? ¿Cuáles considera que son las principales limitaciones o barreras para

acceder a información detallada sobre el gasto en publicidad institucional en la Comunidad de Madrid y cómo podrían superarse? ¿Qué implicaciones éticas y profesionales ve en el hecho de que determinados medios de comunicación reciban fondos públicos de manera desproporcionada en función de su afinidad ideológica? ¿Cuál es su visión sobre el papel que debería desempeñar la legislación en materia de publicidad institucional para garantizar una distribución equitativa y transparente de los recursos públicos? ¿Cree que la falta de una ley específica sobre publicidad institucional en la Comunidad de Madrid contribuye a la opacidad en este ámbito y cuáles podrían ser los beneficios de contar con una regulación clara y precisa? En este ámbito creo que ya ha sido bastante claro en su primera intervención. ¿Qué recomendaciones daría para fortalecer los mecanismos de control y supervisión sobre el gasto en publicidad institucional y garantizar una gestión más transparente y eficiente? Nos ha hablado de las experiencias de otras regiones que pueden servir de referencia, como son Comunidad Valenciana y Castilla y León, no sé si tiene algún otro ejemplo de otras regiones o países también que puedan servirnos de referencia para mejorar la gestión y la transparencia. Y ¿considera que existe una relación directa entre la opacidad en la gestión de la publicidad institucional y la calidad democrática de una sociedad? Y, en caso afirmativo, ¿cómo se puede abordar esta cuestión de manera efectiva? Por mi parte, vuelvo a agradecer su intervención y su presencia en esta comisión. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias, señoría. Por el Grupo Parlamentario Más Madrid tiene diez minutos.

El Sr. **MARTÍNEZ ABARCA**: Bueno, pues, en primer lugar, muchísimas gracias por su intervención, señor Álvarez Peralta; ha sido creo que muy clarificadora, muy ordenada, muy rigurosa, y además nos da muchas tareas para trabajar aquí, porque las leyes que ha mencionado de otras Administraciones, además de diversos gobiernos, que algunas las han hecho unos gobiernos y aparentemente están manteniendo otros, como, por ejemplo, ha citado la de Valencia, que lo hizo el Gobierno del Botànic, y que sepamos todavía no ha querido cargarse el actual Gobierno de la Comunidad Valenciana, porque una de las cosas que pasan aquí es que hay partidos que cuando están en la oposición sí quieren una ley de publicidad institucional que garantice la objetividad de la transparencia, pero, cuando se instalan en el Gobierno durante veinticinco años o más, como llevamos en la Comunidad de Madrid, pues quieren un control arbitrario y discrecional que no trae nada bueno.

Yo sí hay cosas de las que hemos oído que creo que no son el objeto de la crítica. ¡La publicidad institucional está bien!, es un instrumento positivo de las Administraciones públicas por muchas razones. Se decía, por ejemplo: el Canal de Isabel II ya tiene el monopolio. ¡Claro!, ¡es que no es publicidad comercial! Está muy bien que una empresa como el Canal de Isabel II, por ejemplo, haga campañas para ahorro de agua, ¡eso está muy bien!, lo que pasa es que tienen que ser campañas objetivas que no sirvan para generar el clientelismo. Por eso, cuando no hay criterios serios, rigurosos y medibles para la publicidad institucional, nos encontramos con muchos problemas, problemas en clave democrática; o sea, el Estado no puede decidir..., el Estado o las Administraciones públicas en ese caso, la Comunidad de Madrid, no puede decidir qué medios de comunicación son buenos y cuáles malos por criterios de afinidad ideológica en el mejor de los casos y regarles de dinero a unos y asfixiarles a otros. ¡También es bueno para la propia independencia de los medios de comunicación! Un medio de

comunicación que depende de su sumisión al Gobierno para su propia subsistencia financiera es un medio que no es libre, que no es independiente; por lo tanto, al propio medio se le hace -en el mejor de los casos a veces- un flaco favor no teniendo criterios objetivos que no dependan del capricho del gobernante. ¡Incluso por la propia eficacia de la publicidad institucional! Si la publicidad institucional no está repartida por criterios objetivos, no tiene como criterio su mayor eficacia, sino un criterio no confesable. Y en todo caso porque la arbitrariedad en el reparto de recursos públicos es la antesala o ya la entrada de la corrupción tanto institucional como periodística, porque cuando la información periodística se somete a un criterio financiero de la Administración pública, pues entonces deja de ser periodismo y pasa a ser otra cosa.

En la Comunidad de Madrid tenemos un grave problema de transparencia con la publicidad institucional. Yo voy a contar... La primera vez que pedí yo información sobre publicidad institucional pedí que se me dieran los datos desglosados por medios, entonces se me dio algo así como: para internet damos 10 millones, para radio, 5... ¡Hombre!, ¡obviamente no era esa la información! Está muy bien saber cuánto se da para la radio, pero, cuando pido el desglosado, es para qué radios, para qué portales de internet, etcétera. Es muy grave... Y ahora pasa justo lo contrario: en vez de darlo todo junto, lo que se da es con una desagregación tal que supone un trabajo mucho más exhaustivo del que sería recomendable saber a qué medios se está dando mayor gasto y a cuál es menos, por eso también es altamente agradecer trabajos de investigación desde la universidad o desde algunos medios de comunicación como los que ha habido.

