



DIARIO DE SESIONES  
DEL  
**PARLAMENTO DE NAVARRA**

---

IX Legislatura

Pamplona, 19 de abril de 2016

NÚM. 12

---

**TRANSCRIPCIÓN LITERAL**

**COMISIÓN DE PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA, INTERIOR Y  
JUSTICIA**

PRESIDENCIA DEL ILMO. SR. D. UNAI HUALDE IGLESIAS

**SESIÓN CELEBRADA EL DÍA 19 DE ABRIL DE 2016**

**ORDEN DEL DÍA**

— Debate y votación de la moción por la que se insta al Gobierno de Navarra a repartir de forma equitativa y transparente la partida o partidas disponibles de publicidad institucional, presentada por el GP Partido Socialista de Navarra.

(Comienza la sesión a las 16 horas y 34 minutos).

**Debate y votación de la moción por la que se insta al Gobierno de Navarra a repartir de forma equitativa y transparente la partida o partidas disponibles de publicidad institucional, presentada por el G.P. Partido Socialista de Navarra.**

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Arratsalde on, señorías. Se abre la sesión de la Comisión de la Presidencia con un único punto en el orden del día que es el debate y votación de la moción por la que se insta al Gobierno de Navarra a repartir de forma equitativa y transparente la partida o partidas disponibles de publicidad institucional, presentada por el Grupo Parlamentario Partido Socialista de Navarra. Para la presentación de la propuesta tiene la palabra el portavoz del grupo proponente, el señor Garmendia Pérez, por un tiempo máximo de quince minutos. Nahi duzunean.

SR. GARMENDIA PÉREZ: Arratsalde on. Eskerrik asko. Muchas gracias, señor Presidente. Muchas gracias, señoras y señores Parlamentarios. Es una moción muy simple y de toda lógica, en principio. En la noble labor de informar –en la que me consta que todos estamos atentos día a día– el panorama, de alguna forma, ha cambiado. Ha cambiado, básicamente, porque ahora mismo las barreras de entrada a la creación de un medio de comunicación son las que son. Antes, para tener un medio de comunicación –en este caso estoy hablando de la prensa escrita–, se necesitaba una rotativa, se necesitaba un canal de distribución importante, se necesitaba un amplio número de personal... Entonces, solo las grandes corporaciones o los grandes capitales eran capaces de iniciar la aventura de emprender un nuevo medio de comunicación. Insisto, en este caso, en prensa escrita.

A día de hoy esa barrera ha desaparecido gracias a internet. Y, de alguna forma, pequeños emprendedores, pequeñas empresas, incluso particulares, pueden generar un medio de comunicación, que puede tener más o menos éxito, en función del buen hacer, del contenido, de los profesionales que contraten... Y eso está llegando a Navarra de alguna forma.

Dejando al margen los medios de soporte televisivo y de radio, que van por otros derroteros –ahora explicaré el porqué–, el Gobierno de Navarra ha venido invirtiendo en publicidad institucional en prensa escrita –aunque también se ha invertido en radio y televisión, por supuesto. Una publicidad que, según los datos de la Memoria de la Dirección General de Comunicación que tengo aquí, –el último informe es de 2014, no tenemos el de 2015, y el de 2014 aparece muy pobre en relación con el de 2013–, corroborados en el portal de Open Data Navarra, fue de 285.000 euros más o menos en el año 2014, en publicidad institucional en prensa escrita, solo tradicional, en papel, digamos, y de 137.800 euros en prensa, pero digital. En total, en inversión institucional, en publicidad institucional, se invirtieron 422.000 euros, lo que supone un 59 por ciento de la partida total, que asciende a 717.000 euros. El resto es Turismo.

Pero vamos a hablar solo de la publicidad institucional, porque podríamos hablar de la parte turística, pero en la parte turística, la partida presupuestaria está mucho más atomizada y mucho más insertada en internet. Tal vez, porque la publicidad en Turismo no se hace única y

exclusivamente dentro de Navarra, sino que se tiende a hacer fuera de Navarra, por razones obvias que no vamos a explicar. Por lo tanto, para centrarnos, nos vamos a guiar con los datos de inversión publicitaria institucional del Gobierno de Navarra de 2014 y 2013 que, en su totalidad, se hace solo en Navarra. Y vamos a ver en qué medios se está haciendo, y si ese reparto que viene haciendo en los últimos años es equitativo o no.

Me ha venido fenomenal, para hacer la presentación de esta moción hoy, que la semana pasada se presentara el Estudio General de Medios. La última oleada del Estudio General de Medios –no voy a entrar en si los medios en papel han caído o no, aunque vienen cayendo– nos arroja unos datos muy esclarecedores. Solo hay dos periódicos que se editan en Navarra. Uno es Diario de Navarra, con 166.000 lectores al día. Y Diario de Noticias, con 76.000 lectores al día. Insisto, lectores de prensa escrita.

Sin entrar en detalles, EGM indica que la penetración de internet es tres veces superior a la del papel. Es decir, de cada persona que se informa a través de la prensa escrita en papel, tres se informan por internet. A pesar de ello, la cantidad que se está otorgando a los medios de comunicación en papel es muy superior a la que se otorga a los medios digitales.

