**LOS MEDIOS DE PRENSA IBÉRICA Y LA CADENA SER, MUY DESTACADAS SOBRE EL RESTO**

# Así repartió la Generalitat el pastel de 12 millones de euros de publicidad institucional de 2019

***Valencia Plaza*, Ximo Aguar (27/11/2020)**

El secretario autonómico de Promoción Institucional, Alfred Boix, y el presidente de la Generalitat, Ximo Puig. Foto: GVA

Presidencia de la Generalitat, a través de la secretaria autonómica de Promoción Institucional que dirige el socialista Alfred Boix, colgó este jueves en GVA Oberta los datos sobre el reparto de la publicidad de la Administración en los medios de comunicación referente a 2019.

Una difusión que ha sido objeto de ciertas discrepancias dentro del Gobierno valenciano por la tardanza en hacerse públicos los datos, dado que en la anterior ocasión vieron en la luz durante la primavera de 2019. De hecho, tal y como informó este diario, la Conselleria de Participación y Transparencia que lidera Rosa Pérez, de Unides Podem, había instado en varias ocasiones a Presidencia a la publicación de estas cifras. Finalmente, en una reunión a principios de octubre entre ambas partes, desde Presidencia se trasladó que se subirían a la web una vez pasado el Día de la Comunitat Valenciana. Mes y medio después, se ha cumplido con la obligación.

En cuanto al contenido, en esta ocasión se produce la novedad de que la información aportada incluye el desglose de entidades y empresas del sector público, que reparten

un total de 6,8 millones de euros en campañas mediáticas, a los que hay que sumar los 5,2 millones de euros que, según los informes, salieron de Presidencia y de las consellerias dirigidos a la promoción institucional. Es decir, aproximadamente se destinaron 12 millones de euros en el pasado ejercicio a estos menesteroes, una cifra en año electoral mucho más alta que la hecha pública el año anterior, 7,27 millones de euros.

Respecto al reparto, el patrón no ha variado demasiado del año anterior respecto a los medios que acumularon mayor parte del pastel administrado por Presidencia y las consellerias, aunque se evidencia un crecimiento destacado de la Cadena Ser y del diario *Mediterráneo*, adquirido a mediados de año por Prensa Ibérica.

## Inversión publicitaria en 2019 en los 15 primeros medios

En euros

| | Generalitat | Sector público | Total |
|---|---|---|---|
| Cadena Ser | 477.303 | 290.312 | 767.615 |
| Levante | 441.633 | 155.672 | 597.305 |
| Información | 317.128 | 254.320 | 571.448 |
| Las Provincias | 345.833 | 81.714 | 427.547 |
| Mediterráneo | 378.475 | 38.594 | 417.069 |
| El Mundo | 196.520 | 168.608 | 365.128 |
| Cope | 169.117 | 177.253 | 346.370 |
| Onda Cero | 151.446 | 140.200 | 291.646 |
| El País | 60.194 | 221.680 | 281.874 |
| À Punt | 168.566 | 87.508 | 256.074 |
| eldiario | 150.402 | 19.660 | 170.062 |
| La Vanguardia | 26.037 | 85.581 | 111.618 |
| 20 Minutos | 51.880 | 59.648 | 111.528 |
| Mediterráneo TV | 73.311 | 34.539 | 107.850 |
| La Razón | 85.396 | 12.683 | 98.079 |

No incluye emisoras locales en el caso de las radios.

En los medios escritos, incluye la publicidad en papel y en digital.

Fuente: GVA

En esta ocasión, la Cadena Ser lideró esta clasificación al llevarse, según los datos revelados, 477.303 euros (sin contar las emisoras locales vinculadas ni las cadenas musicales del grupo) atendiendo solo a las campañas del Gobierno valenciano y no de las empresas públicas. Si se suma la inversión de las entidades del sector público, la

cantidad asciende a 767.615 euros, a los que se les añadirían más de 100.000 euros de sus diferentes filiales.

El periódico que más ingresó de la Generalitat sin contar las empresas fue *Levante-EMV*, del grupo Prensa Ibérica, que sumó en torno a 441.000 euros de campañas en 2019. Al tercer lugar ascendía *Mediterráneo*, también del mismo grupo editorial, con 380.000 euros ingresados, justo por delante de *Las Provincias* (grupo Vocento), con 345.000 euros, y el diario alicantino *Información*, de nuevo de Prensa Ibérica, con 317.000 euros. Tras ellos aparece *El Mundo* con casi 200.000 euros de ingresos por publicidad institucional.

A estos medios, siempre teniendo en cuenta que se corresponde a la suma de las campañas coordinadas desde Presidencia y las de las cuatro consellerias reflejadas (Igualdad, Economía, Sanidad y Educación), les siguieron la Cope y À Punt, ambas con unos 170.000 euros. A continuación, otros medios como Onda Cero y *eldiario.es*, recogieron unos 150.000 euros, seguidos ya a distancia por *La Razón*, la Asociación de Medios Comarcales y el ya desaparecido *Diari La Veu*, que se movieron en torno a los 85.000 euros.

Recepción navideña a la prensa en el Palau de la Generalitat el año pasado. Foto: GVA

Ahora bien, las cantidades desglosadas respecto a la publicidad de las entidades públicas reajustan la clasificación en varios casos. *Información*, gracias a los 150.000 euros de la Sociedad de Proyectos Temáticos, asciende algún puesto. Destaca el caso de El País, que recibió de la Generalitat 60.000 euros mientras que de las empresas obtuvo 221.000.

Por grupos mediáticos, Prensa Ibérica (*Levante TV*, *Información*, *Mediterráneo*, *Superdeporte*, La 97.7, Levante TV, Información TV) lidera de forma destacada la lista, con 1,7 millones de euros entre la Generalitat y el

sector público. Le sigue la Cadena Ser, Vocento (*Las Provincias* y *Abc*) y Planeta (*La Razón* y Onda Cero).

En este *ranking* (ver tabla más abajo), aparece el Grupo Plaza en noveno lugar con 248.862 euros, cifra que incluye la publicidad contratada por la Generalitat y sus empresas en *Valencia Plaza*, *Alicante Plaza*, *Castellón Plaza* y la revista *Plaza*.

**Inversión publicitaria de la Generalitat en los 10 principales grupos en 2019**

En euros

| | |
|---|---|
| Prensa Ibérica | 1.739.138 |
| Cadena Ser | 767.615 |
| Vocento | 518.905 |
| Planeta/Atresmedia | 389.725 |
| El Mundo | 365.128 |
| Cope | 346.370 |
| El País | 281.874 |
| À Punt | 256.074 |
| Grupo Plaza | 248.862 |
| eldiario | 170.062 |

Fuente: GVA