



COMISIÓN DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA FINANCIACIÓN Y LOS PLANES DE MEDIOS DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN

PRESIDENCIA

DOÑA MARÍA MONTERO CARRASCO

Sesión celebrada el día 22 de febrero de 2021, en Valladolid

ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia del Sr. D. Félix Ángel Carrera (Exdirectivo de TRIBUNA).

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las doce horas treinta y cinco minutos.	11836
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre la sesión y recuerda a los señores procuradores y asistentes a la Comisión, siguiendo indicaciones de la Presidencia de la Cámara y de las autoridades sanitarias, la obligatoriedad del uso de la mascarilla.	11836
Primer punto del orden del día.	
La letrada, Sra. Navarro Jiménez-Asenjo, da lectura al primer punto del orden del día.	11836
Intervención del Sr. Carreras Álvarez, directivo de <i>Tribuna</i> , para informar a la Comisión.	11836
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	11836
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Carreras Álvarez, directivo de <i>Tribuna</i> .	11836



	<u>Páginas</u>
Intervenciones del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular) y del compareciente, Sr. Carreras Álvarez, directivo de <i>Tribuna</i> .	11842
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Carreras Álvarez, directivo de <i>Tribuna</i> .	11844
Intervención final del compareciente, Sr. Carreras Álvarez, directivo de <i>Tribuna</i> .	11851
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	11851
Se levanta la sesión a las trece horas veinticinco minutos.	11851



[Se inicia la sesión a las doce horas treinta y cinco minutos].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Se abre la sesión. Antes de comenzar, recuerdo a los señores procuradores y a los asistentes a esta sesión que, de conformidad con los criterios fijados por la Presidencia de la Cámara y por las autoridades sanitarias, es obligatorio el uso de las mascarillas en todo momento, incluso cuando se esté en el uso de la palabra, salvo causa justificada.

Por la señora letrado se dará lectura del orden del día.

Comparecencia

LA LETRADA (SEÑORA NAVARRO JIMÉNEZ-ASENJO):

Gracias. Punto del orden del día: **Comparecencia del señor don Félix Ángel Carrera, directivo de *Tribuna*.**

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Lo primero, dar la bienvenida al señor compareciente, a don Félix Ángel Carrera, confiando en que las informaciones que pueda proporcionarnos sean útiles para el desarrollo de la labor que tiene encomendada esta Comisión. ¿Desea el señor compareciente utilizar un turno inicial de diez minutos?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Bueno, en primer lugar, darles los buenos días. Encantado de estar aquí, pero me gustaría aclararles algún concepto que a lo mejor no han tenido en cuenta. Yo, efectivamente, soy directivo de *Tribuna*. Llevo en el grupo desde el año dos mil trece, pero hasta febrero de dos mil diecinueve no he sido director general del grupo. Del catorce al diecinueve, que es el período que se investiga, era otro compañero el que tenía esa labor y yo no estaba en la compañía. Aun así... vamos, yo no estaba en esa faceta, yo dirigía únicamente las cabeceras de *Tribuna* Valladolid y *Tribuna* de Palencia. Aun así, estoy a su disposición para aclararles lo que... lo que consideren oportuno, si es que puedo aportar y ayudar en algo. Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muchas gracias. A continuación, se abre un turno de los diferentes portavoces de los grupos parlamentarios para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones. Y en primer lugar, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Alba Bermejo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Buenas tardes a todos. Muchas gracias, señora presidenta. Me gustaría dar la bienvenida al señor Félix Ángel Carrera como director de *Tribuna* entre... desde dos mil diecinueve, como bien nos ha indicado, y darle la bienvenida, una vez más, a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre el dos mil catorce y el dos mil diecinueve inclusive.



Desde el Grupo Parlamentario Ciudadanos nos gustaría saber, señor Carrera, qué funciones desempeñaba usted como director del medio que he mencionado y cuáles eran sus competencias en el período objeto de esta Comisión.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Como le comentaba en mi pequeña introducción, yo llego a esta... a esta empresa en enero del dos mil trece. Desde ese momento y hasta febrero o marzo de dos mil diecinueve mis competencias eran dirigir la cabecera de *Tribuna* Valladolid y *Tribuna* de Palencia, que están por proximidad asociadas entre ellas. Y, bueno, eran... son unas competencias de dirección... de dirección meramente editorial: contenidos, proyectos y todo lo que pueda incidir e influir en el crecimiento de la cabecera.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Señor Carrera, ¿para qué sirve la publicidad institucional en un medio como el suyo?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo imagino que cuando una institución -la que sea- integra publicidad en un medio es para trasladar su mensaje o sus mensajes o lo que quiera comunicar con el ciudadano.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Desde dos mil diecinueve era usted el enlace directo de su medio de comunicación con la Consejería competente en relación al proceso de adjudicación de las partidas de publicidad institucional?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Como le comentaba, el cambio en la dirección de nuestro grupo fue en febrero... finales de febrero, principios de marzo de dos mil diecinueve. A partir de esa fecha, esa parcela con la... con las instituciones la asumo yo. Hasta entonces, no.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y usted, como responsable de edición, entiendo que tenía buena comunicación con... con la persona que usted ha mencionado, ¿y sabe o le trasladó en algún momento cómo justificaba la Junta de Castilla y León el reparto que había a cada medio de comunicación? ¿En algún momento se... se les indicó o tenían en su conocimiento cuál era el criterio, como bien digo, según audiencias o... o cualquier otro tipo de criterio que estaba ya prefijado?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No, no llevaba yo esa parcela. A mí me comunicaban las cosas que ya venían hechas y concretadas por el anterior responsable.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera que en algún momento ha habido discriminación, en cuanto al reparto de la publicidad institucional, de unos medios a... a otros?



EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo le puedo hablar de lo que yo conozco desde la fecha que le he comentado; y, desde esa fecha hasta ahora, lo que estoy viendo es que se aplican criterios serios de... de juntar o mezclar los factores que suelen ser habituales en este tipo de... de campañas, como son tener en cuenta la audiencia, los criterios de publicaciones, los impactos, etcétera, etcétera. Por lo que yo veo, ahora mismo hay bastante objetividad y profesionalidad.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Usted, como bien ha dicho, dirigía cabeceras de dos provincias: Palencia, Valladolid. ¿Considera que en las distintas acciones que se hacía por medios de comunicación había igualdad en el reparto por provincias, en este caso, Palencia y Valladolid?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Es que no le puedo responder con exactitud, como usted me dice, porque a mí ya me llegaban las campañas hechas. A mí me decían: hay que implementar una campaña de la Junta, o una campaña del Ayuntamiento de Palencia, una campaña del Ayuntamiento de Valladolid, o una campaña de la diputación correspondiente, y yo lo que tenía que... que tener bastante claro era el espacio para ubicar esas campañas en... y demás. Pero no, no. Lo otro no le puedo decir.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Como técnico, me gustaría saber su opinión, ¿y considera que en algún momento la publicidad institucional se ha podido utilizar en... en Castilla y León como una herramienta de autobombo de... del Gobierno?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo interpreto que la publicidad institucional de la Junta de Castilla y León, de cualquier ayuntamiento o cualquier diputación o cualquier institución pública se utiliza para trasladar los mensajes que se quieren dar al ciudadano, no como ningún tipo de herramienta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento se ha podido utilizar dinero público para realizar una gestión política?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Lo desconozco.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Desde su punto de vista, ¿cómo cree que debería haberse hecho ese reparto? Es cierto que desde dos mil diecinueve hay una forma de proceder distinta a la anterior... a la anterior postura del... del Gobierno. ¿Cree que... que debería haber habido



posibles tipos de asignación distintas a... a las que... a las que había? Y si considera que las actuales van encaminadas por el buen camino.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

De lo anterior, como le digo, no le puedo hablar porque sinceramente lo desconozco. De lo que estoy viendo a partir de la etapa en la que yo estoy al frente de esta responsabilidad, estoy viendo una actuación muy normal, al uso de lo que suelen hacer otros contratantes de publicidad: criterios objetivos basados en... en la implantación del medio, de la audiencia, de la eficacia de... de ese medio para trasladar un mensaje, de los impactos que tiene ese medio, de... bueno, criterios muy objetivos y muy profesionales.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Por qué cree que algunos medios tenían más partida presupuestaria que otras sin una justificación o un criterio objetivo?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No puedo decir por qué otros medios tienen otro tipo de tratamiento. No lo sé.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera que la Junta, más allá de conocer el medio al que iban destinados las inversiones, se interesaba en qué tipo de penetración existía en... entre la población o el público objetivo?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Es muy sencillo. Para eso están los datos de audiencia, que las audiencias son transparentes: se pueden ver y se puede saber dónde se contrata o... o qué audiencia tiene ese medio contratado.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera que la Junta, más allá de conocer al medio al que iban destinadas esas partidas de publicidad institucional, se... pudo haber cierta arbitrariedad a la hora de repartir publicidad institucional? Si bien es cierto que, si usted ha seguido un poco la Comisión de Investigación de... de este Parlamento, aquí ha quedado evidente y claro que no existían unos criterios objetivos a la hora de hacer un reparto de publicidad institucional. Por lo tanto, reitero la pregunta. ¿Cree que pudo haber cierta arbitrariedad por parte de la Junta de Castilla y León?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No le puedo decir porque ese período lo desconozco.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿No estaba usted en línea con... con el anterior director del medio?

**EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):**

Sí, sí, estoy en línea, pero como comentario, cuando se contrata una campaña publicitaria, una vez contratada, pasa a un departamento comercial, a una dirección comercial, que distribuye esas campañas y las asigna a los medios que han sido contratados, a las cabeceras que tienen que llevar esa publicidad, y como... para resumírselo, nos llegaba hecho, prácticamente. Pero, perdón, esa y cualquier otra, la de una cadena comercial, la de un negocio pequeño, cualquiera.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Cómo cree que debería ser un reparto de publicidad eficiente y equitativo? ¿Primando la prensa escrita, la digital, o si solo en función de las audiencias o... o de objetivos? ¿O, por parte, primar ediciones regionales o... o locales o nacionales?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo creo que la... la línea actual que yo conozco es una línea que va encaminada hacia unos criterios bastante profesionales. Es evidente que a cualquiera de los comparecientes... imagino, no he seguido mucho esta Comisión, pero imagino que todos los que estamos aquí siempre deseamos que a nuestro medio nos llegue cuanta más partida publicitaria mejor, pero no solo de la Junta de Castilla y León, sino de cualquiera, o de cualquier empresa o compañía que invierta en publicidad.

