

El BOE nuestro de cada día

CONTRATACIÓN

La Xunta de Galicia ha repartido 12 millones a dedo a los medios en los últimos años sin cumplir las normas de contratación y subvenciones

Utiliza la figura del convenio de forma recurrente para repartir dinero público a periódicos, radios y televisiones. El texto completo de estos acuerdos no es público.

[EVA BELMONTE](#) 22 noviembre 2016

La mayoría están destinados a publicar noticias o anuncios de publicidad institucional, aunque no se gestionan como contratos

La Voz de Galicia y Editorial Prensa Ibérica, las más beneficiadas

Muchos de los 221 acuerdos con los medios de comunicación firmados por la Xunta de Galicia en los últimos años podrían ser tratados como contratos. Otros, como subvenciones. Pero el gobierno gallego decidió hacer uso de un camino mucho más rápido: el convenio. En total, repartieron al menos 12 millones de euros bajo esta vía, que permite otorgar dinero público a dedo y sin tener en cuenta las obligaciones de las leyes que regulan contratos y subvenciones.

Así, la Xunta ha esquivado las obligaciones de concurrencia -no sabemos quién fue invitado, por qué, y cómo se estableció la suma destinada a cada uno de ellos- y publicidad -los detalles de estos convenios no son públicos. De hecho, como **los textos completos de esos acuerdos no están disponibles, en algunos casos no podemos saber de forma exacta a qué se está destinando el dinero y cuál es la contraprestación**. En otros casos, **el título y el objeto dejan claro que se trata de contratos o subvenciones encubiertas**.

De hecho, la mayor parte de los convenios parecen acuerdos por los que la Xunta paga un precio para difundir mensajes institucionales. Suman 8,4 millones de euros, según nuestros cálculos ([metodología](#)). Esto es: **inserción de publicidad institucional, algo que se reparte y se paga vía contrato público**. En algunos no lo parece, está bien claro. Así pasa, por ejemplo, en un [convenio](#) de la Sociedad Gallega de Medio Ambiente con Editorial Compostela, en el que **el objeto es insertar publicidad institucional en diferentes medios del grupo**, como El Correo Gallego o Galicia Hoxe, durante 2008. El [mismo convenio](#) se volvió a firmar en 2009.

En casos similares se reparte vía convenio el **precio a pagar por la inserción de anuncios que, en años anteriores, se habían adjudicado vía contrato,**

como marca la ley [¡Sorprende!](#) Nosotros también usamos cookies. [Entendido](#) de la campaña de

fomento de la natalidad.

La Ley de Contratos del Sector Público establece (artículo 4.1.d) que están excluidos de su aplicación “los convenios que, con arreglo a las normas específicas que los regulan, celebre la Administración con personas físicas o jurídicas sujetas al derecho privado, **siempre que su objeto no esté comprendido en el de los contratos regulados en esta Ley** o en normas administrativas especiales”. En este caso, el objeto sí está establecido en la ley. En concreto, estaríamos hablando de “servicios de publicidad”, establecidos de esa forma en su anexo II.

Así, el servicio debería haberse adjudicado vía contrato en la mayoría de estos convenios. De hecho, este tipo de servicios se adjudica vía contrato de forma recurrente. En Galicia y en toda España. Y así se hizo en convocatorias anteriores para esta misma campaña, por ejemplo.

Algunos, en la misma línea, están destinados a la **creación de programas, suplementos, reportajes o noticias sobre un tema concreto a cambio de una cantidad**. Esto es, se paga por un servicio, algo que también estaría dentro del ámbito de la contratación pública. Suman, según nuestros cálculos, más de dos millones de euros.

Un ejemplo claro de esta categoría es el convenio por el que la Xunta da 150.000 euros para que El Progreso de Lugo realice un suplemento los fines de semana sobre temas vinculados a las nuevas tecnologías, haciendo hincapié en aquellas surgidas en Galicia. Está cofinanciado con **Fondos Feder**.

Además, se repartió casi un millón de euros en convenios destinados a relacionar la prensa con los estudiantes. Por un lado, Editorial Compostela, El Progreso de Lugo, Grupo Prensa Ibérica y La Voz de Galicia firmaron acuerdos con la Consellería de Educación para potenciar la prensa entre los universitarios; y Telecable Compostela, por su parte, para fomentar la prensa no escrita. Recibieron, en total, 660.000 euros.

