



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**La comunicación de Iberdrola respecto al  
vaciado del embalse de Ricobayo**

**Sofía Revenga Bécares**

**Tutora: Patricia Durantez Stolle**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América y  
Periodismo**

**Curso: 2021-2022**



## **Resumen**

El estudio de la comunicación en situaciones de crisis demuestra que llevar a cabo un plan adecuado de comunicación es la solución para minimizar los daños que pueda acarrear a la empresa, siendo la reputación el valor más difícil de recuperar. El principal objetivo de este trabajo es observar si la actuación del gabinete de comunicación de la empresa de energía Iberdrola fue adecuada a la situación de crisis provocada por la práctica de desembalsamiento del embalse de Ricobayo en Zamora. Para ello se han analizado 6 comunicados emitidos en la sala de comunicación *online* de la empresa y un total de 101 *tweets* publicados en su perfil oficial de Twitter durante el mes de agosto del 2021. Por otro lado se analizó la cobertura mediática del vaciado en los diarios *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla* tomándolos como periódicos referentes a nivel regional y autonómico respectivamente. Se han rastreado un total de 62 ejemplares impresos correspondientes al mes de agosto 2021. Las conclusiones de este estudio confirman que la empresa no siguió un plan adecuado de comunicación frente a la crisis.

## **Palabras clave**

Comunicación de crisis, Gabinete, Periodismo de denuncia, Iberdrola, Reputación, Ricobayo.

## **Abstract**

The study of communication in crisis situations shows that carrying out an adequate communication plan is the solution to minimize the damage that may be caused to the company, being reputation the most difficult value to recover. The main objective of this work is to observe if the performance of the communication office of the energy company Iberdrola was adequate to the crisis situation caused by the practice of reservoir release of the Ricobayo dam in Zamora. For this purpose, 6 communiqués issued in the company's online communication room and a total of 101 tweets published on its official Twitter profile during the month of August 2021 were analyzed. On the other hand, the media coverage of the emptying was analyzed in the newspapers La Opinión de Zamora and El Norte de Castilla, taking them as reference newspapers at regional and regional level respectively. A total of 62 printed copies corresponding to the month of August 2021 were traced. The conclusions of this study confirm that the company did not follow an adequate communication plan in the face of the crisis.

## **Keywords**

Crisis communication, Cabinet, Whistleblower journalism, Iberdrola, Reputation, Ricobayo.



# Índice

<b>1. Introducción .....</b>	<b>1</b>
1.1 Justificación .....	3
1.2 Objetivos .....	4
1.3 Hipótesis .....	5
<b>2. Marco teórico .....</b>	<b>5</b>
2.1 Periodismo denuncia: origen y características .....	5
2.2 Gestión comunicativa de crisis .....	7
2.3 Los valores intangibles: reputación e imagen .....	10
2.4 Cronología de los hechos .....	12
<b>3. Metodología .....</b>	<b>14</b>
<b>4. Resultados .....</b>	<b>20</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>28</b>
<b>6. Referencias .....</b>	<b>30</b>

## **1. Introducción**

Iberdrola es un grupo empresarial formado por la fusión en 1991 de Iberduero e Hidroeléctrica Española, con sede en Bilbao. Se dedica a la producción, distribución y comercialización de energía como una de las grandes eléctricas a nivel internacional y el primer grupo en el sector eólico a nivel mundial. Es líder mundial en energías renovables y primera productora entre empresas europeas.

Sus líneas de negocio son: las energías renovables, almacenamiento energético y redes. El área de renovables se encarga de la generación y comercialización de energía eléctrica a partir de fuentes renovables: eólica, hidráulica, fotovoltaica, biomasa.

En España los activos del grupo son: centrales térmicas de ciclo combinado, (las térmicas y nucleares están sujetas al Plan de Cierre de Centrales del gobierno de España) y las centrales hidroeléctricas especialmente en la cuenca del río Duero, entre España y Portugal. Este proyecto hidroeléctrico se denomina “Saltos del Duero” y comprende las presas de Aldeadávila, Almendra y Saucelle en Salamanca y Castro, Ricobayo y Villalcampo en Zamora. Es la zona con mayor potencial hidroeléctrico de toda la península debido al caudal de ríos como el Duero e importantes afluentes con caudal constante como el río Esla.

Iberdrola ha convertido a Castilla y León en la comunidad con más megavatios de energía renovables y su beneficio llega a los 680 millones de euros.

Durante el verano 2021 para producir electricidad, la empresa desembalsó el 79% del embalse de Ricobayo, Zamora, (aunque también lo hizo con los embalses de Valdecañas en Cáceres y As Portas en Ourense). La energía hidráulica generada en las centrales marcó el coste más caro de la electricidad para el consumidor, en días posteriores al cambio en el sistema de pago de energía a una tarifa de coste variable.

Revenga Bécares, S. (2022). *La comunicación de Iberdrola respecto al vaciado del embalse de Ricobayo*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

En esta práctica, definida desde el Gobierno como una “maniobra escandalosa”, tuvo una gran importancia el periodismo denuncia. Esa vertiente del periodismo fue la que puso en conocimiento de la sociedad los hechos realizados por Iberdrola, primeramente, por la prensa regional de Zamora desde su cabecera *La Opinión de Zamora* a la que siguieron medios de comunicación autonómicos como *El Norte de Castilla* y la *Televisión Castilla y León*.

La repercusión mediática durante todo el verano del 2021 supuso para Iberdrola un daño a su imagen y reputación, y también una caída importante de la cotización en bolsa, aunque el objeto de este estudio no fue el único causante sino una suma de circunstancias que contribuyeron a la bajada de la empresa en el Ibex 35.

El gabinete de comunicación de Iberdrola se enfrentaba así a una crisis que juntaba las críticas periodísticas con la posible apertura de un expediente por parte del Gobierno a la empresa, por lo que resulta de interés observar cómo trata de dar respuesta mediante su estrategia comunicativa.

Cabe recordar que Iberdrola cuenta con antecedentes por manipulación del precio de la energía eléctrica en 2013 y fue sancionada con una multa de 25 millones por la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia, organismo que ratificó esta maniobra en 2015 por “incrementos del precio de la oferta de las centrales hidráulicas de los ríos Duero, Sil y Tajo” (Fernández, F. 27 de junio 2022).



## **1.1 Justificación**

### **1.1.1 Interés académico**

El presente trabajo “La comunicación de Iberdrola respecto al vaciado del embalse de Ricobayo” responde al interés y a la importancia que tiene el periodismo local y regional en el ámbito de la comunicación para dar a conocer temas relevantes. Es cierto que estos medios dependen de ingresos por publicidad de grandes empresas, pero no ha sido impedimento para informar de la práctica que Iberdrola ha llevado a cabo en diferentes embalses, en este caso en el de Ricobayo, Zamora.

Los temas de los que puede informar un medio regional o local se convierten en cuestiones tan importantes como las que trata una cabecera de prensa nacional. En este caso, una de las mayores empresas de energía protagonizó una información destacable durante los meses de verano 2021 y llegó a ser materia de Estado, incluso tema a debatir en Bruselas por la Comisión Europea.

