



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 5 de noviembre de 2020, en Valladolid

ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de D. Alejandro Salgado Losada (Director de Comunicación de la Junta de Castilla y León hasta 2019).

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las once horas diez minutos.	8657
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.	8657
Primer punto del orden del día. Comparecencia.	
El letrado, Sr. Matia Portilla, da lectura al primer punto del orden del día.	8657
Intervención del compareciente, Sr. Salgado Losada, director de Comunicación de la Junta de Castilla y León hasta 2019, para informar a la Comisión.	8657
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	8659
Intervenciones del procurador Sr. Fernández Santos (Grupo Mixto) y del director de Comunicación de la Junta hasta 2019, Sr. Salgado Losada.	8659

Páginas

Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del director de Comunicación de la Junta hasta 2019, Sr. Salgado Losada.	8669
Intervenciones del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular) y del director de Comunicación de la Junta hasta 2019, Sr. Salgado Losada.	8679
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del director de Comunicación de la Junta hasta 2019, Sr. Salgado Losada.	8686
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	8697
Se levanta la sesión a las trece horas veinticinco minutos.	8697



[Se inicia la sesión a las once horas diez minutos].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Se abre la sesión. Antes de comenzar, recuerdo a los señores procuradores y a los asistentes a esta Comisión 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 el señor letrado se dará lectura del orden del día.

Comparecencia

EL LETRADO (SEÑOR MATIA PORTILLA):

Primer punto del orden del día: **Comparecencia del señor don Alejandro Salgado Losada (Director de Comunicación de la Junta de Castilla y León hasta dos mil diecinueve).**

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Doy la bienvenida al señor compareciente a esta Comisión de Investigación, confiando en que las informaciones que pueda proporcionarnos sean útiles para el desarrollo de la labor que tiene encomendada. ¿Desea el señor compareciente hacer una exposición inicial sobre los extremos que sirven de objeto a su comparecencia, por un tiempo máximo de diez minutos? Muy bien. Pues tiene un tiempo máximo de diez minutos.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Buenos días, presidenta. Señorías. Don Edmundo. Deseo hacer uso de esta intervención inicial para enmarcar y contextualizar mi responsabilidad pública en relación con la gestión de la publicidad institucional de la Junta de Castilla y León no solamente en el período que analiza esta Comisión parlamentaria, sino desde mi llegada a la Administración autonómica.

Mi nombramiento y toma de posesión como director general de la Oficina del Portavoz y Relaciones con los Medios se hicieron efectivos en el mes de julio del año dos mil once. El Decreto 32/2011, de siete de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, disponía en su Artículo 2 que entre sus órganos directivos centrales se hallaba la Dirección General de la Oficina del Portavoz y Relaciones con los Medios; y en el Artículo 7 del citado decreto, el siguiente detalle que les leo: "Además de las competencias previstas en el artículo 40 de la Ley 3/2001, de tres de julio, del Gobierno y de la Administración de la Comunidad de Castilla y León, corresponden a la Dirección General de la Oficina del Portavoz y Relaciones con los medios las siguientes atribuciones: Asistencia al Portavoz de la Junta de Castilla y León. Coordinación de la sala virtual de prensa. Elaboración de los comunicados y difusión de informaciones derivados de la actividad de la Junta de Castilla y León. Coordinación de las relaciones informativas de la Administración de la Comunidad con los medios de comunicación. Gestión de los medios



técnicos en relación con los servicios informativos de la Administración de la Comunidad. Dirección y coordinación de los responsables de prensa de las Consejerías y las Delegaciones Territoriales de la Junta de Castilla y León. Cualquier otra que le sea legalmente atribuida, delegada o se desconcentre en ella”.

Finalizada esa legislatura, y ante un nuevo Ejecutivo presidido por el presidente Herrera, y recibida nuevamente la confianza del consejero de la Presidencia, José Antonio de Santiago-Juárez, para continuar con esa responsabilidad como alto cargo en la legislatura que abarca precisamente los años que ocupa esta Comisión, del año dos mil quince a dos mil diecinueve, les recuerdo el Decreto 40/2015, de veintitrés de julio, por el que también se establecía la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, y, en concreto, la literalidad de su Artículo 9: “Además de las competencias previstas en el artículo 40 de la Ley 3/2001, de tres de julio, del Gobierno y de la Administración de la Comunidad de Castilla y León, corresponden a la Dirección de Comunicación, cuyo titular tendrá rango de Secretario General, las siguientes atribuciones: La coordinación de las relaciones informativas de la Junta de Castilla y León con los medios de comunicación. La asistencia al Portavoz de la Junta de Castilla y León. La elaboración de los comunicados y difusión de informaciones derivados de la actividad de la Junta de Castilla y León. La coordinación de la sala virtual de prensa. La gestión de los medios técnicos en relación con los servicios informativos de la Administración de la Comunidad. La dirección y coordinación de los responsables de prensa de la Junta de Castilla y León. La gestión y coordinación de los perfiles en redes sociales de la Junta de Castilla y León, así como de la Administración de la Comunidad y de sus entes adscritos. El establecimiento de medidas para la homogeneización de la imagen institucional de la Junta de Castilla y León y de la Administración de la Comunidad de Castilla y León, así como de sus marcas, y el control de su aplicación. Finalmente, cualquier otra que se le atribuya, desconcentre, delegue o encomiende”.