Por lo tanto, y para comparar peras con peras, ahora vamos a intentar extrapolar estos datos de EGM de lectores/día, con lo que pudiera ser un lector/día en internet, que es un usuario único. Un usuario único es aquel que entra en el periódico y hasta las veinticuatro horas sigue siendo un único usuario, un único lector, porque si no, serían visitas. Y en internet hay que mirar usuarios únicos. Entonces, nos damos cuenta de que consultando diferentes fuentes – que es difícil de encontrar en internet porque no están tan homogeneizadas como en la parte de papel– tenemos los siguientes datos que he conseguido, después de llamar a todos ellos. Por lo tanto, nos tendremos que fiar de lo que nos dicen, porque tan solo Diario de Noticias –y las cosas como son– tiene sus datos corroborados por OJD Interactiva, que certifica que realmente sus números son los que ellos dicen.

Diario de Navarra se mantiene en una horquilla de 84.000 usuarios únicos al día en internet. En papel, recuerdo, son 166.000 lectores/día. Diario de Noticias sería el segundo. En papel tenía 76.000 lectores/día. En internet –el único que está auditado, insisto– tiene 51.843 usuarios únicos. Estos son datos de marzo de 2015 que, por cierto, se mantienen muy estables en los dos últimos años. En tercer lugar, en internet –y llama poderosamente la atención– está Navarra.com con 28.000 usuarios únicos. Son datos de Google Analytics, que se pueden parecer más o menos. Pero, por ejemplo, Diario de Navarra en Google Analytics, baja de los 84.000 usuarios únicos. Por lo tanto, se puede comparar y nos podemos hacer una idea. Pamplona Actual, que también es un medio de pequeños emprendedores de Navarra, tiene 118.000 usuarios únicos al mes, lo que viene siendo más o menos unos 5.000 usuarios únicos al día. Luego, en menor medida, está Navarra Capital, que tiene unos 35.000 usuarios únicos al mes. Y no tenemos datos, porque no nos los han podido facilitar, otros menores como Ahora Zona Media, Navarra Confidencial, y otros menores que hay por ahí. Es decir, que el panorama en Navarra se está abriendo. Incluso estamos viendo cómo algunos medios van cogiendo cierta fuerza.

Esta es la realidad de la prensa en internet en el mundo, en España y, por supuesto, en Navarra. Pequeños emprendedores, pequeños periodistas que, en muchos casos –por casos

personales que conozco—, se quedan en el paro y montan su propio medio, y están empezando a mirar a los ojos a los medios que llevan aquí decenas de años, alguno incluso alguna centena.

Y esa es la realidad. Y esa es la democracia de internet. Y es lo bueno que tiene internet. Aunque hay mucho que mejorar y habría que establecer cuál es la fuente única por la que vienen esos datos que corroborarían estas cifras. Lo ideal sería que viniesen de una única fuente porque también hay datos de Comscore, de EGM, de OJD Interactiva, de Google Analytics... en fin, hay que buscar una única fuente.

En paralelo, el Gobierno de Navarra no utiliza ninguna fórmula de ningún tipo para repartir esta inversión de la publicidad. No la hay, por supuesto, en la parte de papel porque, si miran los datos, no tiene nada que ver la audiencia con lo que se contrata en un sitio o en otro. Y, por ejemplo, se dan casos como el de una campaña de IRPF de la Hacienda Navarra, ahora mismo, como todos sabemos, en la que un diario menor tiene una campaña importante de publicidad pagada por el Gobierno y el resto no. No se sabe muy bien por qué. Habría que ver por qué uno de ellos tiene una campaña importantísima, con un mega banner tremendo, y el resto no. Por qué unos han entrado y otros no. Incluso habiendo en Navarra un medio especializado en economía que no tiene ese banner, cuando si tuviera que estar en alguno, tal vez tendría que estar en ese.

Por lo tanto, insisto, si vamos a los datos de la Memoria de 2014 y 2013, vemos que la inversión en internet tiene este pastel. Muy claro. En inversión en internet, solo hay dos medios. Uno y otro. Y esto es lo que, de alguna forma, tendríamos que intentar cambiar, no solo en internet, sino también en papel, en función de una fórmula matemática o algo, para que se evitasen suspicacias, y se invirtiese en estos nuevos emprendedores, en estas nuevas empresas, y en todo lo que está haciendo que internet sea lo que es, y sea democrático como lo es, en un espacio que tiene una penetración muy importante y mucho más homogénea en la pirámide de población.

Por lo tanto, y como dice la moción, y espero que haya quedado suficientemente claro, instamos al Gobierno de Navarra, a repartir de forma equitativa y transparente en función de parámetros cuantificables, medibles y abiertos, la partida o partidas disponibles de publicidad institucional en soporte prensa e internet. Seríamos, desde luego, un ejemplo de equidad y de transparencia en Navarra, sin duda. Muchas gracias. Eskerrik asko.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Eskerrik asko zuri, Garmendia jauna. A continuación, anuncio que hay dos enmiendas. Una enmienda registrada en el día de ayer del señor Sayas, por parte del grupo parlamentario de UPN. Y también se plantea por parte del mismo portavoz y del mismo grupo, una enmienda *in voce*. Sobre esta segunda, ¿algún grupo se opone a su tramitación? No. Entonces para la defensa de las enmiendas, tiene la palabra el señor Sayas por un tiempo de diez minutos.