Ahora mismo en el Portal de Transparencia de la Comunidad de Madrid se dice cuáles son los criterios del reparto de publicidad, dice: son criterios medibles. Entonces, esos criterios, según el Portal de Transparencia de la Comunidad de Madrid son: la audiencia, que puede estar bien; la cobertura, que puede estar bien; la frecuencia, que puede estar bien; la notoriedad, que no sabemos qué significa, dado que no es la audiencia porque la audiencia ya se ha mencionado, y la afinidad. Es posible que sea un criterio medible, ¡eh!, yo no digo que la afinidad sea bastante evidente en algunos casos, pero igual no debería ser el criterio que, con un cierto grado de obscenidad, la Comunidad de Madrid dice; en su Portal de Transparencia, insisto, es uno de los criterios por el que reparte publicidad institucional, a menos que haya... Yo he pedido al Gobierno que nos explique cómo mide la afinidad y la notoriedad porque nos ha llamado la atención; espero que la Mesa de la Asamblea tenga a bien concedernos la venia de tramitar tal petición de información.

En todo caso, la arbitrariedad con la que nos encontramos hace que el Gobierno de Ayuso - que, además, ya sin disimulo en las últimas semanas ha emprendido una guerra contra algunos medios mientras riega de favores o incluso da información o cosas que no son información solo a los que considera afines- esté disimulando muy poco. Hace tres semanas en el diario Contexto había una noticia que citaba: "Así financió Ayuso a la bulosfera y castiga a los medios no afines", en el que se desglosaba la adjudicación de 9,1 millones de euros a medios digitales en 2022. Y en una clasificación bastante difícil de discutir sobre medios afines al Gobierno de Ayuso y medios que no lo son -yo pido que antes de cuestionarla cualquiera, la mire, porque no creo que haya mucha discusión sobre los que considera afines y los que no lo son, que no quiere decir que sean opuestos, simplemente me parece que el Marca

no es afín porque no es un medio ideológico- de esos 9,1 millones de euros a digitales se dan 7,4 a medios afines, lo cual garantiza que sean afines no ya solo la publicidad institucional, el riego de dinero público a medios afines o que se consigue que sean afines a través de la financiación pública es tal que hace unos días tuvimos una noticia que a mí me pareció bastante llamativa, y es que a un medio, a OkGreen -que es parece ser la parte green, no voy a decir verde, de Okdiario, un medio imparcial e informativo y riguroso-, la Comunidad de Madrid le pagó 17.545 euros para que el consejero de Medio Ambiente, Carlos Novillo, interviniera cinco minutos. Esto..., ¡hombre!, ¡no sé!, ¡no sé! Vamos, ¡si lo hicieran otros gobiernos estaríamos al borde de la dictadura, como en Rusia! Aquí no, aquí esto debe ser una forma de generar libertad de independencia mediática y supongo que lo que yo hago es señalar a los medios como en la dictadura chavista; si la manipulación ya nos la sabemos, pero esto que está pasando en la Comunidad de Madrid es obsceno, ¡es obsceno!, no es liberal, ¡vamos!, ¡ini por asomo!, lo que es rayano en lo corrupto. Y desde luego, genera un gasto público que va contra la libertad de prensa, que va contra la independencia de los medios de comunicación y que va contra la eficacia de la publicidad institucional.

Entonces, de su comparecencia, creo que aparte del diagnóstico quizás lo más útil sea aquellas partes de las leyes que hay por toda España que sí que son imitables y creo que eso es lo que debería hacer la Comunidad de Madrid: en vez de darse golpes de pecho siempre diciendo que somos la envidia de España y de Europa y del mundo y del sistema solar, serlo y, aquellas prácticas que se están haciendo bien, que no son esta, que no son la de la Comunidad de Madrid, imitarlas. Y creo que lo suyo sería que aprovecháramos este estudio para imitar las buenas prácticas de otras comunidades y tener una buena ley de publicidad institucional que copien lo mejor de cada ley que se ha hecho en España. Nada más. Muchísimas gracias y ha sido muy clarificador. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Martínez Abarca. Por el Grupo Parlamentario Popular, señora De la Fuente.