### **1.1.2 Interés social**

Es importante trasladar a la ciudadanía “la otra cara” de las empresas. Iberdrola es la principal productora de energía hidroeléctrica de España y la explotadora de la mayoría de presas y saltos de aguas en Castilla y León. Así pues, decidió vaciar el 79% del embalse de Ricobayo cuando entró en vigor el nuevo modelo de sistema eléctrico, es decir, una tarifa de coste variable en un sistema marginalista en el que el consumidor paga la oferta más cara aceptada para un periodo de tiempo (división horaria).

Es una información relevante para el consumidor, más aún cuando los datos según el Operador del Mercado Ibérico de Electricidad han mostrado que la energía hidroeléctrica marcó el precio de las horas más caras del pasado 2021, y no el precio del gas.

## **1.2 Objetivos:**

El objetivo principal es observar si Iberdrola llevó a cabo una comunicación adecuada durante la crisis de imagen y reputación producida por su práctica de desembalsamiento de Ricobayo en el verano 2021.

Objetivos específicos:

- Conocer qué emitió Iberdrola en sus canales de comunicación: sala de comunicación web y red social *Twitter*, como respuesta a la crisis de imagen generada.
- Observar si los medios de comunicación reproducen las justificaciones y alegaciones de forma íntegra expuestas por Iberdrola o si lo hacen de manera crítica siguiendo con el periodismo denuncia.
- Conocer las consecuencias que tuvo el vaciado para los pueblos que rodean el embalse.

### 1.3 Hipótesis:

**H.1:** La gestión del embalse de Ricobayo en el verano de 2021 ha generado consecuencias negativas sobre la imagen de la empresa.

**H.2:** El gabinete de comunicación de Iberdrola no actuó correctamente para solucionar la crisis de imagen y reputación de la empresa.

**H.3:** El gabinete de comunicación siguió la misma estrategia de comunicación en redes sociales que en la publicación de notas de prensa en su web.

## 2. Marco teórico

### 2.1 El periodismo de denuncia: origen y características

La disciplina del periodismo lleva consigo, sea cual sea su categoría, una connotación de denuncia y aunque los comienzos del periodismo de investigación y periodismo de denuncia sean los mismos, es necesario diferenciarlos:

- El periodismo de investigación es:  
Aquel que no se conforma con fuentes ordinarias, institucionales, e indaga en otros canales de información para acabar descubriendo por sus propios medios la verdad. Una verdad que, además de resultar novedosa e interesante para el público ha permanecido oculta. O lo que es más normal ocultada, es decir, que existe una persona o grupo, los protagonistas de la información que se han esforzado para que esa verdad siga siendo una perfecta desconocida (Chicote, 2006:21).
- El periodismo de denuncia es: “la compilación y difusión pública de hechos o actuaciones ilegales o no éticas, bien documentados, referidos a la vida pública, que conducen a la denuncia informativa de personas e Instituciones” según Soria (1996, p.9).

### 2.1.1 Origen:

El periodismo de denuncia parte de la base y los orígenes del periodismo de investigación. El primer hito del periodismo de investigación fue el Caso Watergate, en 1972 dos periodistas estadounidenses: Bob Woodward y Carl Bernstein por descubrieron y publicaron la corrupción además de otras actividades ilegales por parte del Gobierno de Estados Unidos encabezado por Richard Nixon y a quien el escándalo le costó el puesto.

Pero la vinculación del periodismo de investigación con el periodismo de denuncia se sitúa en los años 1903-1912 con la aparición de los llamados *muckrakers*, primeros periodistas que se cuestionaban la versión oficial de los hechos y denunciaban con sus publicaciones los abusos empresariales o la corrupción política que empezó a surgir a finales del S. XIX. La sociedad americana empezó a preocuparse por la corrupción, las condiciones laborales, las condiciones inhumanas de los inmigrantes, los abusos de grandes industrias u otros temas que los *muckrakers* publicaban.

El periodismo de denuncia sufrió un intervalo de silencio durante la Primera Guerra Mundial, pero en los años 60 volvió a aparecer con la connotación de denuncia y reformista de la sociedad poniendo en duda la moralidad imperante.

Desde entonces, el periodismo de denuncia se enfrenta a la mayor crítica hacia la profesión: el papel de espía que ejerce la prensa. Soria (1996) afirma que “si la prensa asume el papel de espía entonces la prensa asume una verdadera disfunción social que consistiría en desarrollar unas actividades o emplear unos procedimientos que nadie ha encomendado ni permitido a la prensa” (p. 12). Por lo que a la pregunta de si esa vigilancia es función de la prensa, Soria responde que el periodismo de denuncia se convertirá en un juicio paralelo sin garantías de imparcialidad ni justicia.

### 2.1.2 Características:

- La denuncia solo tiene sentido si se refiere a la vida pública.
- El periodismo de denuncia debe partir de la base que las responsabilidades por la actuación pública no se agotan solo en las responsabilidades penales, civiles o administrativas.

- Verdad en los hechos difundidos: debe estar bien fundamentado y basado en motivos reales, no en indicios ni en rumores.
- El medio informativo tiene que tener las pruebas necesarias para argumentar su convicción de que los hechos denunciados son verdaderos.
- El silencio de los afectados no puede ser interpretado en ningún caso como una aceptación o confirmación de los hechos publicados.

Estas son las principales características o reglas que marca Soria para fortalecer el periodismo de denuncia.

## **2.2 La gestión comunicativa de crisis**

La gestión de comunicación de crisis es:

La capacidad de una organización de reducir o prever los factores de riesgo e incertidumbre respecto al futuro, de forma que se capacite a la misma para asumir de manera rápida y eficaz las operaciones de comunicación necesarias que contribuyan a reducir o eliminar los efectos negativos que una crisis puede provocar sobre su imagen y reputación. (González Herrero, 1998, como se citó en Saura y García, 2010).

Estudiosos de esta materia ponen de referencia para la gestión de comunicación de crisis, el modelo Cebolla, *Model Onion*, de Paunchat y Mitroff (1992). Este modelo se define así puesto que está formado por capas y cada una de ellas es un nivel diferente, cuatro concretamente (María Enrique, 2008):

- Nivel I: el carácter de los individuos. Se refiere a los mecanismos de defensa que se aplican desde la propia empresa para hacer frente a la crisis, y esto supone que debe de estar preparada internamente para hacer frente a una crisis con responsabilidad

- Nivel II: la cultura organizacional. En este nivel se sitúa la cultura de empresa: valores y creencias.
- Nivel III: la estructura organizativa. Es la infraestructura de la empresa desde su organigrama hasta su gestión pasando incluso por la tecnología usada en los procesos de producción. El comité de crisis está dentro de este nivel.
- Nivel IIII: la estrategia de organización. Incluye mecanismos, planes y procedimientos necesarios para la gestión de crisis.