Entonces, yo siempre he interpretado y he apelado a la buena fe de todas las instituciones con las que trabajamos. Nuestro grupo trabaja con instituciones de todos los colores políticos, y en todas interpretamos que se ajusta la contratación de la publicidad a un criterio profesional, objetivo y basado en que esa contratación tiene como objetivo final que le... que le llegue al mayor número de ciudadanos posible.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Pero si bien es cierto que para... para llegar a eso hay que tener unos criterios objetivos y antes no existían. Ahora sí que existen.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo, desde que estoy como director del periódico, se han utilizado siempre unos criterios básicos, que considero lógicos, que son, como le he comentado antes, las audiencias, los impactos, la penetración del medio, la territorialidad o la capilaridad que ese medio pueda dar al mensaje.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sin entrar en datos concretos, porque su empresa es privada y no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión en cifras, la publicidad institucional, tanto la que anualmente se daba a las... desde las distintas Consejerías como aquellas otras acciones puntuales que se podían hacer con la Junta de Castilla y León, ¿suponía un porcentaje lo suficientemente importante dentro de las cifras de negocio de su medio en cuestión?

**EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):**

No tengo los datos concretos y concisos, pero es... la Junta de Castilla y León o cualquier institución pública son clientes habituales de todo... de todo tipo de medios, pero un porcentaje como tal no le puedo precisar.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y sí me puede precisar, por ejemplo, sobre si ese impacto, o sobre la viabilidad económica del medio, podría hacer que afectase de alguna manera a las informaciones que... que se trataban en el medio?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No entiendo la pregunta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Resumiendo: ¿la línea editorial podía ir en línea con la inversión de publicidad institucional?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

En toda mi carrera profesional nunca he tenido ninguna indicación de ningún partido político, de ningún color político, que tuviera que ver o que estuviera relacionado con la inversión. Nadie me ha dicho: cuidado, que te vamos a retirar. En ningún momento, ningún color político.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Recibió en algún momento llamadas o avisos de algún miembro de la Junta de Castilla y León insistiendo en el criterio de proporcionalidad a la hora de tratar la información?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento el Gobierno de la Junta de Castilla y León pudo utilizar a sus gabinetes de prensa de las distintas Consejerías como barrera para hacer ese trámite?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Nunca.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Qué relación tenía usted con el exconsejero de la Presidencia, José Antonio de Santiago Juárez? ¿Tenían ustedes encuentros formales, informales, algún tipo de reunión anual?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Le conozco desde que era concejal del Ayuntamiento de Valladolid, ya que yo fui jefe de Local de un periódico de Valladolid mucho tiempo. Y, a partir de ahí, pues tenemos una relación profesional, sin... sin más. He tenido algún tipo de reunión para



temas profesionales cuando él estaba en otra Administración, como le digo, en el Ayuntamiento de Valladolid en este caso. Y en la... y con el tema de la Junta de Castilla y León, yo, con mi responsabilidad, nunca he estado reunido con él.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Realizaba su medio de comunicación alguna acción de patrocinio financiada por la Junta de Castilla y León?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Lo que yo conozco del pasado y lo que le puedo contar del futuro todo son campañas objetivas por algo, campañas específicas de algún tipo de acción que se vaya a desarrollar, pero nunca ningún tipo de patrocinio. Campañas acotadas con fechas de publicación en función de... de lo que fuera; son campañas que van casi siempre unidas a una temporalidad. El ejemplo más recurrente que se ha tratado aquí, por ejemplo, son las campañas de la... de la gripe, que van todos los años. Este año ha habido campañas COVID, con ayudas o con lo que sea, que van muy acotadas en... en el tiempo, una campaña de tal fecha a tal fecha.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Cree usted que está justificada la creación de esta Comisión de... de Investigación?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Si consigue los resultados de la... del grupo político que la ha solicitado, sí.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Por mi parte, eso es todo. Muchísimas gracias por sus respuestas, y espero que sirvan para hacer unas buenas conclusiones de esta Comisión de Investigación. Muchas gracias.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. A continuación, por el Grupo Parlamentario Popular, también por un tiempo máximo de treinta minutos, tiene la palabra el procurador don Miguel Ángel García.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias, presidenta. Señor Carrera, bienvenido. Gracias por estar aquí. Si usted ha visto las intervenciones de compañeros suyos que han pasado antes, va a pensar que mi intervención va a ser reiterativa, pero lo... efectivamente, lo... lo va a ser y lo hago aposta.

Lo que le quiero decir es que en nombre del Grupo Popular le voy a hacer dos consideraciones.