SR. SAYAS LÓPEZ: Gracias, Presidente. Buenas tardes, señorías. En primer lugar, yo muestro mi sorpresa por que estemos tratando este asunto en esta Comisión, que me parece que es más propio de la Comisión de Relaciones Institucionales, donde deriva la Dirección General de Comunicación, que de esta Comisión. Pero, bueno, la mesa con su mayor saber y entender, ha

entendido que debemos tratarla aquí. Por lo tanto, nosotros la tratamos aquí, sin ningún problema.

Nosotros estamos de acuerdo con lo que está planteando el Partido Socialista, pero creemos que se queda corto. Al final, no deja de ser una declaración de principios que, si no concretamos más, corremos el riesgo de que se quede solamente en eso. Por eso, la enmienda *in voce* que hemos traído esta tarde aquí. Porque queremos que el Gobierno tenga que venir, con una periodicidad semestral, a dar cuenta a la comisión correspondiente acerca de cómo está haciendo esa publicidad, en qué medios... Ya estoy viendo a alguno que lo está apuntando, para decir que el Gobierno anterior no lo hacía, pero se supone que vendrán ustedes a mejorar las cosas.

Entonces, me parece que, en aras de la transparencia, es una información que está bien que este Parlamento conozca, porque tenemos la responsabilidad de controlar al Gobierno, y que es una información que está muy bien tener a nuestra disposición, de boca del Gobierno, para que podamos hacer un seguimiento de la publicidad que hace el Gobierno. Publicidad que tiene dos vertientes, básicamente. Por un lado, está la publicidad destinada a Turismo, que consideramos que debe llevar un camino diferente, porque no solamente tiene que ver con aquellos medios más leídos, sino con aquellos mercados en los que el Gobierno quiera realizar un posicionamiento estratégico para captar más turistas para esta Comunidad. Y, por otro lado, la publicidad institucional que tiene que responder mucho más a unos criterios objetivos de difusión, y teniendo en cuenta los análisis que se hacen tanto en el Estudio General de Medios, como las encuestas de CIES, como también otras cuestiones a la hora de valorar lo que es la publicidad en internet, a las que se estaba refiriendo el señor Garmendia.

Y una cuestión que a nosotros nos parece clave es que, cuando se trata este asunto, debemos hacer especial hincapié en una cuestión que a este grupo le parece inaudita y es que las instituciones públicas no pueden insertar publicidad en aquellos medios de comunicación en los que se estén anunciando anuncios de prostitución. Y voy a explicar por qué. En primer lugar, porque consideramos que los anuncios de prostitución contribuyen, obviamente, a difundir la prostitución. Una prostitución que, en la gran mayoría de los casos, se ejerce de manera involuntaria, forzada, vejando a mujeres, privándoles de su libertad y obligándolas y explotándolas sexualmente. Y tuvimos una muestra de ello, también en esta Comunidad, el pasado verano cuando, a raíz de una investigación fiscal, se investigaron catorce clubes y veintiún pisos, algunos en esta Comunidad.

Detrás de esta investigación fiscal, lo que se descubrió fue una trata de blancas que se estaba produciendo en varios de esos locales. Y esos locales se anunciaban en medios de comunicación. Por tanto, creo que todo lo que podamos hacer desde las administraciones públicas para evitar esas cuestiones, las debemos hacer. Y esta es una. No puede ser que las administraciones públicas inserten publicidad en aquellos medios que utilizan una cuestión tan dramática como esta para recibir ingresos. Y es una manera de que, entre todos, tratemos de atajar una práctica que es bochornosa y que hay que erradicar, algo en lo que todos estamos de acuerdo. No la prostitución, sino la prostitución ejercida de una manera no libre y explotando a las mujeres, que están sin ingresos, en la pobreza, y teniendo que pagar, con su explotación sexual, las deudas que tienen con mafias que, desde luego, las tratan de una

manera absolutamente brutal e inhumana. Entonces, creo que todo lo que podamos hacer en esta materia es poco y esta es una de las cosas que podemos hacer. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Gracias a usted, señor Sayas. Abrimos, a continuación, turno de palabra a favor y en contra de los diferentes portavoces con respecto a la moción presentada. En el turno a favor ¿quién interviene? ¿En el turno en contra?

Por parte de la Agrupación de Parlamentarios Forales del Partido Popular tiene la palabra el señor García.