La Sra. **MARTÍNEZ DE LA FUENTE**: Gracias, presidenta. Buenas tardes. Desde el Grupo Parlamentario Popular le damos cortésmente la bienvenida a esta casa al compareciente, en la que caben, desde luego, todas las opiniones; pero, como lo cortés no quita lo valiente, debo manifestarle que no nos ha sorprendido que se haya apartado el objeto declarado de su comparecencia, esto es, de informar, porque no ha informado usted absolutamente de nada. Lo lógico era que nos hubiera trasladado un relato lo más objetivo posible de unos hechos, pero usted lo que libremente ha optado es por inclinarse por la finalidad no declarada, es decir, por lo que realmente hemos escuchado en esta comparecencia, esto es darnos su opinión sobre unos hechos, una opinión trufada de lo mismo que sus múltiples manifestaciones en diferentes redes sociales, esto es de un marcado sesgo político de izquierdas, el que corresponde a quien fue coordinador de políticas mediáticas en Podemos y miembros de su secretaria política, hoy más próximo a los postulados de la izquierda caviar de Sumar.

Personalmente me ofende el hecho, me parece poco respetuoso, que se trate de disfrazar de neutralidad una comparecencia que de facto es una pura aportación interesada de parte y, por tanto, como tal habrá de ser valorada. Y entiéndaseme bien, en el sentido de que encontrarán en mí una

defensora activa del hecho de que cualquier compareciente pueda venir aquí a opinar sobre las distintas realidades e incluso venir a desvirtuar esas realidades con opiniones que es en realidad lo que hoy ha sucedido aquí. Lo que también encontrarán en mí es una activista para que eso se haga con total transparencia, sin intentos de enmascaramiento alguno para que parezca lo que realmente no es.

Entrando en el fondo del asunto, bien es cierto que existe, tanto a nivel nacional como autonómico, una diversidad y dispersión normativa sobre la materia que podría ser objeto de debate, al igual que podría abrirse a discusión y análisis acerca del grado de cumplimiento u observancia de la misma, pues de nada sirve la existencia de una multiplicación de normas si las mismas carecen, por ejemplo, de un régimen sancionador para el caso de incumplimiento, que es el caso de la ley estatal, o si no existe o no va acompañada de una voluntad política clara manifestada en hechos de procurar su cumplimiento. Así, la realidad nos ha demostrado que la existencia de una normativa específica autonómica no lleva aparejada una mejor práctica en la gestión de la publicidad institucional, el estudio comparado no hace sino reforzar esta afirmación. Así podemos apreciar cómo en la Comunidad de Madrid la aplicación del artículo 4 de la Ley 29/2025, de publicidad y comunicación institucional, que, como sabe, tiene carácter de legislación básica y que establece la serie de prohibiciones respecto al contenido de las campañas institucionales en especial para evitar la confusión entre publicidad institucional y publicidad política, la aplicación de la Ley de Contratos del Sector Público, del artículo 18 de la Ley de Transparencia de la Comunidad de Madrid, y, por supuesto, también de la amplia jurisprudencia del Tribunal Constitucional, son suficientes para constatar unas mejores prácticas que las evidenciadas en el Gobierno de la nación o en otras comunidades que sí cuentan con unas regulaciones específicas como pueda ser Cataluña o el País Vasco. La práctica de la publicidad institucional en la Comunidad de Madrid se ciñe escrupulosamente al desarrollo de campañas de información de interés y utilidad general como un instrumento más para informar a los ciudadanos y llevar a cabo campañas de sensibilización sobre cuestiones de interés general y dar a conocer a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, los servicios que presta y las actividades que desarrolla. Ninguno de los intervinientes ha citado ni una sola campaña de información que no cumpliera estos requisitos. El rigor es, con todo, una máxima en la comunidad llevada a máximos. Constituyen buenos ejemplos: las campañas de promoción turística en el resto de España y en el extranjero de concienciación sobre la vacunación frente a la gripe y el covid para informar de los muchos eventos que componen la programación cultural, para informar de la gratuidad del abono transporte para los mayores, para denunciar la trata de mujeres con fines sexuales, para informar de los nuevos servicios del 012, para prevenir conductas en el ámbito social como la lucha contra el bullying, el consumo de drogas o la ludopatía, o campañas sobre prevención de riesgos laborales. ¡Ni una sola campaña publicitaria se basa ni se ha basado nunca en cuestiones ideológicas! Esto, en cuanto al fondo. Y, respecto a la forma, es asimismo también la práctica en la Comunidad de Madrid en esta área impecable. La adjudicación de los contratos se guía por criterios objetivos mediante un contrato marco y la elaboración de los planes de medios, documentos básicos a la preparación y adjudicación de estos contratos, en el que, además de justificar la necesidad y objetivo de la campaña publicitaria, queda acreditado el reparto de la inversión de acuerdo con criterios de reparto objetivos y técnicos. ¡Y a más a más!, todo ello aparece publicado en el Portal de Transparencia;

a ver si ahora va a ser responsable el Gobierno de la Comunidad de Madrid de su falta de pericia a la hora de buscar estos datos.