La primera, decirle que esta Comisión responde al cumplimiento del punto decimotercero del acuerdo del Gobierno de esta Comunidad entre el Partido Popular y



Ciudadanos, con el fin de conocer y, sobre todo, de demostrar que la gestión de la financiación y los planes de medios de la Junta de Castilla y León durante el período dos mil catorce-dos mil diecinueve fue impecable. Se actuó siempre con absoluta legalidad y con criterios objetivos de reparto -usted ha hecho alguna referencia a esto-, buscando la mayor eficiencia en la información al ciudadano y en la comunicación de la actividad institucional.

El Grupo Parlamentario Popular no solo no tiene ninguna sospecha del buen funcionamiento de los planes de medios y de la contratación de las diferentes campañas de comunicación, sino que está plenamente convencido de que las cosas se hacían bien. Pero, evidentemente, no nos negamos a investigar, facilitamos el trabajo para demostrar la impecable gestión del Gobierno regional en esta materia.

Nosotros conocíamos de antes el buen funcionamiento de la gestión de medios, pero después de asistir a las comparecencias de los que le han precedido en el turno tengo que decir que ahora tenemos mayor tranquilidad y, sobre todo, la seguridad de que se actuaba con escrupuloso respeto a la legalidad vigente, incluso con mayores instrumentos de control de los que exige la ley; que se actuaba con la máxima transparencia, y que siempre se actuó con la máxima equidad y con criterios de máxima eficacia.

La segunda cosa que le quiero decir, sobre todo por dejar claro, que el Grupo Popular tan solo ha pedido la comparecencia de tres personas: el consejero de la Presidencia, el secretario general de la Consejería de la Presidencia y el director general de Comunicación de la Junta de Castilla y León en el período investigado. En consecuencia, este grupo parlamentario no ha registrado ninguna solicitud de comparecencia ante esta Comisión de representantes o responsables de los medios de comunicación. Por lo tanto, lo que le quiero reiterar, que le quede claro, que nosotros no hemos pedido su presencia ni la de ningún otro responsable de medios de comunicación. Está usted aquí a petición del Grupo Socialista y de Ciudadanos.

Para nosotros, han comparecido ya todos los responsables políticos que han tenido competencias en materia de comunicación en el período investigado, y de sus comparecencias hemos podido deducir que en materia de contratación y de gestión de medios las cosas se han hecho bien, algo que ya sabíamos y que, a la vista de la documentación examinada y de los distintos testimonios, hemos podido verificar. Para nosotros, ya ha culminado el objetivo de esta Comisión. Otros ya han hecho incluso sus conclusiones.

A estas alturas de la Comisión ya podemos concluir dos cosas: la Junta de Castilla y León no tiene nada que ocultar, ha actuado con absoluta transparencia, con equidad, con eficacia y con respeto escrupuloso a la legalidad. Y la segunda cosa es que para este grupo parlamentario no existe ninguna sospecha y ninguna duda en la actuación de los responsables de los medios de comunicación, de los distintos... en los distintos procedimientos de adjudicación y contratación del servicio público que se presta por ustedes. Creemos en su independencia, en su objetividad, en su integridad, en la libertad de expresión, y creemos que la libertad de prensa no debe ser sometida al control de ningún Parlamento.

Le pueden decir, porque ya nos tienen acostumbrado a ellos... a ello, que el Grupo Popular ha querido sentar solo a algunos medios y no a todos. Pero que le quede claro que nosotros no hemos pedido la presencia de ninguno, de ningún medio de comunicación. Por esta razón, porque consideramos que no existe ninguna duda respecto a su actuación, ni por razones de oportunidad, ni por razones de legalidad



en los servicios de comunicación requeridos por la Junta de Castilla y León, el grupo parlamentario no le va a formular ninguna pregunta. Muchas gracias por estar aquí. Muchas gracias por su trabajo. Gracias por su colaboración y, sobre todo, gracias por su independencia, que acaba de reiterar en su manifestación anterior. Gracias.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Finalmente, por el Grupo Parlamentaria Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Virginia Barcones.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Buenos días. Muchas gracias, señor Carrera, por comparecer en esta Comisión de Investigación. Si sigue un poco la actividad parlamentaria, verá que esto es un poco circense y, además, es una manera terrible de minusvalorar a las propias instituciones y a recursos que deberían de tener tanto rigor como es una Comisión de Investigación en nuestro Parlamento autonómico.

Habrà seguido un poco la evolución de la Comisión de Investigación y el teatrillo, un poco, que se han traído entre el Partido Popular y Ciudadanos para justificar aquel pacto de la rapiña; se obligaron a una serie de Comisiones de Investigación, incluida esta del plan de medios, en la que sin ningún pudor han decidido arrastrar a todos los medios de comunicación no a un grupo de trabajo, porque eso podría haber sido hasta comprensible, hacer un grupo de trabajo para mejorar el sistema que tantas deficiencias tiene y que mi grupo parlamentario tanto tiempo lleva denunciando. Pero no, decidieron hacer una Comisión de Investigación porque todo valía, aunque en el transcurso de la misma, pues, por el camino, se dejen muchas cosas, hasta incluso como es el rigor. Porque es muy complicado intentar justificar que quien crea la Comisión de Investigación pues luego se muestre de esta manera ante la misma.

