

La Generalitat destina 0 euros a publicitar en castellano su campaña *El Govern de Tothom*

Impulso Ciudadano ha obtenido a través del portal de transparencia los datos sobre el importe total de gasto en la **campaña publicitaria** de la Generalitat *El Govern de Tothom*. Una campaña desplegada en medios de comunicación para publicitar sus líneas de acción en diferentes áreas como vivienda, seguridad, sanidad, educación, etc

La propia Generalitat declara que su objetivo es “*transmitir a la ciudadanía la voluntad de gobernar para todos, un gobierno donde todo el mundo se sienta representado, independientemente del lugar donde viva, la edad, la ideología, etc*” ¹

Exclusión del castellano

Los datos demuestran que “el gobernar para todos” y “un gobierno donde todo el mundo se sienta representado” no incluye a los catalanes castellanohablantes ya que la Generalitat ha invertido 0€ a publicitar esta campaña en **castellano**, 990€ en aranés y 1.753.304€ en **catalán**.

Las cifras de la exclusión del castellano por parte del gobierno de **Salvador Illa** son aún **peores** que las del **gobierno de Pere Aragonés**, denunciados también por **Impulso Ciudadano** a raíz de la publicidad institucional de las elecciones autonómicas del pasado 2024. En aquella ocasión el gobierno de ERC gastó un 0,59% del total en publicidad en castellano, mientras que el gobierno del **PSC ha invertido el 0%** sobre el total. Es decir, **nada**.

Autopromoción de la Generalitat

El art.4 de la **Ley 29/2005**, de Publicidad y Comunicación Institucional **prohíbe** la contratación de **campañas** institucionales que tengan como finalidad destacar los **logros de gestión** o los objetivos alcanzados por sus promotores. Prohibición también recogida en la **Ley 22/2005** de Comunicación Audiovisual de Cataluña

La Generalitat bajo el lema *El Govern de Tothom* difunde los supuestos **logros de su acción de gobierno** con mensajes como “Estamos impulsando la creación de 50.000 de viviendas de alquiler protegido” o “Ampliaremos los cuerpos de seguridad: más de 25 mil mossos trabajarán con la policía local”, etc.

La Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) suspendió una campaña similar: *Un país per viure millor, endavant!*, en marzo de 2024, impulsada por el gobierno de ERC, alegando que los spots se basaban en destacar la obra del

¹ [Manual d'aplicació de la comunicació publicitària GOVERN DE TOTHOM](#)

ejecutivo. En cambio *El Govern de Tothom* parece haber sorteado con éxito los mismos filtros.

Concentración y sesgo de la publicidad

La campaña se ha publicitado en un total de **284 medios** y empresas de publicidad de ámbito nacional, autonómico y local y de capital público y privado. El análisis de los medios seleccionados para la divulgación muestra un exceso de concentración en el reparto de la publicidad y un **sesgo partidista** atendiendo a los importes adjudicados a cada uno de ellos en relación con sus audiencias.

- a) En cuanto a la concentración: el **48,8%²** del importe invertido ha recaído en **diez empresas** de comunicación, a la cabeza de las cuales se encuentra TV3:

Medio de comunicación	Soporte de difusión	TOTAL
TELEVISIÓN	TV3	198.629 €
EXTERIOR	GLOBAL MEDIA	172.588 €
PRENSA E INTERNET	LA VANGUARDIA	156.100 €
PRENSA E INTERNET	EL PERIODICO DE CATALUÑA	83.481 €
EXTERIOR	CLEAR CHANNEL	50.193 €
EXTERIOR	JCDECAUX	47.619 €
PRENSA E INTERNET	MUNDO DEPORTIVO	41.868 €
PRENSA E INTERNET	SPORT	40.040 €
PLATAFORMA TV	MAGNITE	32.939 €
RADIO	RAC 1	32.880 €
		856.338 €

- En **radio** el **86 %³** del total presupuesto lo recibieron RAC 1, Europa FM y Catalunya Radio, por ese orden.

Medio	Soporte de difusión	Importe Neto
RADIO	RAC 1	32.880 €
RADIO	EUROPA FM	32.020 €
RADIO	CATALUNYA RADIO	22.006 €
RADIO	ONDA CERO	12.454 €
RADIO	CADENA SER	7.922 €
RADIO	FLAIX FM	7.273 €
RADIO	COPE	6.332 €
RADIO	40 PRINCIPALES URBAN	3.691 €
RADIO	RAC 105	1.536 €
RADIO	RADIO TELE TAXI	1.377 €

² Total gasto campaña: 1.754.293€

³ 100.771€ gasto total en radio

- La suma destinada a prensa y medios digitales ha sido de 787.907€. El 40,8% del presupuesto ha sido adjudicado a cuatro medios: *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña*, *El Mundo Deportivo* y *Sport*.