Pero entre varios modelos de gestión de comunicación de crisis, el más adecuado para esta investigación y que sigue la línea del modelo referencia es el que establece Hurd (1992, como se citó en Saura y García, 2010) centrado en la comunicación de crisis, ya que afirma que “la respuesta a una crisis no empieza o acaba con la distribución de información a la prensa, sino que es un proceso complicado y un conjunto de actividades encaminadas a objetivos esenciales” de la empresa u organización.

El modelo se denomina “Siete Capas que son: la conectividad, la corrección de datos, el filtrado, la elección de los medios, la memoria organizacional, los valores y el proceso en grupo” (Hurd, 1992, como se citó en Saura y García, 2010).

Autores como Barquero y Barquero (2005, como se citó en Micaletto, Lasso de la Vega y Marín, 2016) establecen varias recomendaciones o principios tácticos para orientar las labores de comunicación en la gestión de una crisis:

- Credibilidad y confianza
- Asumir la responsabilidad
- Evitar la mentira y el silencio

Para Marín (2005) “las decisiones comunicativas juegan un papel fundamental no solo a partir del estallido del problema, sino principalmente antes de que se llegue a dar, puesto que contribuye a la credibilidad y prestigio de la empresa entidad” (Marín, 2005).

### **2.2.1 El gabinete de comunicación**

Nace como respuesta a una demanda social de información a partir de los años 60 y debido a la necesidad por parte de las empresas de comunicar, hacerse escuchar y de conseguir que su trayectoria sea conocida y apreciada por la sociedad (Ramos, 2012).

Una de las funciones principales de los gabinetes es comunicar de manera eficaz y ser capaces de trasladar una imagen positiva y el prestigio de la empresa. Los gabinetes de comunicación “son el organismo que gestiona la comunicación de forma global, centralizada y unitaria debiéndose ocupar de todas las necesidades en esa materia” (Almansa, 2011, como se citó en Escaño González, 2012) y por supuesto de dirigir las situaciones de crisis que amenacen a la empresa.

En su proceso de evolución y adaptación a los tiempos, los gabinetes de comunicación se enfrentan actualmente a un nuevo reto: Internet como “un nuevo espacio digital que demanda la participación e interacción y donde el consumidor forma parte del proceso informativo” (Celaya y Herrera, 2007, como se citaron en Martínez y Durántez, 2011) por lo que las empresas deben replantearse su estrategia de comunicación e incluir un plan de comunicación *online* y con ello estar preparadas para gestionar con eficiencia una posible crisis digital (Martínez y Durántez, 2011).

### **2.2.2 Plan de crisis**

La política de comunicación ante una situación de crisis debe ser previsor y rápida, por lo que las empresas deben contar con un plan de crisis. El plan de crisis es el documento que recoge las situaciones de peligro que pueda atravesar una empresa u organización y cómo afrontarlas.

Este documento se compone de:

- Un análisis: consiste en identificar hipotéticas situaciones de peligro que puedan derivar en una crisis.

- La planificación: es el protocolo de actuación por cada situación de riesgo y debe dar respuesta a cuatro apartados:
  - qué objetivo
  - qué mensaje
  - qué público
  - la actuación completa a llevar a cabo por la situación de peligro
- La ejecución y evaluación: es un documento que conlleva consigo la actualización permanente y que ayuda a valorar el plan de crisis, si la valoración o evaluación es buena el plan de crisis se podrá ejecutar.

El organismo encargado de la toma de decisiones en situaciones de riesgo para la empresa es el comité de crisis. Además de una actuación rápida también se les exige a los miembros del comité una actitud proactiva para intentar minimizar los daños a la empresa.

Deberá aparecer especificado quienes componen el comité en el plan de crisis. Se recomienda que, al menos, sean cuatro los miembros: una máxima autoridad de la empresa, un asesor jurídico, el portavoz que será un miembro del departamento de comunicación de la empresa y el director del área implicada en la situación de riesgo.

### **2.3 Los valores intangibles: reputación e imagen**

Las situaciones de crisis tienen como consecuencia una importante carga negativa sobre la imagen y la reputación de la empresa. La mejor medida preventiva para mitigar los efectos de la crisis en los valores de la empresa es una gestión responsable y cotidiana de la comunicación. (Ramírez, 1995, como se citó en Martínez y Duránte, 2011).



### 2.3.1 Reputación e imagen corporativa

La reputación y la imagen forman parte de la identidad corporativa de la empresa que, según Benito Castro (2007, como se citó en Ramos, 2012): “es el conjunto de valores y signos que definen y concretan la cultura corporativa de una empresa u organización”. Ambos son activos intangibles que, aunque carezcan de apariencia física, tienen gran influencia para que la empresa sea capaz de conseguir sus objetivos y también conllevan una repercusión económica ya que bien gestionados aportan valor añadido y competitividad empresarial. Son los elementos más vulnerables durante una crisis.

La imagen corporativa se usa como elemento para resaltar los valores positivos de la empresa. Joan Costa (1987, como se citó en Ramos, 2012) la define como: “la percepción no palpable de la identidad real que la empresa transmite”.

Respecto a la reputación, “es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos y se construye con una planificación y gestión eficaz continua”, (Martínez y Durántez, 2011). Debe de haber coherencia entre lo que la empresa dice y la empresa hace ya que de ello depende su credibilidad. (Martínez y Durántez, 2011).

En apartados anteriores se ha citado Internet como nuevo espacio digital de lo que deriva la reputación *online*. Entendida como el reflejo del prestigio o estigma que determinado producto, marca o personaje tiene en Internet Carreras (2010) afirma que la reputación *online* no solo se configura de comentarios o críticas sino también de la capacidad de la entidad para gestionar y estar presente en las diferentes plataformas digitales que permitan interactuar y prestar servicio a su público. (Martínez y Durántez 2011).

Para Pedro Maiquez (2009, como se citó en Martínez y Durántez, 2011) dicha reputación *online* se basa en tres pilares:

- La creación de contenido propio y de calidad que ayudará a acercarse al público interesado además de fomentar el posicionamiento web y dar visibilidad positiva de la marca o entidad.

- Control y monitorización de las opiniones que hagan otros respecto al contenido.
- La reparación de la reputación que se resuelve, en la mayoría de los casos, hablando de sí mismo y cuidando tanto los contenidos como las personas.

## **2.4 Cronología de los hechos**

Cabe destacar antes de contar los hechos que el pasado 1 de junio entró en vigor la nueva tarifa eléctrica de coste variable. En este nuevo modelo de pago de energía se discriminan los precios estableciendo tres franjas horarias (llano, valle y punta) y pudiendo contratar dos potencias máximas según las necesidades en cada franja. El cambio se tradujo en la subida del coste de energía para el consumidor y en un sistema marginalista, es decir, se paga el precio de la energía más cara en esa franja horaria.