Y, mire, ¡le voy a decir más! Se ha utilizado por parte del portavoz de Más Madrid el término "afinidad" y además lo ha hecho torticeramente e interesadamente, cuando usted sabe que el término afinidad no se determina como afinidad política si no es una cuestión de eficacia; el compareciente se lo podrá constatar, aunque no hace falta porque usted lo sabe. Contrariamente a estas buenas y legales prácticas, encontramos el modus operandi del Gobierno de Sánchez, prolijo en las campañas de autobombo destinadas a ensalzar la labor pública realizada por el Gobierno y en campañas que promueven un cambio de actitud en la ciudadanía con fines partidistas o políticos. Junto al rigor que caracteriza la gestión autonómica madrileña, el dinero destinado a publicidad institucional se gestiona en la Comunidad de Madrid con austeridad frente al despilfarro que practica el Gobierno de Sánchez, que viene destinando más de 200 millones, hasta esos 270 millones de euros que ya se han citado anuales a tal fin.

Señorías de la oposición, no admitimos de ustedes lección alguna porque no están en situación de darla, sino de tomarlas. A su señoría del PSOE conviene recordarle que ustedes son los verdaderos artífices de, allí donde hubiera de haber información, fulminarla para dar espacio a la propaganda. Son líderes absolutos en gastar el dinero de los contribuyentes en campañas con un marcado sesgo político, como las que suele tenernos acostumbrados el Ministerio de Igualdad, que gastó en 2022 la friolera de 19 millones de euros en publicidad cuadruplicando lo que se gastaba anteriormente. Solo un ministerio del Gobierno de Sánchez gasta casi lo mismo que toda la Comunidad de Madrid. Y ¿para qué?, pues para decirnos con quién tenemos que acostarnos o mantener relaciones sexuales, para decirnos cómo debemos ir las mujeres a la playa o para luchar contra la violencia sexual mientras por la otra puerta se sacan a un tiempo a los violadores a la calle. Son también ustedes líderes absolutos en despilfarrar, como si no hubiera un mañana, el dinero de todos los españoles en pro de que la propaganda no decaiga en una sencilla estrategia de doble dirección dirigida, por un lado, a tratar de comprar voluntades periodísticas y de medios privados. Se trata mediante la inyección injustificada de ingentes cantidades de dinero hasta el punto de que el Gobierno Partido Socialista-Sumar se ha convertido en el mayor anunciante de España y, por otro lado, para tratar de controlar sin fisura alguna todo lo que se mueve si es un medio de titularidad pública, un... (*Rumores*).

La Sra. **PRESIDENTA**: A ver, un momento; un momentito, señoría. (*Rumores*.) Por favor, vamos a guardar silencio, vamos a guardar silencio mientras... (La Sra. **JIMÉNEZ LIÉBANA**: *No se está manteniendo el mismo criterio con los grupos políticos. No se permite criticar a la Comunidad de Madrid, y al Grupo Popular se le permite criticar al Gobierno de España; entonces, no entendemos la diferencia de criterios, presidenta.*) Señoría, todos los diputados que han intervenido han hecho críticas. (*Rumores*.) Vamos a ver, señorías, se le ha llamado al orden cuando ya estaba hablando de su propio grupo parlamentario, de lo que le pasa en un acto de campaña, que me parece que estaba ya fuera de toda la intervención. (*Rumores*.) Señoría, no es lo mismo un acto de campaña de un partido político... (*Rumores*.) Por favor, señorías, vamos a guardar silencio. Continúe con el uso de la palabra.

La Sra. **MARTÍNEZ DE LA FUENTE**: Bien, ejemplo reciente sin precedente en la democracia española centrados en asaltar Radio Televisión Española para convertirla en el órgano por excelencia de transmisión de su propaganda política lo constituye el fichaje de Silvia Intxaurre por el módico precio de 530.000 euros (*Rumores.*) y el contrato del humorista de izquierdas, David Broncano, a quien, a cambio... (*Rumores.*) ¡Así es imposible, presidenta! ... A cambio de pagarle a su productora -por cierto, privada-, Mediapro, 14 millones de euros al año, 88.000 euros por programa, garantizándole dos años de contrato y 28 millones de euros independientemente del éxito o fracaso de la audiencia que tenga, un récord de indecencia cuyo triple colarario ha sido: primero, tratarse de una orden política directa de Moncloa, no decisión de Radio Televisión Española, que estaba cabalmente en contra; segundo, para hacerle la competencia en prime time a un medio privado donde se critica al Gobierno PSOE y Sumar y, tres, para que esté al servicio de la propaganda del Gobierno. Esto, señorías, sí que es un escándalo. ¡Qué pena!, ¡qué tiempos aquellos en los que se suprimió la publicidad en los medios públicos para no hacer la competencia a los privados! Este asunto, además, se ha llevado por delante a la presidenta de Radio Televisión Española, Elena Sánchez, que inicialmente consiguió cesar a José Pablo López, director de contenido siempre de Bolaños, pero como la idea venía de arriba, pues la cesó a ella después el consejo de administración a iniciativa, por cierto, de Roberto Lakidain, consejero propuesto por Podemos. (*Rumores.*)

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor García, le ruego silencio, por favor.