Fíjese si la incoherencia llega a tal punto que decía hace unos momentos el portavoz del PP "algunos han sacado sus conclusiones", como recriminándonos haber sacado conclusiones, pero el Partido Popular puede concluir dos cosas claras. Pero esto lo llevan diciendo desde el primer día. Se asombran de que en una Comisión de Investigación de los medios se llame a los medios de comunicación. Hombre, lo raro hubiera sido llamar a panaderos o a electricistas. Si lo que estamos investigando es la relación que ha habido con los medios de comunicación, pues parece lo más evidente.

Al final, todo justificaciones; justificaciones de un modelo que, desgraciadamente, lleva padeciendo esta Comunidad durante 33 años. Un modelo donde se ha comprometido la eficiencia y la eficacia del dinero público, y, al final, bueno, pues intentar justificar una actuación y una manera de proceder que, desde luego, para el Grupo Parlamentario Socialista no es la correcta.

Ya llevamos muchas sesiones en esta Comisión de Investigación. Han pasado los principales responsables a nivel político de la misma. Es verdad que ya tenemos algunas conclusiones claras de las propias declaraciones y, además, de cosas tan interesantes como leerse la documentación. Porque si algún miembro de la Comisión, en algún momento, se hubiera leído la documentación, yo creo que esto enriquecería mucho el debate.



Cosas como que las directrices generales no... no dicen los criterios objetivos, simplemente dicen quién puede contratar con la Administración. De hecho, en lo referente a los medios digitales, es a través de una ampliación normativa, donde se regula todos los extremos con los medios digitales, y no aparece por ningún sitio esos criterios objetivos de los que usted hablaba, y ahora le preguntaré de ellos porque no aparecen por ningún sitio de manera escrita ni... ni de manera verbal hemos conseguido que nos digan cuáles eran, cómo se cuantificaban y de qué manera se desarrollaba todo ese proceso.

Lo que sabemos a día de hoy es que, en la reunión de secretarios generales, el secretario general de Presidencia llegaba con un papelito que daba a cada uno de los secretarios generales, donde ya aparecía cada medio lo que iba a recibir a lo largo del año, independientemente de cada una de las campañas. Pero aquí hay una salvedad con los medios digitales, que dependían solo de Presidencia a través de esa ampliación normativa.

Pero a mí lo primero que me gustaría saber es: ¿usted conoce, ustedes conocen cuáles eran esos criterios objetivos de reparto, cómo se cuantificaban y... y así cómo se distribuía el reparto de la publicidad institucional?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Buenos días de nuevo. Buenas tardes ya. Como he comentado antes, en el asunto de los medios digitales como tal, tenemos establecido criterios de audiencia, criterios de impactos, criterios de territorialidad, criterios de capilaridad del... del medio. Básicamente son esos puntos los que se siguen a la hora de... de trabajar con... con las instituciones.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Podría decirnos dónde vienen recogidos esos criterios, para poderlos leer y... y saber? Porque a lo mejor nos aporta la luz que todavía no hemos conseguido tener. Y saber, por lo menos, para un tipo de medio, cómo está estipulado. Porque en esas directrices y en la ampliación normativa se dice que el sistema de auditoría OJD interactivo es el que da acceso a poder contratar publicidad institucional con la Junta de Castilla y León. Pero el reparto, los criterios objetivos, ¿cómo se cuantificaban? ¿Nos podría decir la norma, dónde está escrito, dónde podemos acceder a ello?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Yo no sé dónde podrá acceder, pero le tengo que aclarar que hay dos medidores de... de audiencias en los medios digitales. Uno es OJD interactivo y otro es Comscore, que a fecha de hoy es el... es el medidor que controla la audiencia de mi... de mi grupo. Comscore es el... o era el principal medidor digital de... considerado de los principales del... del mundo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, como aparece en las directrices y en su ampliación, al que hace referencia, esencialmente, es el OJD interactivo. Pero, claro, a mí me sorprende cuando usted habla de que sí, que había criterios objetivos. Es que no los hemos conseguido encontrar ni nadie ha conseguido decirnos cuáles eran, en qué medida se efectuaban. Pero, bueno, como usted dice que los conoce, sí me gustaría que me



dijera... De dos mil catorce a dos mil diecinueve, la publicidad institucional en Castilla y León asciende a 80.129.491 euros. Para los medios digitales, la cantidad es de 7.109.029,22 céntimos, un 8,87 %. ¿Considera usted que, en base a esos criterios objetivos de los que usted nos habla, esto responde a audiencias, a impactos, a capilaridad, es decir, que la prensa digital solo significa en Castilla y León un 8,87 %?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Perdón. Independientemente de que todos los que nos hemos sentado aquí imagino que queremos lo máximo para nuestro medio, le tengo que reiterar que hacer esa medición necesitaría tiempo, porque tendríamos que saber, en ese período dos mil catorce-dos mil diecinueve, los datos de audiencia de la prensa digital para compararlo con el... con el resto. Yo no lo tengo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Si no... A mí me sorprendía porque aseveraba usted así con rotundidad: no, no, no, esto ha sido un trabajo serio, en base a audiencias, a impactos, a capilaridad. Y, claro, pues sorprende que, de toda la documentación obrante, no aparezca esos criterios objetivos, ni cómo se ha repartido. Y a todas luces, viendo la penetración, los impactos y las audiencias de la prensa digital, bueno, nos parece que un 8,87 % del total consideramos que no es una cantidad que refleje la realidad que hay en estos momentos, ¿eh?, de acceso a la prensa. Y además, y como le decía, aparece claramente en las directrices: "En relación con la prensa escrita y prensa digital se valorará como idóneo el sistema de auditoría de medios OJD". Es decir, este era el sistema.