El grueso de los hechos se produjo entre julio y agosto del verano 2021, aunque es cierto que durante el mes de junio se fue realizando desembalse por parte de Iberdrola. Pero no fue hasta el mes de julio cuando se hizo de una manera más notable, llegando a vaciar 50 centímetros diarios. El nivel de agua en el embalse a principios de ese mes llegó a ser del 52% mientras que a mediados de mes el nivel era ya del 25%. También en julio se recupera una petición del año 2020 de los vecinos de Carbajales de Alba (municipio limítrofe al embalse de Ricobayo), en la que pedían al Ministerio de Transición Ecológica la revisión de las adjudicaciones de las presas “Saltos del Duero”, a esa petición se unió otra para el Senado, Congreso de los Diputados y Cortes de Castilla y León para que se agilice el proceso de concesión sobre dichas presas ya que no se renuevan desde su concesión a la empresa Iberdrola hace 75 años. A finales de julio el embalse conservaba un 12% de agua.

En agosto, los 19 municipios ribereños además de diputados de la provincia de Zamora y clubes deportivos cuya práctica se realiza en el embalse se reunieron para establecer una estrategia de reclamación de responsabilidades a Iberdrola y elevaron la queja al Parlamento Europeo y a la Comisión Europea. Con el nivel del embalse ya al 11%, varios particulares interpusieron una denuncia contra Iberdrola por un presunto delito contra los recursos naturales y contra la Confederación Hidrográfica del Duero por no tomar

medidas de control ante la empresa, ya que es el organismo regulador del nivel de agua (dependiente del Ministerio de Transición Ecológica).

La Diputación de Zamora a través del diputado de Turismo envió una carta de denuncia y acusación al presidente de Iberdrola. Sobre el 10 de agosto la empresa de energía dio las primeras explicaciones al periódico *La Opinión de Zamora* excusándose en las necesidades del mercado internacional y argumentando que estaban dentro de la legalidad. Unos días más tarde el delegado de Iberdrola en Castilla y León concedió una entrevista al mismo periódico.

El 15 de agosto fue un punto de inflexión, puesto que la ministra de Transición Ecológica, Teresa Ribera, calificó la práctica de desembalse de “escandalosa y no razonable”. El mismo ministerio anunció que el Gobierno abriría a Iberdrola un expediente informativo. A raíz de ello, el delegado de la empresa en Castilla y León volvió a los medios (EFE) para repetir que Ricobayo, así como también los embalses del Tajo y Miño-Sil (en los que también hay investigaciones abiertas), estaban cumpliendo su función y lo hacían siempre en contacto y coordinación con las autoridades competentes. El 25 de agosto los alcaldes de los pueblos afectados recibieron la respuesta de Europa, del vicepresidente de la Comisión Europea, que haría llegar el asunto a la Dirección General de Medio Ambiente. A finales de agosto se produjeron manifestaciones en el desértico embalse y en la capital de la provincia contra la gestión de Iberdrola.

Iberdrola pareció darse por aludida y el delegado institucional de la empresa remitió una carta de contestación a la Diputación de Zamora, además la consejera delegada de la empresa respondió a las críticas y acusaciones sobre la práctica de Iberdrola en un foro de energía organizado por el diario *El Economista*. A finales del mes de septiembre la empresa de energía pidió reunirse con los alcaldes de los municipios afectados por el vaciado del embalse, aunque sin llegar a un acuerdo sobre el nivel mínimo a mantener en verano.

A finales de año la Dirección General de Medio Ambiente de Europa respondió a los pueblos remitiendo el asunto a la Confederación Hidrográfica del Duero ya que es el organismo regulador por parte del estado español.

En diciembre el Gobierno admitió que nunca abrió un expediente a Iberdrola, aunque será la Confederación Hidrográfica del Duero quien controle el ritmo del embalse a partir del año 2023.

A principios del presente año Iberdrola y la Confederación Hidrográfica del Duero declararon como querellados por un presunto delito contra los recursos naturales. El tribunal falló a favor de la empresa puesto que no vio que ésta sobrepasara los límites de la legalidad del contrato de explotación de la presa de Ricobayo.

En la actualidad el nivel mínimo del embalse lo marca la Confederación Hidrográfica del Duero en el 34% de agua, un valor reclamado por la Diputación y el sector turístico y deportivo del embalse por el que temen que sus actividades a pesar del nivel no se puedan realizar.

### **3. Metodología**

Para dar una respuesta al principal objetivo de este trabajo (comprobar si Iberdrola llevó a cabo una comunicación adecuada a la crisis de imagen y reputación producida por el vaciado del embalse de Ricobayo durante el verano de 2021), se ha realizado un análisis de contenido de las noticias relacionadas tanto en dos periódicos de Castilla y León: *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla* de los que se ha optado por la revisión de los ejemplares impresos, durante el periodo de tiempo establecido en este estudio, mediante la hemeroteca web de la Biblioteca pública de Castilla y León, puesto que las ediciones digitales de los periódicos tenían alguna dificultad para acceder; como de los comunicados emitidos por la empresa Iberdrola en su sala de comunicación web y los *tweets* publicados en su perfil de Twitter.

Entendiendo análisis de contenido como “cualquier procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información archivada” (Igartua, 2006, p.181).

El periodo de estudio elegido ha sido desde el día 1 de agosto hasta el 31 del mismo mes del año 2021, puesto que durante ese tiempo se produjeron declaraciones por parte de Iberdrola y fue el periodo en el que más denuncias recibió la empresa, por otro lado, también fue el mes en el que el Gobierno a través del Ministerio de Transición Ecológica se pronunció respecto al vaciado del embalse como también lo hizo la Unión Europea a través de la Dirección General de Medio Ambiente.

El procedimiento que se ha seguido ha sido un rastreo, a través de la página web de la Biblioteca pública de Castilla y León en la sección “catálogo”, de los ejemplares impresos publicados de los periódicos: *La Opinión de Zamora*, utilizado como medio de comunicación de prensa local referencia en esta investigación, y de *El Norte de Castilla* elegido por ser la cabecera referente a nivel autonómico.

### **Análisis de noticias**

El análisis aplicado se ha realizado con la referencia del “Índice de importancia” marcado por Igartua (2006), con el que evalúa la información de las noticias según cinco variables que son:

- Aparece en portada (Sí / No)
- Abre sección (Sí / No)
- ¿En qué página aparece la noticia? (Par / Impar)
- ¿Qué tamaño tiene la información en relación con el tamaño de la página?
  - Menos de un cuarto
  - Entre 1 y 2 cuartos de página
  - Entre 2 y 3 cuartos de página
  - Más de 3 cuartos de página, pero no completa
  - Página completa o más de una página
- ¿Incluye elementos gráficos? (Sí / No)

Además de las variables anteriores se han añadido a la ficha de análisis (tabla 1) las siguientes:

- La noticia aparece en el interior del periódico, aunque no aparezca en portada.
- Tipo de pieza informativa: noticia, breve, reportaje o entrevista.
- Sesgo hacia Iberdrola: negativo lo que demuestra la función del periodismo denuncia en este caso, o positivo siendo la publicación de los argumentos y justificaciones de la empresa por el vaciado.
- Fuentes citadas en la noticia.

Tabla 1. Tabla de análisis de las noticias publicadas en *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla*.