SR. GARCÍA JIMÉNEZ: Gracias, Presidente. Buenas tardes. Voy a ser breve porque ya se han puesto muchas cosas encima de la mesa. La enmienda que presenta el Partido Socialista nos parece, claramente, una propuesta totalmente razonable. Y la vamos a apoyar. La consideramos de importancia. Consideramos que este reparto de la publicidad que se hace a nivel institucional debe realizarse, por supuesto, siempre de la forma más justa y equitativa posible. Es de lo que se trata. En este caso, si se puede mejorar o dar mayor transparencia, nos parece completamente correcto. Insisto en que el reparto que se haga de la publicidad institucional tiene que ser, como digo, justo y equitativo. Haciendo referencia a estas cuestiones, es importante, como digo, conocer adónde van esas cantidades económicas que se hacen en publicidad por parte del Gobierno. Además, también estamos a favor de la enmienda de adición que presenta Unión del Pueblo Navarro, por lo mismo. Porque trata de aumentar la transparencia y de mejorar lo máximo posible la transparencia. Y, en este caso, como digo, vamos a votar a favor de la enmienda presentada por el Partido Socialista.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Mila esker, García jauna. Por parte de la Agrupación de Parlamentarios Forales de Izquierda-Ezkerra, tiene la palabra el señor Nuin.

SR. NUIN MORENO: Gracias, señor Presidente. A nosotros nos parece sensato que se establezcan criterios o parámetros –que es el concepto que utiliza la moción presentada por el Grupo Socialista– para repartir de forma objetiva, de forma equitativa, de forma transparente, el presupuesto de publicidad institucional. Y que este reparto no quede al albur, simplemente, de la decisión de cada Gobierno, sin que se sepa, realmente, cuáles son los criterios para la toma de esa decisión.

Lo que, ciertamente, sorprende es que no haya establecidos ya, de forma pública, unos criterios al respecto. Eso es lo que llama la atención, que, a estas alturas de la película, nos sigamos moviendo en un marco en el cual cada Gobierno puede tomar sus decisiones. En fin, se supone que tiene que ser en función de criterios objetivos, pero no hay una reglamentación que así lo garantice. Por lo tanto, eso es lo que llama la atención. Nos parece, insisto, que todo lo que sea avanzar en esa dirección es positivo. Entendemos que es lo que, en definitiva, está planteando la moción socialista. Y, por lo tanto, la votaremos a favor.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Muchas gracias, señor Nuin. Vamos ahora con los turnos en contra. Por parte del Grupo Parlamentario de Geroa Bai, señor Leuza, tiene la palabra.

SR. LEUZA GARCÍA: Eskerrik asko, Lehendakari jauna. Buenas tardes a todos y a todas. Bien, lo primero, señor Garmendia, quiero decirle que esta moción me tenía bastante desconcertado, hasta esta mañana que he hablado con usted y me ha dado unos datos. Luego, también me he

enterado de otras cosas, como que usted es colaborador de uno de los medios que usted siente que está discriminado pero bueno... Realmente, no sabía por dónde iba, aunque ahora ya lo veo un poco más claro. Y lo digo así porque nos pide repartir de forma equitativa y transparente, en función de parámetros cuantificables, medibles y abiertos, la partida o partidas disponibles de publicidad institucional en soporte prensa o internet. O sea ¿hasta ahora no se hacía así? ¿Hasta ahora UPN no lo hacía así? ¿Hasta ahora el Gobierno de UPN repartía el dinero como quería? Entonces ¿se hacía o no se hacía? Yo pregunto.

No sé muy bien a qué se refiere, exactamente, porque el Gobierno tiene contratado con CIES dos oleadas anuales de toma de datos. Creo que hay dos anuales. No sé quién ha dicho que no había ningún dato. Se toman dos oleadas de datos. Y, con base en eso, se dan las subvenciones. Me consta que el Gobierno aplica, para la distribución de las ayudas a los diferentes medios, lo contemplado en la Ley Foral 29/2005, así como en la Orden Foral 1/2003, que determina perfectamente las directrices a seguir en esta materia. O sea, no se inventan, sino que siguen las directrices de esa ley y de esa orden foral, como lo hacía el anterior Gobierno, digo yo. Es que, por lo que le he entendido, señor Garmendía, parece que cada uno distribuye lo que hay.

Luego, hablaremos de la objetividad de un dato que usted ha dado. Usted ha dado por bueno todo lo que ha dicho, cuando reconoce que el único dato objetivo, que lo tiene medible, es de un medio. Todos los demás le han podido decir eso, la mitad o el doble. No lo sé. Yo no sé si es cierto o no es cierto. Yo reconozco que usted ha reconocido que solamente hay un dato objetivo.

Podemos comprobar, porque yo lo he comprobado, que en esa legislación, el interés general, la lealtad institucional, la veracidad, la transparencia, la eficacia, la responsabilidad, la eficiencia y la austeridad en el gasto son motivos destacables para determinar su asignación en la subvención. Y, además, yo también incluiría en esos parámetros cuantificables el respeto del código deontológico, la verificación y rectificación en caso de no ser cierto lo que se publica, el cumplimiento de la legislación laboral, la pluralidad lingüística, etcétera. Yo creo que el Gobierno debe contemplar todas esas cosas, además de las que se contemplan en la ley y en la orden foral.