¿A usted le parece... -no sé, ya una valoración por lo que usted conoce, ustedes saben más o menos las audiencias, a cuánto llega la prensa escrita, a cuánto llega la radio, a cuándo llegan los digitales-, ¿usted cree que está por debajo del 9 % la penetración de los medios digitales?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Evidentemente, si lo comparamos con la penetración que tenía la prensa digital en el dos mil catorce a la que tiene en el dos mil veintiuno, el aumento exponencial del tráfico digital y el consumo de información se ha disparado. Yo, con todas las instituciones que trabajo, de todos los colores políticos, están advirtiendo que la realidad de la prensa digital es evidente y están teniendo un... un trato mucho más sensible hacia la prensa digital.

Pero sí que me gustaría aclararle que no es una cuestión exclusiva de la Junta de Castilla y León el modelo de contratación o la guía de medición. Cuando se contrata publicidad con instituciones de todo calibre, pues con la Confederación Hidrográfica del Duero, por poner un ejemplo, a la hora de pedir, de... de medir un... un tipo de impacto publicitario, se basan prácticamente en lo... en lo mismo: te miden... te piden tu audiencia, te piden esos datos que yo les comento, y se contrata hacia... cualquier institución te hace ese seguimiento de manera rigurosa, no te llama por teléfono y te dice "te voy a dar una campaña de tal" sin preguntarte y sin interesarse por... por cómo es.

A la hora de plantear una campaña, habitualmente hay que pasar los datos de... de audiencia, saber en qué momento está cada... cada medio, y todas las instituciones nos las piden -de todos los colores políticos-, y se actualiza, y se puede



acceder a ello. OJD, como usted maneja, y Comscore hacen públicos sus datos de manera regular y se pueden acceder a ellos.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, si lo lógico y lo legal con la Administración es que haya un procedimiento. La cuestión es qué tipo de procedimiento hay cuando desde el comienzo del año ya se preestablece lo que va a recibir cada medio. Por lo tanto, al final, el procedimiento de licitación es un traje a medida de lo que uno previamente ha acordado.

Y, hombre, esto se lo digo porque en toda esa documentación que hemos podido ver, yendo Consejería a Consejería, había Consejerías muy diligentes que tenían guardado en el expediente ese papel -por supuesto, sin membrete y sin firma- que en la reunión de secretarios generales se le daba a cada uno de ellos, diciéndole desde el comienzo del año lo que iban a recibir cuando todavía no se habían sacado esos procesos de licitación. Pero, probablemente, es que tenían dotes adivinatorias y podían saber con anticipación todos esos procesos de licitación a los que los distintos medios iban a ser seleccionados para... para tener la publicidad institucional.

Yo insisto en el tema de los medios digitales porque tienen una particularidad, y es que, principalmente, solo a lo largo del período dos mil catorce-dos mil diecinueve (no ha sido así en dos ocasiones), los medios digitales solo recibían dinero de Presidencia. Es decir, mientras todos los medios podían acudir a la publicidad de todas las Consejerías, solo se hacía desde Presidencia, única y exclusivamente, para los medios digitales. ¿A ustedes esto nunca les pareció una anomalía? ¿Nunca les pareció una discriminación?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Ese período catorce-diecinueve le desconozco. Ya le digo que nuestro medio trabaja con la Dirección de Comunicación, pero también con algunas Consejerías de manera muy... muy puntual y para asuntos muy concretos.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. De hecho, le puedo decir -porque, como le digo, nosotros sí que hemos visto expediente a expediente, hemos hecho el trabajo, no como aquellos que desde el primer día todo estaba perfecto-: en el año dos mil diecisiete, aparte de Presidencia, tuvieron 3.627,58 euros de Sanidad, y en el año dos mil diecinueve, aparte de Presidencia, tuvieron 9.680 de Agricultura y Ganadería. Pero lo que yo le pregunto es: ¿a ustedes nunca les pareció una anomalía, una discriminación, el hecho de que todos los medios de comunicación, excepto los digitales, pudieran acudir a la publicidad de las distintas Consejerías, y en el caso de los digitales se hiciera solo desde Presidencia y, de manera muy excepcional, como le acabo de referir, se hiciera desde las otras Consejerías?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Bueno, es un sistema que está establecido, pero no te excluye de que no puedas acceder a ninguna campaña. Lo que está haciendo la Dirección de... de Comunicación es canalizar las campañas de las diferentes Consejerías.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Y por qué solo así para los medios digitales? Es decir, ¿cuál es la razón de que solo se produzca de esta manera para los medios digitales?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No lo sé, habría que preguntárselo a ellos. Imagino que será una cuestión a nivel organizativo o una cuestión de ellos más interna. Yo no lo sé. Yo lo que sí que sé es que el... el medio nuestro en cuestión no está vetado en ninguna Consejería, tenemos campañas de todas las Consejerías posibles, canalizadas a través de la Dirección de Comunicación.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, pero le reitero que esto es algo que ocurre solo con los medios digitales. ¿Y sabe cuál es el problema de lo que yo le hablaba al principio, que no he querido abundar mucho en ello? Y es que cuando ha tenido la... cuando quien ha tenido la responsabilidad política de gestionar viene y desde el primer día dice que todo estaba bien, a la luz de los... los datos, de las cifras, de cuestiones estrictamente objetivas, aquí hay un desmadre de muchísimo cuidado, que, claro, que si quien tenía que dar explicaciones viniera y las diera claramente, no pondría a los pies de los caballos a los medios de comunicación. Pero, bueno, yo creo que al final es una estrategia en la que han intentado ensuciarlo todo para diluir su responsabilidad política. Esto es algo a lo que ya estamos acostumbrados aquí. También le digo: para el Partido Socialista está claro que la responsabilidad es única y exclusivamente de quien ha gestionado.