En portada		Tamaño de la noticia					Noticia en el interior		Elemento gráfico	
Sí	No	Menos de un cuarto	Entre uno – dos cuartos	Entre dos- tres cuartos	Más de tres cuartos (no completa)	Página completa o más	Sí	No	Sí	No

Abre sección		Tipo de pieza				Sesgo hacia Iberdrola		Número de página		Fuentes citadas
Sí	No	Breve	Noticia	Reportaje	Entrevista	Positivo	Negativo	Par	Impar	

*Fuente: elaboración propia*

### **Análisis de comunicados emitidos por Iberdrola en sala de prensa *online***

Se ha continuado con el análisis de contenido según lo entiende Neuendorf (2002, como se citó en Igartua, 2006), “el análisis de contenido adopta como unidad de análisis el mensaje”, para el análisis de las noticias emitidas en la sala de comunicación web de Iberdrola en el mismo periodo de tiempo. Estableciendo una ficha de análisis (tabla 2) con las siguientes variables:

- Fecha de publicación: se indica el día del mes en el que la empresa comunica de manera oficial una noticia.
- Territorio del comunicado: distinguiendo si es nacional o regional.
- Notas de prensa de apariciones en los medios de comunicación (Sí / No)
- Temática del comunicado distinguiendo entre:
  - Energías renovables
  - Proyectos nuevos o nuevas líneas de inversión de la empresa
  - Relacionado con el embalse de Ricobayo
  - Promoción de actos de la Fundación Iberdrola

Tabla 2. Tabla de análisis de las noticias publicadas en la sala de comunicación *online* de Iberdrola.

Fecha del comunicado	Territorio del comunicado		Aparición en los medios de comunicación		Temática del comunicado			
	Nacional	Regional	Sí	No	Energía renovable	Nuevos proyectos o inversión	Embalse de Ricobayo	Fundación Iberdrola

*Fuente: elaboración propia*

### **Análisis de los *tweets* del perfil Iberdrola**

Se ha realizado un análisis de los *tweets* del perfil en Twitter de Iberdrola para conocer si la empresa de energía comunicó de la misma manera en su red social Twitter que en su sala de prensa *online*. Twitter es la red social “preferida por las empresas españolas (79,44%) para difundir su modelo de negocio” (Fundación Telefónica, 2015, como se citó en Alonso González, 2016).

El análisis de los *tweets* se ha realizado elaborando una ficha de análisis (tabla 3) con las siguientes variables:

- Fecha de publicación del *tweet*
- Tipo de *tweet*: distinguiendo si son proyectos de la empresa o promocional de cultura, deporte u otros.
- Temática del *tweet* distinguiendo entre:
  - Energías renovables
  - Nuevas líneas de inversión de la empresa
  - Relacionado con el embalse de Ricobayo
  - Otros (sorteos y concursos)
- Repercusión del *tweet*: respuestas, *retweets* y “me gusta”
- Elemento audiovisual distinguiendo entre foto y vídeo

Tabla 3. Tabla de análisis de los *tweets* publicados por el gabinete de comunicación de Iberdrola.

Fecha de publicación del <i>tweet</i>	Tipo de <i>tweet</i>		Temática del <i>tweet</i>			
	Proyecto de la empresa	Promoción (deporte, cultura)	Energía renovable	Nuevas líneas de inversión	Embalse de Ricobayo	Otros (sorteos)



Repercusión del <i>tweet</i>			Elemento audiovisual	
Respuestas	<i>Retweets</i>	Me gusta	Foto	Vídeo

*Fuente: elaboración propia*

### Procedimiento de análisis

Para la elaboración de los análisis se optó por la consulta de la hemeroteca web de la biblioteca pública de Castilla y León y a través de su “catálogo” se accedió a los ejemplares impresos de los periódicos *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla* rastreando así los 62 periódicos (31 ejemplares cada uno) publicados durante el mes de agosto del pasado año. Se decidió analizar los diarios impresos porque en sus ediciones digitales en el periódico zamorano no aparecen todas las noticias impresas ya que algunas son reportajes fotográficos con explicaciones en las imágenes y en su web solo aparece una galería y, por otro lado, para consultar la hemeroteca de *El Norte de Castilla* hay que ser suscriptor de la edición web del diario.

La web de la biblioteca de Castilla y León es accesible y de fácil manejo ya que en la hemeroteca de un vistazo se ve el periódico y la fecha de publicación, solo hay que clicar en “prestar” y se podrá acceder con el número de carnet de cualquier biblioteca que pertenezca a la red de bibliotecas de la Junta de Castilla y León. El ejemplar se abre en una pestaña nueva con el “Lector *Cantook*”.

En cuanto al procedimiento para analizar los comunicados emitidos por Iberdrola se accedió a través de su web a su sala de comunicación y se seleccionó la fecha de agosto de 2021 habiendo solamente 6 noticias publicadas. Pero para analizar los *tweets* se introdujo en el buscador de Twitter la siguiente fórmula: (from:Iberdrola) until:2021-08-31 since:2021-08-01 así de esta manera aparecen los *tweets* publicados en agosto de 2021 que fueron 101.

## 4. Resultados

### 4.1 Resultados del análisis de las noticias en *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla*

Para cumplir con el objetivo de observar si los medios de comunicación reproducen íntegramente las justificaciones y argumentos expuestos por Iberdrola o publican siguiendo la línea crítica y cumpliendo la función del periodismo denuncia, se analizaron los ejemplares impresos de los periódicos elegidos desde el 1 de agosto de 2021, día en el que los alcaldes de los municipios afectados se reunieron con la Diputación de Zamora para establecer una estrategia de reclamación de responsabilidades a Iberdrola y elevaron el asunto al Parlamento y Comisión Europeos, hasta el 31 de agosto, día posterior a la respuesta de Iberdrola sobre el vaciado del embalse de Ricobayo y los alcaldes de las municipios ribereños solicitan una auditoría independiente.

En *La Opinión de Zamora* durante los 31 días del mes analizado se publicaron 20 noticias de las cuales 17 fueron motivo de portada. Además de la publicación de dos reportajes fotográficos para plasmar la situación del embalse.

El diario ha seguido una línea crítica hacia Iberdrola en el seguimiento del caso puesto que todas las noticias tienen un sesgo negativo hacia la empresa de energía ya que la cobertura que hace el periódico del vaciado del embalse se centra tanto en la situación y denuncias de los perjudicados, incluyendo además de los municipios ribereños a clubes deportivos, empresarios del sector turístico y hostelero; como en las reclamaciones y exigencias desde los organismos políticos provinciales como la Diputación de Zamora.

Cabe destacar la labor del periodista del diario zamorano Alejandro Bermúdez quien se encargó de cubrir día a día la situación para la sección de “Comarcas” y siempre siguió una línea negativa hacia Iberdrola dando voz a los perjudicados por el vaciado del embalse. También, destacar el trabajo del periodista Luis Garrido en la sección “Zamora” quien se encargó de informar de lo que suponía el vaciado en datos económicos tanto para la provincia como para Iberdrola.