La Sra. **MARTÍNEZ DE LA FUENTE**: La bronca desembocó en el nombramiento como presidenta interina de Concepción Cascajosa, notoria militante del PSOE, cuya condición nunca ha ocultado y que manifestó -abro comillas-: "Sí, soy militante del PSOE y en este sentido considero que esa militancia forma parte de mi compromiso social con unas ideas que forman parte de mi vida profesional defender." (*Rumores.*) Dicho todo, señorías del PSOE, todo bajo control. ¡Y esto no es todo!, podríamos seguir.

En resumen, ustedes las únicas lecciones que pueden darnos son de asalto y colonización de medios públicos estatales que deberían ser independientes del Gobierno, de malversación de caudales públicos, de competencia desleal y de cómo subvencionar hasta decir basta la propaganda en favor político propio y esas lecciones es obvio, no nos interesan por ser ajenas a nuestras propias convicciones ideológicas. A su señoría de Más Madrid simplemente decirle que comulgan con todo lo anterior y adicionalmente -que no nos pasa inadvertidos-, que ustedes son más del ministerio de la verdad y de la política del pensamiento al estilo orwelliano descrito en 1984, son más de que toda la comunicación sea pública para ostentar ustedes todo el control, son más del pensamiento único de establecer controles en los medios privados al fin de imponer este, cuando no son más de fulminar directamente a los medios de comunicación privados en consonancia con aquella máxima de su difunto político Iglesias, de que -y abro comillas- "lo que ataca la libertad de expresión es que existen medios de comunicación privados" -cierro comillas-. Ustedes se dedican a poner el foco en el asunto que hoy nos ocupa, no para tratar de introducir mejoras, sino para tratar de dinamitarlo y con ello a ver si así se cargan al sector privado. Y todo ello envuelto, como hemos podido ver, en un discurso repleto de ataques gratuitos a periodistas concretos y medios de comunicación muy específicos.

Concluyo. Miren, este grupo parlamentario defiende y defenderá siempre el papel fundamental de los medios de comunicación que constituye una pieza esencial de la democracia y cumplen un papel insustituible básico en nuestro sistema constitucional de reparto, equilibrio y control de poderes frente a quienes señalan, incluso criminalizan a la prensa. Entendemos que el periodismo libre e independiente es ahora en este país más necesario que nunca, un periodismo de compromiso con la libertad y en especial con la libertad de expresión, la independencia, el rigor y la veracidad. Y asimismo y por todo lo anterior, este grupo parlamentario defiende y defenderá el rigor y austeridad con los que se conduce el Gobierno en la Comunidad de Madrid en materia de publicidad institucional y denuncia y seguirá denunciando con contundencia la disfunción sistemática de la gestión de la publicidad institucional protagonizada por el Gobierno de Sánchez, convencidos de que esa mala praxis hay que erradicarla porque de lo contrario acabará afectando -sí, señorías- al propio sistema democrático al que estamos todos llamados siempre y en todo momento, al menos en este grupo, y circunstancia en cualquier momento a defender, y no todos pueden decir lo mismo; de hecho, su falta de compromiso con la democracia es la causa de los males que padecemos en España, que incluye su perversa orientación con fines espurios de la publicidad institucional. Muchas gracias. *(Rumores)*.

La Sra. **PRESIDENTA**: Pues finaliza la comparecencia contestando a lo solicitado ... *(Protestas)*.

El Sr. **MENÉNDEZ MEDRANO**: Perdón, presidenta. Yo creo que se debería guardar un poquito de silencio cuando los demás hablamos. El señor Martínez Abarca hoy ha estado sembrado iy no le hemos cortado ni una vez! *(Rumores.)* ¡Sembrado totalmente!, ¡has dicho todo lo que has querido! *(Rumores.)* En cualquier caso, la portavoz del Partido Popular no ha tenido diez segundos de silencio, desde los tres grupos ha habido constantes rumores elevando la voz. Yo rogaría, por favor, a la presidencia que pare los tiempos cuando no dejen hablar a nuestro portavoz.

La Sra. **PRESIDENTA**: Lo he parado cuando he llamado la atención. *(Pausa.)* ¿Sí?

La Sra. **PÉREZ MOÑINO-ARANDA**: Yo le quiero pedir a la presidencia de esta comisión que, si se exige rigor y que nos ciñamos al artículo 211, al objeto de solicitar información al compareciente, si se ha llamado al orden a esta portavoz y a este grupo parlamentario por no ajustarnos a dicho artículo, cuando el Partido Popular, la portavoz del Partido Popular, habla de Pedro Sánchez y de Radio Televisión Española, entiendo que eso tampoco tiene nada que ver con el objeto de esta comparecencia; con lo cual... *(Rumores.)* ¿Me van a dejar terminar? Con lo cual, por favor, le solicito que, igual que se ha llamado al orden a esta portavoz, si nos vamos a ajustar todos estrictamente a lo que dice estrictamente el artículo 211, pues se aplique con todos los grupos parlamentarios.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señoría, le interrumpí su comparecencia en el minuto siete, usted llevaba siete minutos criticando a la Comunidad de Madrid, y yo no le he llamado al orden porque no estaba preguntándole nada de su comparecencia al profesor, ha sido cuando usted ya ha hablado del ataque a su partido en un acto de campaña y ya me ha parecido excesivo traer esto en una comparecencia sobre publicidad institucional. Todos los portavoces han manifestado diferentes críticas,