Le digo por aquello de quien hoy es vicepresidente de la Comunidad, que hablaba de que no hay libertad de prensa e intentar parecer que uno puede influir. Para influir tiene que haber otro que se deje influir. Nosotros consideramos que no ha sido así, pero, desde luego, que la gestión ha sido desastrosa y nunca basada en los criterios de eficiencia y de eficacia, como debería de presidir la gestión del dinero público.

Yo sigo con el tema de los digitales, porque claramente hay una peculiaridad que nos encantaría que fueran capaces de explicarnos y que nos dijeran si es que los medios digitales no son un medio válido o eficaz para trasladar tanto las campañas de información en sentido estricto, como podría ser una campaña sanitaria -vacunación de la gripe... lo estamos viviendo ahora de manera terrible con toda esta pandemia-. ¿Los medios digitales no son medios eficaces y eficientes para trasladar este tipo de información?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Por supuesto que sí.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Entonces, ¿cuál es el motivo por el que todo iba directamente a Presidencia, aun teniendo capacidad de impacto de audiencia, de capilaridad, de penetración? ¿Cuál era el motivo de tener un sistema en el que solo el 8,87 % iba a los medios digitales? ¿Por qué se canalizaba todo a través de Presidencia y por qué solo con carácter excepcional, directamente, se hacían campañas a través de Consejerías?

**EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):**

Yo el por qué tienen ese sistema lo desconozco, porque no estoy dentro de ellos. Solo le reitero que los medios digitales, en los últimos dos años, hemos experimentado un crecimiento exponencial de audiencia, que está... que es constatable y que puede acudir a todos los registros de consumo de información, donde se constata que somos un vehículo en... en alza para transmitir y trasladar la información.

Y por lo que me consta y lo que sé, estamos en el inicio del año y es muy pronto, pero yo creo que la actual Dirección de Comunicación de la Junta sí es sensible a ese cambio y a ese nuevo, por decirlo de alguna manera, a ese... a esa mayor implantación y mayor impulso de los medios digitales.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Usted considera que sería una garantía para todos, para los medios, para los vecinos y vecinas de Castilla y León y para las instituciones de Castilla y León, que la Ley de Publicidad Institucional de Castilla y León recogiera de manera clara cuáles son los criterios objetivos por los que se reparte la publicidad institucional en nuestra Comunidad?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

No me sé de memoria la ley actual, pero interpreto que las leyes están para ir las modificando y adaptándolo a los nuevos tiempos, y es evidente que los nuevos tiempos digitales necesitan una revisión.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pues esperemos que así sea, que le hayan oído y que el miércoles admitan que se pueda tramitar en esta Cámara la necesaria modificación de la Ley de Publicidad Institucional. Esta es la segunda vez que el Partido Socialista la trae porque es público y notorio y es evidente que esta ley necesita ser mejorada para dar garantías, para dar certezas y para que no se vuelvan a producir cosas como las que estamos viendo en esta Comisión de Investigación.

No sé si es una indiscreción, si tiene el dato así de memoria. Más o menos, ¿qué audiencia tiene su medio? ¿A cuántos vecinos y vecinas de Castilla y León puede llegar?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Nuestro medio ha publicado... -no es ninguna indiscreción, lo hemos publicado creo que el mes pasado-, nuestro medio ha tenido en... perdón, nuestro medio ha tenido en dos mil veinte una audiencia -que, como digo, lo hemos publicado a finales de enero, lo publicamos todos los años-, hemos tenido una audiencia de 31.283.817 usuarios únicos.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Y, más o menos, diarios, mensuales? Por saber, cada día, de media, ¿a cuántos vecinos pueden llegar?

**EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):**

Tendríamos que sacar la calculadora. Pero tampoco es un dato muy claro, porque las audiencias fluctúan bastante en función de la actividad del día. Los medios digitales tenemos la gran ventaja de poder ser utilizados desde un ordenador fijo, un ordenador portátil, una tableta, un teléfono, y, en función de cómo fluctúe la actualidad del día, pues el pico de audiencia se mueve de un lado hacia otro.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Se lo diré de otra manera. ¿A usted le parece proporcional, en el año dos mil diecinueve, en el tiempo de la máxima regeneración –estamos situados ya, no... no en antaño, cuando todo era gris y oscuro, del Partido Popular, sino ahora, con el gris y oscuro, pero con la máxima regeneración encima–, le parece proporcional 130.000 euros... (en el entorno, por no decir la cantidad exacta) 130.000 euros a su medio, con un bloque de publicidad institucional en el entorno de los 15 millones de euros? ¿Le parece que eso se corresponde a la penetración que tiene su medio?

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Todos queremos más.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro. Yo es que echo las cuentas, y echamos los tantos por ciento, y es que, si hubiera criterios objetivos, si esto se basara en el OJD, si esto se basara en las audiencias, en los impactos, en la capilaridad del medio, pues es que las cuentas no salen. Claro, cuando uno reparte 15 millones y ve a cuántos puede llegar cada uno –también hay que tener en cuenta otras cuestiones, y las tenemos, como es el coste de producción, etcétera, etcétera–, es que las cuentas no salen.

Y este es el problema; este es el problema de todo lo que aquí venimos analizando. Y es que no hay criterios objetivos: la ley no los establece, las directrices solo dicen quién puede contratar con la Administración. Hemos buscado en toda la documentación. Han aparecido cosas tan curiosas como que algunas Consejerías, aparte de guardar ese papel que le decía, donde de manera predeterminada al principio del año ya se decía lo que iba a cobrar cada uno, pero también se clasificaba a los medios por la audiencia, tenían sus propias clasificaciones, pero luego es que no coincidía con la cantidad que se repartía.

Es decir, mucha oscuridad sobre un proceso de gestión de dinero público, donde ni la eficacia, que es buscar la mejor relación posible entre los recursos empleados y los resultados obtenidos –por eso le decía que si le parecía que, para la audiencia que ustedes tenían, 130.000 euros sobre 15 millones tenía una relación de eficiencia–, ni de eficacia, que es la consecución del objetivo o meta de manera satisfactoria, que es llegar, por una parte, en las campañas de traslado de información, al mayor número posible de vecinos y vecinas de Castilla y León, o en las de promoción de nuestra tierra, que es, al final, utilizar ese dinero público para darle la mayor dimensión posible. Es que no nos cuadra ni con la eficiencia, ni con la eficacia, ni con el OJD, ni con lo otro. Es que no hay una manera racional de organizar cómo se ha repartido esto.

Y por eso nosotros volvemos a insistir en que es necesario que la ley ponga negro sobre blanco cuáles son esos criterios, para que todos sepamos a qué



atenernos, todos sepamos cómo se utilizan los dineros públicos. Esto es algo que tenemos muy próximo, porque el miércoles todos nos vamos a tener que retratar, y estarán los que intenten convencer de que si es pronto, si la Comisión no ha acabado o ha dejado de acabar, pero es que las conclusiones están. Nadie sabe a día de hoy, y fíjese que ya ha pasado gente por aquí, cómo se repartía.

Y le decía el Partido Popular al principio que ellos no... en una Comisión de Investigación de Medios no quería que vinieran los medios. Pues no sé a quién íbamos a citar. Nosotros hemos querido, y veíamos necesario, escucharles a todos y a cada uno de ustedes y hacerlo hasta el final. Lo que no se puede hacer es señalar solo a unos pocos. Es decir, hacer una lista de solo algunos, porque eso nos parecía absolutamente injusto el intentar poner el foco en algunos medios. No. Si se ha abierto una Comisión de Investigación hay que escuchar a todos y a cada uno de los medios, saber lo que tenían que aportar.

Desde luego que su comparecencia nos parece muy interesante en la medida que usted dice que había criterios de audiencias, de impactos, de capilaridad del medio. A nosotros no nos cuadra eso con las cifras. Nos gustaría que en algún momento, eso sería como descubrir el tesoro de esta Comisión, dónde están esos criterios objetivos, de los que se oye hablar pero nunca nadie ha visto ni sabe cómo se han ejecutado.

Y... y el resumen final -y con esto ya acabo- es que el dinero público se utilice para el fin que tiene encomendado, que es servir a los vecinos y vecinas de... de Castilla y León.

Muchas gracias por su comparecencia. Muchas gracias por todas sus respuestas. Y seguiremos trabajando porque en Castilla y León haya un sistema de publicidad institucional que no tenga tantas sombras como tiene el actualmente vigente. Muchas gracias.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Muchas gracias a usted.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Para finalizar, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, el señor compareciente.

EL SEÑOR CARRERAS ÁLVAREZ (DIRECTIVO DE TRIBUNA):

Bueno, yo solamente les quería dar las gracias por haberme permitido estar aquí. Espero que mis respuestas y mi intervención les haya servido para su trabajo final. Muchas gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Para finalizar, dar las gracias al señor compareciente por su comparecencia hoy en esta Comisión de Investigación.

Y, no habiendo más asuntos que tratar, levantamos la sesión.

[Se levanta la sesión a las trece horas veinticinco minutos].