Figura 1. Interior de La Opinión de Zamora- sección Comarcas del día 1 de agosto de 2021. Firmado por Alejandro Bermúdez.



Figura 2. Interior de La Opinión de Zamora- sección Zamora del día 12 de agosto de 2021. Firmado por Luis Garrido.



En el análisis realizado de *El Norte de Castilla* durante el mismo periodo de tiempo se publicaron tan solo 5 noticias saliendo en portada solamente el día 14 de agosto.

La línea del periódico en cuanto al vaciado de Ricobayo puede establecerse “alejada” de Zamora ya que su información en dos de sus publicaciones tiene sesgo neutral puesto que da el contexto de la situación de la provincia respecto a Iberdrola, y en otras dos noticias el sesgo es positivo al exponer las declaraciones y argumentos de la empresa de energía. Aunque las dos noticias restantes se han considerado negativas hacia la empresa ya que reproducen las declaraciones de miembros del Gobierno respecto a las acciones legales a tomar contra Iberdrola.

*El Norte de Castilla* es lo contrapuesto a *La Opinión de Zamora* en cuanto a seguimiento del caso e información, además de en cuanto a firmas ya que, de las 5 noticias publicadas durante todo el mes, 3 de ellas han sido firmadas por El Norte, lo que hace pensar que sean noticias de agencias de información, en vez de contar con una delegación o enviado propio encargado de la cobertura de la noticia. Destacable también su posicionamiento siendo una cabecera de nivel autonómico parece indiferente a lo que sucedía en la provincia de Zamora.

Figura 3. Interior de *El Norte de Castilla* del día 20 de agosto de 2021. Firmado El Norte.



Fuente: catálogo web de la biblioteca pública de Castilla y León

Revenga Bécara, S. (2022). *La comunicación de Iberdrola respecto al vaciado del embalse de Ricobayo*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021-2022.

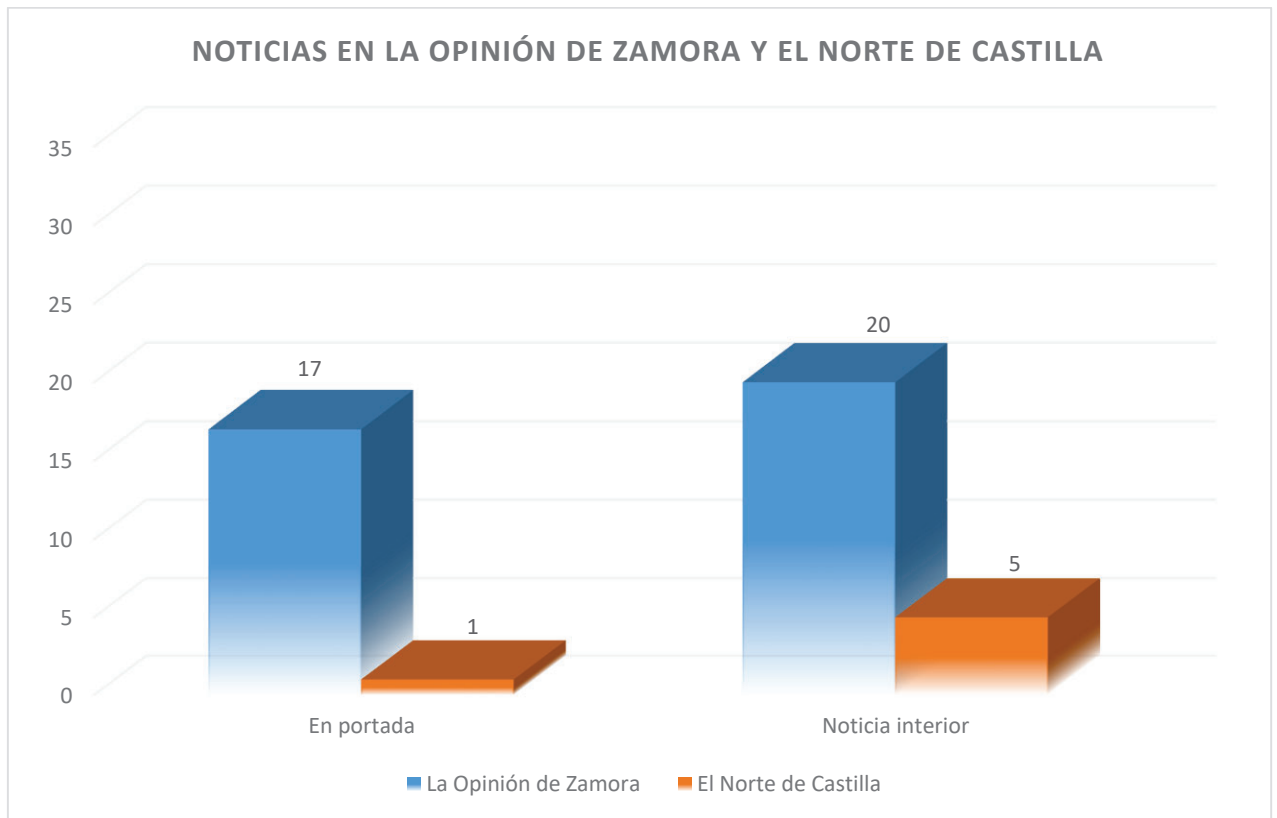
De las 22 noticias publicadas en *La Opinión de Zamora*, 17 fueron portada ocupando la mayoría la mitad de la página incluso la página completa, sin embargo, *El Norte de Castilla* publicó en portada la noticia un día y su ocupación es de sumario, teniendo muy poca importancia para el lector ya que no es un espacio atrayente a la lectura.

Figura 4. Portadas de los periódicos *La Opinión de Zamora* y *El Norte de Castilla* el día 10 y 14 de agosto de 2021 respectivamente.



Fuente: catálogo web de la biblioteca pública de Castilla y León.

Gráfico 1. Representación de noticias en ambos periódicos durante el mes de agosto.



*Fuente: elaboración propia*

#### **4.2 Resultados del análisis de los comunicados publicados en la sala de prensa *online* de Iberdrola**

Para conocer si Iberdrola llevó a cabo una buena comunicación para reducir la crisis de imagen y reputación sobre la empresa producida por el vaciado del embalse de Ricobayo y si el gabinete de comunicación siguió la misma estrategia de información a través de la página web y de su red social Twitter, se han analizado primeramente los comunicados emitidos en la sala de comunicación *online* de la empresa.

En el periodo de análisis de 31 días del mes de agosto Iberdrola emitió 6 comunicados y ninguno de ellos coincide con los días que el delegado autonómico de la empresa apareció en medios de comunicación para dar explicaciones, ni tampoco con las acusaciones vertidas desde el Gobierno central a la empresa.

Por lo que ningún comunicado emitido hace referencia al embalse de Ricobayo, sino que el gabinete promociona los nuevos proyectos e inversiones de Iberdrola tanto en España como en otros países, así como las energías renovables y los actos de la Fundación Iberdrola siendo 2 los comunicados de divulgación de la Fundación y con carácter regional.