pero lo cierto es que a la única, a la única que se le ha interrumpido en el uso de la palabra ha sido a la portavoz del Grupo Parlamentario Popular, los demás han gozado de silencio mientras tenían el uso de la palabra... (*Palabras que no se perciben al no estar encendido el micrófono*).

El Sr. **PROFESOR DEL DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS** (Álvarez Peralta): De acuerdo. Bueno, en primer lugar, por alusiones, porque me siento aludido, voy a empezar un poco por el final, porque me sorprenden la respuesta con argumentos ad dominen en lugar de entrar en el contenido de las denuncias y de los estudios científicos que yo venía a citar. Se dice que se devalúa el resultado de estos estudios porque se dice que es que son de izquierdas. Mire, yo estoy citando datos del European Journal of Communications del año pasado en artículos abiertos a los que usted tiene acceso, estoy citando datos de la revista española de derecho de 2023, estoy citando datos de la revista española de transparencia... Son fuentes científicas que están en abierto y que cualquiera puede consultar. En concreto, la revista española de transparencia es la que ubica a Madrid en último lugar del ranking en transparencia en publicidad, en el uso de la publicidad institucional, en concreto era el International Journal of Communications el que hablaba del riesgo a nivel autonómico por la ausencia de leyes, como ocurre en la Comunidad de Madrid, y en concreto era el caso de la revista española de derecho a la comunicación el año pasado el que denunciaba cuestiones como que en la Comunidad de Madrid se ha multiplicado hasta por cuatro el presupuesto en publicidad institucional en año electoral, como la radio Intereconomía ha recibido en los primeros años de existencia hasta 282.000 euros, como esRadio ha logrado 92.000 euros en solo cuatro meses de existencia... Entonces, con este historial de dudas, insisto, publicadas en revistas de referencia a nivel académico, revistas científicas de primer nivel, creo que la única manera de resolverlo sería, como estamos proponiendo desde el ámbito académico, que los madrileños disfrutemos de una ley -de una ley, no de un acuerdo marco, de una sucesión de acuerdos marco, sino de una ley, como ocurre en tantas comunidades de España; hay muy pocas que no dispongan todavía de una ley- que establezca los criterios.

Decía la portavoz del Partido Popular que el contenido de las campañas es legítimo. ¡Si es que nadie ha cuestionado eso!, yo en ningún momento he entrado a hablar del contenido, de lo que apenas ha hablado usted es del reparto. Lo que estamos criticando no es el contenido de la publicidad institucional, que es perfectamente legítimo y necesario, lo que estamos criticando es cómo se reparte, de acuerdo con qué criterios se reparte y en concreto le hablo de repartos, y estos ya sí que se han hecho bajo su Gobierno. ¿Por qué La Razón tiene que recibir cinco veces más proporcionalmente que el diario más leído, que es 20 Minutos? La publicidad que es necesaria cumpliría mejor el criterio de eficacia si invierten ustedes más en el diario más leído, como es 20 Minutos, que además es un gratuito y, por lo tanto, llega a la población más humilde y a la población con menor nivel... (*Rumores.*) Le agradecería mucho que guardase silencio porque yo no soy profesional de esta sala y me despista cuando está hablando constantemente.

¿Por qué no invierten ustedes en cadenas como la SER o la COPE? Porque invierten ustedes hasta dos y tres veces menos que en esRadio, que, ¡casualidad!, es la única radio que ha crecido económicamente en España en los últimos años. ¿Se debe a su buen hacer a nivel de mercado o se

debe a la inyección de dinero de fondos públicos provenientes de la Comunidad de Madrid? Que, como bien ha explicado la portavoz de Vox, invierte proporcionalmente mucho más que el Gobierno de España, ¡mucho más que el Gobierno de España!, y, como reflejaba el estudio que le digo de la revista española de derecho a la comunicación, hasta cinco veces más que la Comunidad Autónoma de Cataluña. Es decir, esa inversión desproporcionada y que está alterando, adulterando el mercado informativo, ¡es lo que preocupa a nivel académico!, ¡no el contenido!; le hubiera agradecido que hubiera respondido usted a esto.