Antes de terminar, me voy a posicionar también con las enmiendas de UPN. Por supuesto que vamos a votar a favor de la que ha presentado *in voce*, porque queremos que no sea como hasta ahora. Pero me parece vergonzoso que la presente usted, señor Sayas. Me parece lamentable. Quien ha dado lo que ha querido, quien ha hecho lo que le ha dado la gana, durante el tiempo que ha querido, ahora nos pide a nosotros que cada seis meses presentemos en el Parlamento los datos. No se preocupe que este Gobierno sí lo va a hacer. El anterior no lo hacía.

Y, sobre la enmienda que presentó usted ayer, mire lecciones de moral... ¿Es legal o es ilegal? Yo creo que aquí nosotros estamos para legislar. La función de este Parlamento es legislar. Y, desde luego, no tengo ninguna duda de que, tanto los contactos de relax como los contactos sin poner relax, que hay en otros periódicos, son legales. Y, si son ilegales, vaya usted a denunciarlos. Pero no venga a decirme que son cuestiones de moral o de ética, cuando con muy poca moral y muy poca ética se cobraban ciertas dietas. Y no me importa decirlo porque

yo le he oído decir a usted que las dietas que cobraba la Presidenta Barcina eran legales. ¿Qué yo tengo poca vergüenza? ¿Por qué tengo poca vergüenza? Señor Presidente...

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Señor Sayas, le llamo al orden.

SR. LEUZA GARCÍA: En un debate que yo tuve con usted, me dijo que las dietas que cobraba la señora Barcina eran legales, que puede que no fueran morales o éticas, pero que eran legales. Sí, lo dijo. Y yo quiero preguntarle si estos anuncios son legales o no son legales. Por eso, naturalmente, nos vamos a posicionar en contra.

En general, de todas formas, nuestro grupo, Geroa Bai, cree que el Gobierno actual cumple perfectamente con lo que se solicita en esta moción. No tendríamos ningún problema en votar a favor, porque creemos que lo cumple perfectamente, pero como no le encontramos sentido, ni sabemos muy bien qué es lo que usted pretende, vamos a votar en contra. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Gracias a usted, señor Leuza. Por parte del Grupo Parlamentario de EH Bildu, señor Araiz, zurea da hitza.

SR. ARAIZ FLAMARIQUE: Eskerrik asko, Lehendakari jauna. Arratsalde on guztioi. Nosotros hemos pedido el turno en contra para abstenernos porque, en realidad, lo que se está demandando, en el fondo de la moción, es algo que planteaba el portavoz de Izquierda-Ezkerra, que es sensatez en la idea de establecer unos criterios claros. Los criterios que nos ha contado el portavoz de Geroa Bai, serían muy discutibles, algunos de ellos. Por ejemplo, ¿por qué discriminan a alguien...? Ha hablado de la lealtad institucional, que aparece en esa ley foral y en la orden foral. Yo creo que en el fondo lo que subyace es eso.

Nosotros, recientemente, hicimos una pregunta por escrito al Departamento de Relaciones Ciudadanas e Institucionales sobre esta materia. Y no sé si está ya publicada en el Boletín. La respuesta es del 13 abril. Probablemente, esté todavía pendiente de publicación. Pero hay información desglosada por publicidad de avisos, por publicidad institucional y por publicidad de la marca turística, que es la que nos dicho que dejaríamos a un lado, en el sentido de que tiene otros criterios, como decía el señor Sayas, que son distintos de los que habitualmente se utilizan en lo que es la publicidad de avisos que, en definitiva, no es otra cosa que anuncios de licitación. Y buena parte de ese gasto revierte, porque son las propias empresas adjudicatarias, de acuerdo con los pliegos de contratación, quienes abonan ese coste.

Pero, en definitiva, también ahí es exclusivamente la prensa escrita la que se lleva los casi 100.000 euros que se gastan. Pero en el desglose de la publicidad institucional, y aun dando por buenos los datos que usted ha dado, en publicidad institucional en el año 2015 se gastaron, 629.404,34 euros, de los cuales 51.800 euros fue el coste de edición de esa publicidad. Es decir, los anuncios tienen un coste en su edición, según qué tipo de anuncio, y luego se insertan y se compran inserciones publicitarias. Pues bien, la mayor parte, evidentemente, se la llevó la prensa diaria con 202.000 euros (131.000 euros, Diario de Navarra y 71.000, Diario de Noticias). Luego, el espacio radiofónico se llevó buena parte, porque no nos olvidemos que hay prensa e inserciones radiofónicas, con 150.000 euros. Y el tercer medio fue internet, con 95.000 euros. Pero, claro, teniendo en cuenta todos estos datos que usted nos ha dado, si sumamos los usuarios únicos –yo creo que ese es el dato importante



porque, al final, no es que yo entre diez veces en una página de internet, sino que mi IP se cuente una sola vez, que es el dato realmente objetivo—, en ese caso, si sumamos los usuarios únicos más los lectores... porque de la inversión en publicidad en internet, que fue de 95.000 euros, 40.000 euros se los llevó la versión digital de Diario de Navarra y 23.000 euros la de Diario de Noticias. Es decir, estos medios que se llevan buena parte de la publicidad por escrito, luego son los grandes medios que tienen los usuarios únicos en internet. Yo creo que si sumáramos todo esto, no sé si cambiaría mucho. También hay otra parte de televisión, donde también hay inversión publicitaria, con casi 40.000 euros.