Son dos los comunicados que hacen referencia a medios de comunicación debido a la aparición del Presidente de Iberdrola, Ignacio Galán, escribiendo un artículo de opinión el día 19 de agosto en *Expansión* en el que explica cómo tienen que ser las inversiones de las grandes empresas en España para frenar el cambio climático. El otro comunicado es del día 27 de agosto y es una entrevista que concede Galán al medio de comunicación estadounidense *The Wall Street Journal*.

Figura 5. Comunicado de Iberdrola destacando lo más importante de la entrevista realizada en el medio americano.



Fuente: captura de pantalla de la sala de comunicación web de Iberdrola.

### 4.3 Resultados del análisis de los *tweets* publicados en el perfil de Iberdrola

Para comprobar si la empresa de energía siguió la misma estrategia de comunicación en su web corporativa que en su perfil de Twitter, se han analizado los *tweets* publicados durante el mes de agosto en la cuenta oficial de Iberdrola (@Iberdrola).

Durante el mes de agosto el gabinete de comunicación de Iberdrola publicó un total de 101 *tweets* de los que 42 promocionan las energías renovables, sobre todo eólica y solar sin hacer mención a la energía hidráulica. La única referencia a un embalse es un *tweet* del día 26 de agosto con un vídeo explicativo de las obras acometidas en la presa de Aldeadávila (Salamanca) para cambiar la turbina central.

Figura 6. *Tweet* de Iberdrola comunicando con un vídeo el recambio de la turbina del embalse de Aldeadávila.



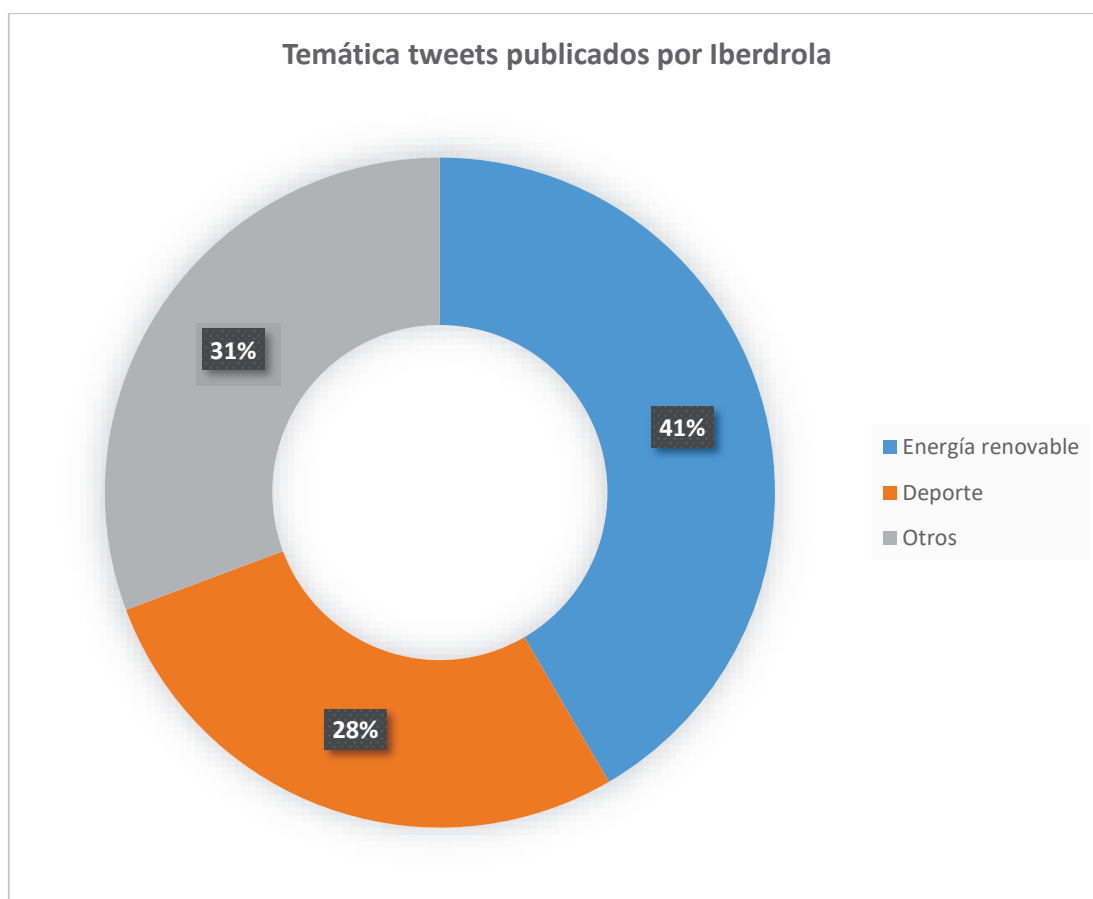
Fuente: captura de pantalla Twitter Iberdrola



Agosto coincidió con la celebración de los Juegos Olímpicos en Tokio e Iberdrola es una de las empresas que patrocinan el deporte femenino, lo que su promoción a través de *Twitter* se hizo patente con 28 *tweets* mostrando el apoyo a las deportistas o sus logros conseguidos.

Las publicaciones restantes se dividen entre promoción de nuevos proyectos de la empresa, concursos fotográficos, consejos de turismo para vacaciones, divulgación de términos relacionados con la tecnología o la sostenibilidad o becas para formación en la empresa.

Gráfico 2. Representación de las temáticas de los *tweets* publicados por Iberdrola durante el mes de agosto.



Fuente: elaboración propia

## 5. Conclusiones

El resultado final de este trabajo es la confirmación de las tres hipótesis expuestas al comienzo de la investigación.

Mediante el estudio del objetivo principal, conocer si Iberdrola llevó a cabo una buena comunicación para solventar la crisis de imagen y reputación de la empresa por el vaciado del embalse de Ricobayo, se han analizado sus comunicados en su sala de comunicación *online* y sus *tweets* publicados en el perfil de la red social Twitter durante el periodo del mes de agosto de 2021. En total el objeto de análisis han sido 6 comunicados y 101 *tweets* en los que no se hace referencia al vaciado del embalse de Ricobayo y tampoco a la energía hidráulica, algo remarcable ya que la mayoría de sus noticias y publicaciones son informaciones sobre energías renovables.

Este intento de ocultación de la situación de crisis no resulta una estrategia adecuada, puesto que en los medios regionales se estuvo haciendo una cobertura de periodismo de denuncia que llevó la información hasta en 20 días de los 31 analizados, especialmente en el medio local *La Opinión de Zamora* con 17 publicaciones en portada sobre el vaciado del embalse. Sin embargo, cabe destacar que esta estrategia hace que no se dé visibilidad a la crisis en los propios medios de la empresa, que alcanzan un público mayor.

Con los datos del análisis se confirma también la segunda hipótesis planteada: el gabinete de comunicación no actuó correctamente para solucionar la crisis de imagen y reputación de la empresa. Los resultados del análisis de su perfil de Twitter también confirman que en dicha red social el departamento de comunicación siguió la misma estrategia de comunicación en la web corporativa que en su perfil de Twitter: la promoción de los nuevos proyectos de la empresa y de las energías renovables exceptuando la energía hidráulica.