Y ya, por último, me duele especialmente que se diga que son estudios de izquierdas. Mire, en realidad nosotros constituimos un grupo en el que han participado hasta cuatro universidades: la Autónoma de Barcelona, la Rey Juan Carlos, la Carlos III de Madrid, la Universidad de Castilla la Mancha, distintos investigadores de todas las tendencias políticas y nosotros nos hemos puesto todos de acuerdo, las referencias que yo le he leído y las recomendaciones que yo le he leído estamos todos de acuerdo y las hemos firmado todos, gente más de izquierdas, más de derecha, de un partido, de otro partido. Si ustedes quieren tenerlas en cuenta y asumir la responsabilidad de hacer una ley que regule a futuro la publicidad institucional de los madrileños y madrileñas, pues creo que será en favor de todos y en beneficio de toda la ciudadanía, si usted quiere descartarlo como que son recomendaciones de izquierdas..., ¡en fin!, creo que bastaría usar Google cinco minutos para darse cuenta quiénes están firmando estas propuestas, el nivel académico que tienen, el rigor que tienen y ver hasta qué punto es desacertada esa afirmación.

Insisto -respondo con esto a la pregunta que me hacían desde el Grupo Socialista-, algunos de los referentes que nosotros hemos citado eran, por ejemplo, Castilla y León en cuanto a la firmeza de los criterios de auditoría, o eran Cataluña, Asturias, País Vasco y Extremadura, en cuanto a una comisión profesional que, según me acaba de informar la portavoz de Vox, la decisión para el futuro de la Comunidad de Madrid camina más bien en sentido contrario dado que, en vez de profesionalizarse y admitirse la participación profesional como hacen estas comunidades, o de tener una ley como hacen tantas otras comunidades, o de actualizar su portal como hacen Aragón, Navarra, Canarias, Castilla y León y demás comunidades, la Comunidad de Madrid ha tomado decisiones que avanzarían en sentido contrario, por lo tanto, en sentido de mayor opacidad y mayor dificultad.

No puedo evitar mencionar cuando usted alega la falta de pericia de los investigadores para encontrar los datos en su Portal de Transparencia. Esto es especialmente llamativo porque precisamente la respuesta que la Comunidad de Madrid ha dado en su tercera petición de datos de transparencia al investigador Raúl Magallón, de la Universidad Carlos III, lo que le ha dicho la propia Comunidad de Madrid a esta petición de transparencia es que los datos que pide son demasiado difíciles de elaborar, que la Comunidad de Madrid no dispone de medios para elaborar esos desgloses y presentárselos en excel; quiero decir, que estaría probando de su propia medicina. Efectivamente una de las barreras a la transparencia es que se publican con tal maraña de enlaces en una web complicadísima, en formatos no accesibles que hace difícilísimo seguirlos y, cuando algunos investigadores de la universidad pública española le han pedido que se lo suministren en formato abierto y accesible, la Comunidad de Madrid ha respondido que es difícil, que no puede asumir ese coste; insisto, está publicada la respuesta oficial

de la Comunidad de Madrid a esta petición de transparencia en la revista española del derecho a la comunicación en el año 2023.

Me parece especialmente sangrante esta cuestión de inversión, digamos, difícilmente justificable, y esto me hubiera gustado mucho que se hubiera podido aludir por parte de quienes tienen responsabilidad de Gobierno qué gastos han justificado o qué criterios han justificado esa inversión en diarios como La Razón, hasta cinco veces más que en los diarios más leídos. Me preguntaban... Y digo que me parece especialmente grave porque estamos hablando del dinero en tiempos de covid, en tiempos de una crisis grave de salud pública, de un momento de crisis económica para el país y a los escándalos de corrupción que ya están en la esfera pública habría que añadir cómo se han gastado, si no de manera rayana en la corrupción, como decía el presidente de la patronal, las campañas que se motivaron -muy cuantiosas, por cierto- con motivo de esta pandemia.

Me preguntaban qué medidas podemos sugerir. A las que ya he mencionado voy a añadir incluir las que son resultado de este equipo, insisto, de cuatro universidades públicas y de numerosos investigadores, también de fuera de España: incluir la publicidad comercial, el hecho de excluirla, dado que es mucho más voluminosa, mucho más cuantiosa, favorece la opacidad y favorece la compra de voluntades mediáticas o que la ley entre a definir qué es un medio, porque una de las cosas que pone de relieve el informe titulado "Así ha regado Ayuso con publicidad del Canal de Isabel II a los medios afines", publicado por el diario El Salto, una de las cosas que ha entresacado de la información que consta en el Portal de Transparencia es que algunas de las plataformas que han recibido inversión no pueden ser considerados medios, no tienen contratados trabajadores, apenas tienen difusión, tienen 12 seguidores en Twitter, medios como La Lupa, Merca 2, El Cierre, El Liberal o medios que han sido directamente sistemáticamente sancionados por dañar el derecho al honor, por mentir, por publicar titulares falsos... Es decir, habrá que incluir algún tipo de criterio deontológico de generación de empleo, porque un blog no es un medio, cualquier plataforma digital que se abra no es un medio y no es susceptible de recibir fondos y mucho menos en sus primeros meses de creación; esto sería importante. Otra de las medidas sugeridas en el informe es regular el tercer sector, en lo cual la Comunidad de Madrid también va por detrás de la mayoría de comunidades autónomas; el tercer sector de la comunicación no está reconocido, no está regulado, cuando es uno de los más principales dinamizadores de participación política a nivel europeo, y así nos lo han hecho saber distintas instituciones europeas en distintos momentos. La creación de una comisión profesional que efectivamente se están dando en sentido contrario. Una comisión más independiente, con participación de profesionales de reconocido prestigio, como ha ocurrido en Castilla y León, como ocurre en Baleares o como ocurre en otras comunidades. Y, por último, la evaluación ex post independiente y rigurosa, cosa que a día de hoy tampoco es un derecho garantizado para los madrileños y las madrileñas, no está recogido ni en el acuerdo marco ni en la ley que es inexistente.