Y, luego, hay una parte de publicidad en soportes de otro tipo. Y yo creo que aquí sí hay un déficit importante, porque en revistas locales solo se invirtieron 21.000 euros. Y, seguramente, si sumamos toda la difusión de todas las revistas locales que hay en Navarra —por cada zona hay una o dos revistas locales— más los soportes digitales que tienen esas ediciones locales, probablemente, estaríamos superando, con mucho, a esos medios que usted ha citado aquí, como Navarra.com, Navarra Capital, Ahora Zona Media, etcétera. Ahí hay una parte muy importante que, históricamente, ha sido marginada de la publicidad institucional del Gobierno de Navarra, y que tienen un nivel de penetración impresionante —porque suelen ser revistas que se reparten gratuitamente o tienen una suscripción pequeña o están soportadas con ayudas institucionales locales. Y esas están fuera. Estamos hablando de un millón y pico, —no recuerdo cuánto es el total—, y el año pasado se invirtió 21.000 euros en esas revistas.

Por lo tanto, yo creo que, seguramente, el déficit, más que en esos nuevos medios digitales que han ido surgiendo y que usted está planteando, está aquí, en las revistas locales en Navarra. En la Ribera hay varias revistas locales; en la zona media, hay dos revistas locales; en Sakana; en Baztán; aquí en Pamplona ha habido algunas revistas locales en los últimos años, algunas de las cuales se han cerrado. Por lo tanto, nosotros creemos que aquí, el magro y la reparación histórica, si hay que hacer alguna reparación histórica, con base en esos criterios, está, desde luego, en las revistas locales.

Se hace publicidad hasta en las salas de cine. Yo desconocía este dato, pero me lo han dicho y me han corroborado que, efectivamente, ha habido anuncios contra la violencia sexista, etcétera. Son 11.000 euros y, probablemente, ahí hay un nivel importante de audiencia importantísimo. Yo no sé el volumen total de gente que vamos una vez al cine en Navarra. Está cuantificado. Por lo tanto, es un índice de audiencia importante. Y también en revistas de tirada nacional y en otras publicaciones.

Por lo tanto, yo creo que —y esta es la razón por la que nosotros nos vamos a abstener— hay que tener mucho cuidado con las herramientas de medición. Y ustedes plantean aquí en su moción que sean parámetros cuantificables, medibles y abiertos. Yo creo que habría que aquilatar todavía mucho más, desde luego. Y los soportes, prensa e internet, entendiendo prensa, si es en ese concepto de prensa local, prensa en televisión, prensa en radio, y prensa escrita. Desde luego, tiene que ser un concepto global, no solo escrita. Quiero insistir en que no solo la prensa escrita, aunque la prensa escrita, más los medios escritos que tienen ediciones digitales, se comen mucho del total de la audiencia, seguramente lo que están recibiendo. Y, por esa razón, nos vamos a abstener.

Y, sobre las enmiendas, como no sé si van a admitir por parte del proponente, nos vamos a abstener en conjunto, incluidas las dos enmiendas, si se fueran a admitir.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Mila esker, Araiz jauna. Para finalizar la ronda, y por parte del Grupo de Podemos-Ahal Dugu, tiene la palabra el señor Velasco.

SR. VELASCO FRAILE: Gracias, señor Presidente. Nos vamos a abstener en la moción. Y, con respecto a las enmiendas, con respecto a la primera de adición, referida a la prostitución, dado que este tema se va a tratar en una moción de mañana, nos vamos a posicionar en contra. Con respecto a la enmienda de adición, por la que se pide que cada seis meses el Parlamento dé cantidades de publicidad contratadas y tal, hasta ahora existían las memorias anuales. No vemos ningún inconveniente a la moción, pero también en esto nos vamos a abstener.

¿Por qué nos abstenemos? Porque consideramos que los indicadores por los que se reparten las cuantías, tanto en prensa como en internet, no le quedan claros a nuestro grupo. No sabemos qué indicadores se están utilizando. Si es, por ejemplo, para la prensa, la OJD, la Oficina de Justificación y Difusión, que emite informes cada mes; o el Estudio General de Medios, por ejemplo, para hablar de las cuantías que se reparten en el apartado de internet. Sí que apreciamos que, haciendo una comparativa entre los años 2014 y 2015, en 2014 en internet, el Diario de Navarra recibió 86.000 euros; y el Diario de Noticias 43.000 euros. Y, sin embargo, en 2015, las cuantías se recortan bastante porque el Diario de Navarra, de recibir 86.000 en 2014, recibió 40.000; y el Diario de Noticias, de recibir 43.000 en 2014, recibió 23.000. Es más, en 2015, el Diario de Noticias, por ejemplo, recibió menos dinero que el que recibió Facebook, que se llevó 24.000 de las campañas de Facebook. Y Ahora Zona Media recibió 847 euros.