Aunque el texto detallado no es público, si estas ayudas contemplan el reparto de periódicos entre los alumnos de las universidades gallegas a cambio de pago, se trataría de convenios muy similares a la “subvención excepcional” que otorgó la Junta de Andalucía a El País en 2010, por valor de 330.000 euros, para la “difusión de «El Diario El País» en los Centros Públicos de Educación Secundaria y de Adultos de las ocho provincias andaluzas, así como a los equipos dados de alta en el Programa Prensa Escuela El País de los Estudiantes de la Comunidad Autónoma de Andalucía” (sic).

La otra pata de los convenios para unir prensa y estudiantes son aquellos firmados para difundir información cultural, educativa y social entre el alumnado de los centros públicos de Primaria, Secundaria, Educación Especial y Formación Profesional (aquí, un ejemplo).

Este es el único caso en el que encontramos aportaciones del medio que casi están igualadas con las que hace la Xunta. Es así en el convenio con La Voz de Galicia, en el que la Xunta aporta 149.000 euros y, el periódico, 137.500.

Es un caso único. Solo encontramos seis convenios, entre los 221 analizados, en los que la contraparte privada, el medio, aporta alguna cantidad. Pero, en la mayoría de casos, esa cantidad es mínima comparada con lo que sale de las arcas públicas: en cuatro de esos seis acuerdos, se trata de 6.000 euros frente a importes mucho más elevados (como 125.000 euros, en este otro convenio).

En el resto, los medios no aportan ni un céntimo. Eso sí: sin el detalle de los convenios, el texto completo, es imposible saber qué aporta cada parte al fin común.

Otros acuerdos están destinados a poner en marcha acciones formativas para periodistas o en pagar al Colegio de Periodistas Gallego para realizar, por ejemplo, [estudios sobre el sector](#).

El convenio con importe más alto es el de 785.000 euros a RTVG para realizar un programa magacín. Le siguen las rondas de 150.000 y 149.000 euros para mejorar la difusión de las actividades del Centro Internacional de Prensa ([aquí](#), un ejemplo) y la difusión de noticias vinculadas con la I+D ([aquí](#), otro ejemplo).

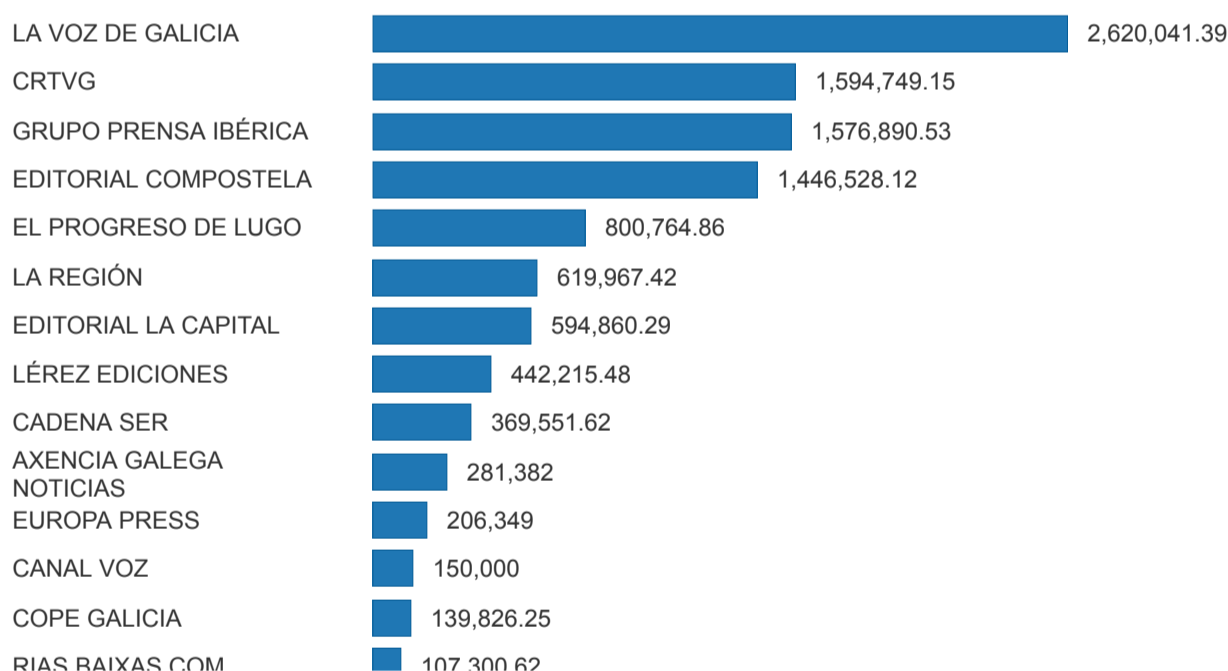
La Voz de Galicia lidera la clasificación