Las consecuencias de la práctica de desembalsamiento de Ricobayo han sido negativas para los municipios ribereños que vivían del sector turístico rural puesto que hay zonas recreativas que con agua en el embalse solían llenarse de bañistas en verano del mismo modo que para los clubes deportivos que realizaban su actividad en Ricobayo.

Estas consecuencias siguen en la actualidad (2022) ya que la lluvia ha sido escasa y el embalse se mantiene en cotas mínimas.

Las consecuencias también fueron negativas para Iberdrola, lo que confirma la primera hipótesis de este estudio. Sobre el tema se pronunció la Comisión Europea mediante la Dirección General de Medio Ambiente y también el Gobierno de España a través del Ministerio de Transición Ecológica, además de la repercusión mediática los meses de verano con sesgo negativo hacia Iberdrola. Estas consecuencias llegan a la actualidad (2022) ya que el ejecutivo central estudia reformular los contratos de concesión de las presas para la explotación de las aguas para energía hidráulica.

Los resultados de los análisis de los periódicos elegidos refuerzan la definición de periodismo de denuncia establecida por Soria al ejercer su labor de difusión y denuncia informativa de actuaciones ilegales o no éticas por parte de Instituciones o personas. Destacando por la labor de seguimiento y la cobertura del caso de una manera crítica hacia Iberdrola el diario *La Opinión de Zamora*.

A pesar de no querer darle visibilidad en sus propios medios y tratar de ocultarlo a nivel nacional e internacional, Iberdrola fue retratada negativamente por la cobertura y repercusión mediática puesto que diferentes medios de comunicación a nivel nacional siguieron el caso e incluso programaron reportajes especiales sobre ello.

Por ello este estudio ofrece la posibilidad de su continuación ampliando el rastreo a nivel nacional y a diferentes medios de comunicación pudiendo analizar la información según el tipo de pieza informativa publicada en cada medio y/o cadena.

## 6. Referencias

- Agencias. (17 de junio de 2021). El impacto económico de Iberdrola en Castilla y León llega a los 680 millones de euros. *La Opinión de Zamora*. <https://www.laopiniondezamora.es/castilla-leon/2021/06/17/impacto-economico-iberdrola-castilla-leon-53621828.html>
- Agencias. (13 de agosto de 2021). El Gobierno investiga el vaciado de Ricobayo, en Zamora: “Es escandaloso”. *La Opinión de Zamora*. <https://www.laopiniondezamora.es/zamora-ciudad/2021/08/13/ministra-teresa-ribera-vaciado-ricobayo-56200937.html>
- Agencias. (30 de noviembre de 2015). Competencia multa con 25 millones a Iberdrola por manipular el precio de la electricidad. *La Voz de Galicia*. <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/economia/2015/11/30/competencia-multa-25-millones-iberdrola-manipular-precio-electricidad/00031448902331903600691.htm>
- Alonso, M. (2015). Comunicación empresarial de las empresas del IBEX en Twitter. *Revista Mediterránea*, 7(1), 1-25. <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.8>
- Biblioteca pública de Castilla y León. (agosto de 2021). *Catálogo*. <https://castillayleon.ebiblio.es/resources?view=covers>
- Chicote, J. (2006). *Periodismo de investigación en España*. Editorial Fragua.
- Enrique, A. (2008). La gestión de la comunicación en situaciones de crisis propuesta de un modelo teórico. *Comunicación y pluralismo*, (6), 201-214.
- Escaño, J. (2012). Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad. *Relaciones Públicas*, 2(3), 217-220. <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrpp/article/view/84/69>
- Fernández. (27 de junio de 2022). La Fiscalía propone juzgar a Iberdrola por manipular los precios eléctricos. *La Voz de Galicia*. <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/economia/2022/06/27/fiscalia-propone-juzgar-iberdrola-manipular-precios-electricos/00031656338704082487160.htm>

- Iberdrola. (agosto de 2021). *Sala de comunicación*. <https://www.iberdrola.com/sala-comunicacion/noticias/2021>
- Igartua, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosch.
- Micaletto, J., Lasso de la Vega, M<sup>a</sup> C. y Marín, P. (2016). La importancia de la comunicación de crisis en las instituciones: sus inicios en España. El accidente de Palomares. *Relaciones públicas*, 12(6), 125-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5769821>
- Marín, F. (2005). *Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales. Crisis, emergencias y negociación*. Editorial Fragua <https://dadun.unav.edu/handle/10171/57023>
- Martínez, R y Durántez, P. (2011). La gestión de crisis en el escenario digital: efectos sobre la reputación Online y pautas de actuación en su comunicación. *Icono* 14, 1. [https://www.academia.edu/10614995/LA\\_GESTI%C3%93N\\_DE\\_CRISIS\\_EN\\_EL\\_ESCENARIO\\_DIGITAL\\_Efectos\\_sobre\\_la\\_reputaci%C3%B3n\\_online\\_y\\_pautas\\_de\\_actuaci%C3%B3n\\_en\\_su\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/10614995/LA_GESTI%C3%93N_DE_CRISIS_EN_EL_ESCENARIO_DIGITAL_Efectos_sobre_la_reputaci%C3%B3n_online_y_pautas_de_actuaci%C3%B3n_en_su_comunicaci%C3%B3n)
- Ramos, J. (2014). *Radiografía de los gabinetes de comunicación en las empresas. El caso de Femete en la prensa tinerfeña (1979-1988 y 2005-2010)* [Tesis de doctorado, Universidad de La Laguna]. Repositorio Institucional – RIULL. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/77>
- Saura, P y García, F. (2010). La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *Icono* 14, 8(2), 42-56. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.245>
- Soria-Saiz, C. (1996). Fundamentos éticos de la presunción de inocencia o la legitimidad del periodismo de denuncia. *Comunicación y sociedad*, 9(1 y 2), 99 -219. <https://hdl.handle.net/10171/8638>

- Vélez, A y Sánchez, R. (13 de agosto de 2021). Agua a precio de gas: la hidroeléctrica fija los precios de la luz el 75% de las horas más caras del año. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/economia/agua-precio-gas-hidroelectrica-fija-precios-luz-75-horas-caras-ano\\_1\\_8217468.html](https://www.eldiario.es/economia/agua-precio-gas-hidroelectrica-fija-precios-luz-75-horas-caras-ano_1_8217468.html)
- Villaescusa, A. (7 de agosto de 2021). Iberdrola aprovechó el cambio en las tarifas eléctricas para vaciar el 79% del principal embalse de Zamora. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/castilla-y-leon/iberdrola-aprovecho-cambio-tarifas-electricas-vaciar-79-principal-embalse-zamora\\_1\\_8202507.html](https://www.eldiario.es/castilla-y-leon/iberdrola-aprovecho-cambio-tarifas-electricas-vaciar-79-principal-embalse-zamora_1_8202507.html)