Respecto a lo que tiene que recibir Navarra.com, Pamplona Actual, Navarra Confidencial o todos estos medios, entendemos que, tal como ha dicho el señor Araiz, hay que estudiar mucho cuáles van a ser los indicadores o los parámetros a medir, a la hora de establecer el reparto de cuantías. Pero es una cuestión que hay que tener en cuenta, porque la repercusión y la difusión que tiene ahora internet, hace que haya que darle una vuelta a eso y hacer una valoración, a la hora de establecer cuánto se destina a publicidad en prensa escrita o cuánto se destina a internet, de los 450.000 euros de publicidad institucional que están previstos este año en los presupuestos. Muchas gracias.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Gracias a usted, señor Velasco. El señor proponente, el señor Garmendia, tiene diez minutos de réplica. Y le pido que, con carácter previo a proceder a la votación, se pronuncie sobre si acepta las dos enmiendas presentadas.

SR. GARMENDIA PÉREZ: Gracias, de nuevo, Presidente. Vamos a empezar por lo primero, que son las enmiendas. En cuanto a la primera enmienda de adición, presentada ayer, en relación con la prostitución, señor Sayas, puedo estar absolutamente de acuerdo con esta enmienda, pero no la voy a admitir, porque mañana se va a tratar en la Comisión de Relaciones Ciudadanas e Institucionales, una moción presentada por el Grupo Parlamentario Socialista en cuyo punto seis viene exactamente esto. Entonces yo lo que no quiero es dispersar el debate – que yo creo que está siendo bastante enriquecedor por todas las aportaciones de todos los grupos, que agradezco desde aquí. Y para mí esto son interferencias. Es ruido que no creo que

dé a lugar. Y, en segundo lugar, la segunda enmienda de adición me parece correcta. Y me parece correcta que se haga en condiciones. Hablábamos de las Memorias de 2015, de 2014 y de 2013. Y si nos damos cuenta de los datos que aparecen en cada una de ellas, cada vez aparecen menos datos, lo cual me preocupa. Es decir, en la Memoria de 2014, ya no aparecen reflejados los medios a los que se les da la cuantía, por lo menos, en los datos que aparecen en la plataforma de Open Data Navarra.

Y, respondiendo a cada uno de los grupos, a UPN, al señor Sayas, quiero agradecerle el que se posicione a favor, igual que al Partido Popular. Muchas gracias por el posicionamiento. Y quiero compartir con Izquierda-Ezkerra que yo también me quedo perplejo, cuando veo que no hay criterios objetivos, a pesar de que por ahí se ha dicho que sí hay criterios objetivos. No los hay. No nos podemos engañar. No hay criterios objetivos y, desde luego, señor Nuin, comparto con usted que hay que poner luz y taquígrafos y transparencia sobre el reparto de la publicidad institucional. Y, a día de hoy, no la hay ni de lejos. Porque, además, el señor portavoz de Geroa Bai, el señor Leuza, confunde absolutamente lo que es una subvención de lo que es un servicio. Es que no estamos hablando de subvenciones. Usted confunde las subvenciones que se les da a la televisión, a la radio, al cine... con un servicio que es colocar publicidad en un medio. Y, de paso, aprovecha a meter una cuña, diciendo que yo colaboro con un medio. Y ¿quién de aquí no colabora con un medio? ¿Quién no escribe un artículo para un medio y se lo publican? ¿Quién no? Usted, señor Couso, también ha escrito algún artículo que he leído en el Diario de Navarra.

SR. COUSO CHAMARRO: Pero me cobran.

SR. GARMENDIA PÉREZ: A mí también me cuesta dinero. Pero me parece una desfachatez que saque estas cosas. Bueno, bien, sáquelas, pero todos somos colaboradores de medios. Y todos tendríamos que contribuir con los medios porque una de nuestras labores como parlamentarios es difundir lo que nosotros pensamos. Por lo tanto, yo creo que ahí usted ha pinchado un hueso. Como ha pinchado un hueso en casi toda su exposición, porque no ha dado ni una. Porque pregunta qué buscamos con esta moción. Yo busco solo una cosa: transparencia. Y si usted cree que, ahora mismo, los criterios de reparto de publicidad son objetivos, alguien tendrá que analizar eso. Son lo más lejano que hay a la objetividad, a pesar de las leyes que puedan sacar. Y, si no, dígame por qué en un medio de internet hay una campaña institucional y en otros no. Hay un término muy objetivo que se llama «el dedo». Y usted lo ha apoyado aquí. Por lo tanto, creo que no ha dado ni una en su intervención.

Respecto a Bildu, les agradezco la abstención. Muchos datos de los que ha dicho son verdad, pero el más claro es que, precisamente, ha corregido al Portavoz de Geroa Bai porque no está nada claro. Efectivamente, no está nada claro. Y le quería dar un dato que está en la Memoria de 2013, que no en la de 2014, que los anuncios de avisos corresponden a un 14,4 por ciento por ciento. El resto es publicidad, anuncios con creatividad. Que nos puede dar una idea de lo que es avisos y lo que es creatividad. Yo le invito a leer la Memoria de 2013. Muchos datos de los que ha dado están muy bien, pero la Memoria de 2013 viene mucho mejor desglosada. Y no sé por qué en 2014 omitieron un montón de datos. No sé si adrede o no. Pero ocultaron muchos datos porque en esta sí que viene desglosada por prensa perfectamente.