Medio	Soporte de difusión	Importe
PRENSA	LA VANGUARDIA	156.100 €
PRENSA	EL PERIODICO DE CATALUÑA	83.481 €
PRENSA	MUNDO DEPORTIVO	41.868 €
PRENSA	SPORT	40.040 €
PRENSA	20 MINUTOS	28.109 €
PRENSA	ARA	26.869 €
PRENSA	PRISA MEDIA	19.970 €
PRENSA	EL PUNT AVUI	19.920 €
PRENSA	EL PAÍS	14.720 €
PRENSA	DIARI DE TARRAGONA	11.083 €

- A televisión se ha adjudicado 240.975€. El 82,4% de la publicidad ha sido emitida por TV3

Medio	Soporte de difusión	Importe
TELEVISIÓN	TV3	198629
TELEVISIÓN	TDI	31499
TELEVISIÓN	XARXA, LA	4504
TELEVISIÓN	CANAL TARONJA	3260
TELEVISIÓN	TV LOCAL.CAT	3083

b) **Sesgo en la adjudicación** atendiendo a las audiencias de los medios elegidos

Tomando como referencia los cinco medios con más audiencia en radio, televisión, prensa y medios digitales se aprecian sensibles diferencias en la adjudicación.

En el bando más equilibrado se situaría el reparto de la difusión en radio y prensa muy similar a su posición en el ranking de audiencia o número de lectores.

Ranking RADIO	Medio	Importe recibido	Posición como receptor publicidad
1º	RAC1	32.880 €	1º
2º	Catalunya Radio	22.006 €	2º
3º	Cadena SER	7.922 €	4º
4º	COPE	6.332 €	5
5º	Onda Cero	12.454 €	3º

Todo lo contrario de la distribución en **televisión** y medios digitales. Aunque TV3 lidera la audiencia en Cataluña y TVE no emite publicidad, las tres siguientes cadenas más vistas, de ámbito nacional, se han quedado fuera del reparto.

Ranking TV	Medio	Importe recibido	Posición como receptor publicidad
1º	TV3	198.629 €	1º
2º	TVE	0 €	
3º	ANTENA 3	0 €	
4º	TELECINCO	0 €	
5º	LA SEXTA	0 €	

El grupo **Atresmedia** (Antena 3 y La Sexta) ha recibido solo **4.909€** para difusión a través de las páginas web, importe similar a **Mediaset** (Telecinco y Cuatro) con **5.375€** para el mismo concepto.

Este desequilibrio se repite en los medios digitales. *El Español* encabeza en Cataluña el **ranking** de medios digitales y en cambio ha **recibido 0€** en publicidad. *El Mundo* y el *Abc* se sitúan **a la cola** de las adjudicaciones a pesar de ocupar respectivamente el 4º y 5º puesto en número de **lectores**.

Sin embargo, *La Vanguardia* y *El Periódico* ocupan puestos que **corresponden** a su presencia e influencia en la prensa digital en Cataluña.

Ranking MEDIOS DIGITALES	Medio	Importe recibido	Posición como receptor publicidad
1º	El Español	0 €	
2º	La Vanguardia	24.100 €	1º
3º	El Periódico	22.053 €	2º
4º	El Mundo	2.233 €	30º
5º	ABC	1.494 €	38º

CONCLUSIÓN

Impulso Ciudadano denuncia que la campaña institucional *El Govern de Tothom*, impulsada por la Generalitat de Cataluña y **presentada** como una acción inclusiva y de cohesión social, ha resultado ser un ejercicio de propaganda política **excluyente**, discriminatorio y contrario a los principios de pluralismo, legalidad y buen uso de los recursos públicos.

En especial, considera un ejercicio de cinismo que la Generalitat diseñe y difunda una campaña bajo el lema *El Govern de Tothom* y **excluya** cualquier comunicación en la **lengua mayoritaria de los catalanes**: el castellano.

El gobierno de Salvador Illa ha conseguido lo que parecía imposible: disminuir aún más la presencia institucional del castellano en la Generalitat. En la línea del sectario *Pacte Nacional per la Llengua* y continuando con las políticas lingüísticas nacionalistas de sus antecesores, **el actual gobierno** trabaja para una **sociedad monolingüe** en catalán **desconectada de la realidad**.

Esta campaña además de excluir al castellano está **utilizando la publicidad institucional para promocionar sus acciones de gobierno**. Por ello, en los próximos días Impulso Ciudadano presentará una queja ante el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) para que estudie su contenido y valore si está vulnerando la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña.

La campaña *El Govern de Tothom* ha quedado **desacreditada por los datos**: se trata de una acción institucional claramente orientada a reforzar el relato del gobierno autonómico, **discriminando** a los catalanes castellanohablantes y beneficiando a medios afines.

Desde **Impulso Ciudadano** consideramos imprescindible una rectificación por parte del Gobierno catalán y una fiscalización más estricta por parte de los órganos competentes. Por ese motivo, Impulso Ciudadano exige;

1. El cese inmediato de campañas institucionales que vulneran la legalidad.
2. La inclusión efectiva del castellano en la publicidad pública.
3. Criterios de reparto publicitario más equitativos y objetivos.

Barcelona, a 2 de junio de 2025



impulsociudadano.org