Entre los 12 millones repartidos, lidera la tabla La Voz de Galicia, que sumó 2,6. Le sigue la CRTVG, con 1,6. Y, casi con la misma cantidad, la Editorial Prensa Ibérica. Algo detrás, con 1,4 millones, está la Editorial Compostela.

Entre las radios, destacan las diferentes emisoras de la SER, con casi 370.000 euros; y la Cope, que roza los 140.000.

Aportación de la Xunta de Galicia vía convenios con medios

Acuerdos publicados dentro del área 'comunicación' en el buscador de convenios de la Xunta de Galicia



Aunque hay algún convenio fechado en 2006, el grueso (69, por un total de 3,6 millones) son de 2007. En 2008 se firmaron 38, y la aportación de la Xunta sumó 1,7 millones. En 2009, 48 por casi dos millones. Y en 2016, más de un millón de euros en 32 acuerdos, según los datos que tenemos hasta el momento.

La mayoría de estos 221 convenios tienen algo en común: se utiliza esta vía, a dedo, en lugar de contratos públicos o, en menor medida, subvenciones. Así, se esquivan las obligaciones de publicidad, concurrencia y, en general, aquellas reglas destinadas a establecer que el dinero público se invierte de la forma más efectiva posible y que permiten participar en las mismas condiciones a todos los actores implicados.

Metodología

[Eduardo Sebastián](#), del equipo de [Civio](#), ha sacado de forma automática todos los convenios del área de **comunicación** del [buscador](#) disponible en la web de la Xunta de Galicia. Puede que existan acuerdos similares clasificados en otras áreas, por lo que **es posible que estas cifras sean aún mayores**.

Ya con la tabla, **hemos excluído** aquellos que no son convenios con medios, como convenios con otras entidades públicas (Red.es o alguna universidad pública, por ejemplo) o los están más destinados al ámbito de la potenciación de la tecnología por otras vías, como la creación de aulas informáticas. Eso sí, hemos dejado los convenios firmados con RTVG, al considerar que se trata de un medio, aunque público, y que compite con otras televisiones o radios privadas por recibir esas aportaciones. Esto es: en estos casos también se debería poder valorar si destinar el dinero a la televisión pública gallega es más efectivo que destinarlo a otras cadenas o emisoras. También han quedado fuera los convenios con productoras para difusión de películas y otros acuerdos vinculados con el mundo audiovisual, como convenios para festivales.

Aunque no están en el buscador, hemos sumado los convenios para insertar anuncios de la campaña de natalidad que [publicamos](#) en esta página web hace unos días y que aparecieron publicados en el boletín oficial gallego.

Para poder valorar de qué tipo de convenio se trata, hemos separado cada uno de ellos en varias categorías, teniendo en cuenta las descripciones básicas y el objeto de cada acuerdo que se publica en la web de la Xunta. Teniendo en cuenta que no conocemos el texto completo de cada convenio, puede que en algunos casos la categorización no sea precisa, pero en la mayoría podemos intuir de forma bastante clara si se trata de un convenio destinado a insertar publicidad institucional, a creación y difusión de noticias o a relación de los medios con estudiantes. También hemos limpiado los nombres de algunas empresas y las hemos unido por grupos.

Los datos están disponibles en una [tabla](#) que puedes descargar y usar, pero no te olvides de citarnos.

Alberto Núñez Feijóo Xunta de Galicia [publicidad institucional](#) [medios](#)
[convenios](#) [Ley de Contratos del Sector Público](#)