Y tengo que agradecerle la aportación al debate, cuando ha hablado de los pequeños medios que están repartidos por toda la geografía navarra y que no reciben subvención. Estoy absolutamente de acuerdo. Yo he querido centrarlo en publicidad institucional y en prensa escrita. No he querido meter radio, porque sigue otro cauce, y así lo dice la Memoria. Y la televisión tiene subvenciones, como dice el señor Leuza. Pero creo que también podríamos trabajar una moción, que podríamos hacer perfectamente, para que estos pequeños medios entren en esta fórmula que estoy intentando proponer para un reparto equitativo de la publicidad institucional. ¿Por qué en papel solo van a estar dos medios, como están ahora? Yo también creo que estaría muy bien meter en la fórmula a estos pequeños medios –tampoco vamos a decir nombres pero, por ejemplo, el de Estella, que todos conocemos, el de la Ribera, incluso usted ha dicho que han tenido que cerrar alguno en la zona de la Sakana... Estoy absolutamente de acuerdo.

Como ha reconocido todo el mundo, también hemos tratado, desde el Grupo Parlamentario Socialista, de poner encima de la mesa que hay un problema de medición. Y es que no existe, bueno, sí existe, lo que pasa es que hay que pagar. En Comscore hay que pagar seiscientos euros para que te analice. Y muchos medios pequeños, como Pamplona Actual, con los que he estado hablando, no pueden permitirse el lujo de pagar seiscientos euros para que los midan. Entonces, buscar una medición que sea homogénea y que sea certificada por todos, va a ser complicado. Pero bueno, creo que ahí tendríamos que trabajar, insisto, para tener la fórmula lo más concreta posible.

Y, en cuanto a Podemos, igualmente quiero agradecer la abstención. Y considero que la Memoria anual, aceptando la enmienda de cada seis meses, queda coja, cojísima. Porque, a día de hoy, como está redactada, no se ve con transparencia por qué se ha puesto el dinero en unos medios y en otros no. Entonces, si es semestral y lo mejoramos, yo creo que estaría muy bien. E igual que le decía al resto de portavoces, coincido en que la lógica de la medición en internet se puede hacer, pero es una cuestión de dinero. OJD Interactiva también tiene sus procesos. Diario de Noticias está ahí, y está mirada con lupa. Diario de Navarra estaba hasta hace tres años. Se quiso salir, por los motivos que fuera, que desconozco. Y ya no está. Entonces, no podemos medir peras con peras. Para medir peras con peras, solo nos queda Comscore, Google Analytics y alguna menor. Pero sí que habría que buscar esa lógica en la medición. Poco más. Diario de Navarra no está en OJD Interactiva.

SR. SAYAS LÓPEZ: Una cuestión de orden, señor Presidente. Ante el alarde de protagonismo que ha demostrado el Partido Socialista diciendo que como mañana ellos han presentado este tema... Pido un receso de dos minutos para valorar nuestro voto en esta Comisión.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): No tiene usted turno, señor Sayas.

SR. SAYAS LÓPEZ: ¿No tenemos dos minutos para valorar nuestro voto?

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): ¿Dos minutos? ¿Hay algún problema por parte de los demás? De acuerdo. Un receso de dos minutos.

SR. GARMENDIA PÉREZ: Y poco más tenemos que añadir. La primera enmienda no la hemos admitido. Y la segunda, sí. O sea, la de prostitución no la hemos admitido. Y la de los seis meses, sí. Muchas gracias a todos.

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): De acuerdo. Por tanto, y antes de proceder a la votación, se sometería a votación, la moción inicial del Partido Socialista, junto con la enmienda *in voce*, presentada por UPN. Suspendemos la sesión dos minutos y procedemos a la votación.

(Se suspende la sesión a las 17 horas y 16 minutos).

(Se reanuda la sesión a las 17 horas y 18 minutos).

SR. PRESIDENTE (Sr. Hualde Iglesias): Bien, reanudamos la sesión. Y vamos a proceder, a continuación, a la votación de la moción presentada por el Grupo Parlamentario del PSN por la que se insta al Gobierno de Navarra a repartir de forma equitativa y transparente la partida o partidas disponibles de publicidad institucional, incorporando la enmienda *in voce*, presentada en esta sesión por el Grupo Parlamentario de UPN. Votamos a mano alzada. ¿Votos a favor de la moción? ¿Votos en contra? ¿Abstenciones?

En consecuencia, queda aprobada la moción por ocho votos a favor, tres votos en contra y cuatro abstenciones.

Eta, eztabaidatzeko beste edozer gai ez dagoenez, sin otros asuntos que tratar, se levanta la sesión.

(Se levanta la sesión a las 17 horas y 19 minutos).