Por lo tanto, señorías, concluyo -señorías de todos los partidos-, rogando, por favor, que para poner final a este problema tan preocupante de gasto de dinero público en compra de voluntades y afinidades mediáticas tomen el toro por los cuernos y decidan emprender la labor por tercera y definitiva vez de elaborar una ley que nos proteja a los madrileños y madrileñas de un mercado adulterado, de

un mercado mediático dopado que no representa las elecciones reales que la ciudadanía de Madrid hace a la hora de informarse. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Álvarez Peralta, por haber aceptado la invitación a esta comisión a informar; muchas gracias. *(Pausa.)* Sí, señoría.

La Sra. **JIMÉNEZ LIÉBANA**: Gracias. Tengo dos ruegos, señora presidenta: en primer lugar, ruego a la presidencia mantenga el mismo criterio a la hora de llamar a la cuestión a los y las portavoces de los grupos políticos. Usted ha interrumpido el mitin de la portavoz de Vox por criticar a la Comunidad de Madrid y ha permitido el mitin de su señoría del Partido Popular -que, además de atacar al compareciente, que no olvidemos, es un invitado de esta casa, de la sede de la soberanía popular, y merece un respeto, al igual que las personas a las que representamos y el respeto que merece la propia institución- atacando al Gobierno de España, escudándose además en la impunidad parlamentaria para mentir de una forma impresionante, y usted no le ha llamado la atención.

El segundo ruego. Le pido, por favor, que no generalice cuando quiera usted comparar a Vox con el Partido Popular, porque la intervención de mi grupo parlamentario ha sido impecable en cuanto al respeto al compareciente, a los miembros de la comisión y al Gobierno de la Comunidad de Madrid. Nada más. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Menéndez.

El Sr. **MENÉNDEZ MEDRANO**: Ruego también a todas las señorías de los diferentes grupos hacer fácil la labor de la presidencia porque no es cómodo -con el mayor respeto a quien viene de fuera- que a quien interviene, en este caso, a la portavoz de mi grupo, en esta cuestión no se la ha dejado hablar, insisto, veinte segundos seguidos. Una cosa es que nos desviemos del tema, y otra cosa que estemos contraponiendo dos modelos en cuanto a publicidad institucional. Evidentemente, la comparación de la Comunidad de Madrid va contra su espejo, no va a ir contra el ländler de Brandemburgo, en Alemania, hay que compararlo con el Gobierno central... *(Rumores)*.

Y doble ruego -dejadme acabar, por favor-. Lo que creo es que tenemos que tener respeto, que es lo que ha protagonizado esta Comisión de Presidencia siempre, y dejarnos hablar. Oímos cosas con las que no estamos de acuerdo, especialmente hoy con la intervención de Más Madrid, pero hagamos la vida fácil también a la presidenta.

La Sra. **PRESIDENTA**: *(Palabras que no se perciben al no estar encendido el micrófono)*.

— RUEGOS Y PREGUNTAS. —

¿Algún ruego o alguna pregunta? *(Pausa.)* Creo que expliqué por qué interrumpí a la portavoz de Vox, y no fue por criticar, sino que la interrumpí -y lo vuelvo a repetir por si no ha quedado claro, porque creo que al Grupo Parlamentario Socialista no le ha quedado claro- en el minuto séptimo, después de siete minutos de estar haciendo una crítica con toda la libertad que le da su situación de parlamentaria y de diputada, y le pedí que se atuviera al tema cuando empezó a hablar de un acto de campaña electoral en otra comunidad autónoma, íese fue el motivo!, y dije que otros grupos parlamentarios también habían llevado a cabo intervenciones críticas y que eso no se había limitado en ningún momento. Muchas gracias. Se levanta la sesión.

(Se levanta la sesión a las 17 horas y 22 minutos).

DIRECCIÓN DE GESTIÓN PARLAMENTARIA

SERVICIO DE PUBLICACIONES

Plaza de la Asamblea de Madrid, 1 - 28018-Madrid

Web: www.asambleamadrid.es

e-mail: publicaciones@asambleamadrid.es



Depósito legal: M. 19.464-1983 - ISSN 2660-8219

Asamblea de Madrid