Mi cese como director de Comunicación fue aprobado en Consejo de Gobierno, a propuesta del actual consejero de la Presidencia. Y el Acuerdo 49/2019, de veinticinco de julio, fue publicado en el Boletín Oficial de Castilla y León al día siguiente.

Señorías, durante mi responsabilidad como alto cargo, en ningún momento gestioné o decidí contrataciones de publicidad institucional. Mi intervención y colaboración, con carácter transversal para toda la Junta de Castilla y León, relacionada con este ámbito fue asumir, como acabo de indicarles, la competencia de velar por la identidad institucional del Gobierno Autonómico, esto es, velar por el cumplimiento de los aspectos formales de cuantos soportes, bien publicitarios, bien de otra índole, reflejaran e incorporasen la imagen de la Junta de Castilla y León y sus marcas.

Durante mi período como alto cargo dedicado a estas materias, siempre tuve claro que, junto con mi equipo, debía contribuir a realizar una comunicación institucional profesional, orientada a facilitar el trabajo de, precisamente, los profesionales de la información, modernizando y abriendo a la ciudadanía la información institucional, con una clara finalidad de servicio público, y acompañado por un equipo de personas que, con entrega, talento y profesionalidad mayúscula, formaron parte de mi centro directivo.

Dado que esta es la primera comparecencia e intervención que realizo en estas Cortes, pese a haber sido alto cargo durante las dos legislaturas que les acabo de citar, permítanme que agradezca públicamente la confianza que tuvieron



en mí, pues desde la primera persona que creyó que yo podía ser un buen candidato para esta responsabilidad al vicepresidente y consejero José Antonio de Santiago-Juárez, a mis compañeros, especialmente de la Consejería de la Presidencia; y tampoco quiero olvidarme en esta relación del presidente Herrera, especialmente por las últimas semanas de trabajo conjunto.

Hoy comparezco en esta Comisión por su petición expresa, y asisto a ella convencido de que de ustedes depende recabar la información, las experiencias y las sugerencias para que nuestra Comunidad –y digo bien, nuestra Comunidad–, y no solamente su Gobierno autonómico, continúe avanzando en el camino iniciado en una gestión pública de la publicidad institucional transparente, eficaz, eficiente, acorde a los imparable avances y las nuevas posibilidades comunicativas que todos tenemos a nuestro alcance, como ciudadanos, como personas y también como gestores.

Muchas gracias, presidenta, por este tiempo. Y quedo a su disposición.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señor Salgado. Para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, se procede a la apertura de un turno de los portavoces de los distintos grupos parlamentarios. Durante las intervenciones se podrán formular preguntas, que serán contestadas, en su caso, por el compareciente. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario Mixto, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, el procurador don Pablo Fernández.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Sí. Muchas gracias, presidenta. Gracias al señor compareciente, que yo no sé si ha comenzado su alocución poniéndose la venda antes de la herida. Usted ha desgranado las funciones que... que le correspondían –me ha ahorrado mi primera pregunta–, pero ha hecho una reflexión que yo comparto a medias. Usted ha acabado su intervención diciendo que depende de nosotros el hecho de que se pueda mejorar en la publicidad institucional a futuro. Bueno, depende de nosotros y depende de ustedes, de lo que ustedes nos respondan, de que ustedes nos respondan con la verdad y de que ustedes nos cuenten de forma fehaciente y veraz todos los asuntos y todas las materias relacionadas con su cometido.

¿Qué relación tenía usted con el vicepresidente de la Junta de Castilla y León en las dos anteriores legislaturas, con el señor De Santiago-Juárez? ¿Tenían una relación estrecha, comentaban el tema de la publicidad institucional y de relaciones de los medios de comunicación con frecuencia? ¿Qué tipo de... qué relación, qué contacto tenía con... con el señor De Santiago-Juárez?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Gracias, señor Fernández. Le respondo a las dos cuestiones, primero a esa valoración o consideración que hacía, y luego a su pregunta. Efectivamente, me reitero en mi determinación de estar aquí y colaborar al máximo con ustedes. Ustedes disponen de información solicitada a la Junta de Castilla y León sobre ese período. Entiendo que, como Comisión, cuando finalicen su trabajo elaborarán unas conclusiones. Ustedes son el Poder Legislativo, ustedes pueden emprender medidas que sean de mayor eficacia, de mayor eficiencia, de mayor transparencia. E insisto en



que, como Parlamento autonómico, y, ojo, en tanto que esta Comisión se ha circunscrito a la Junta de Castilla y León, a su publicidad institucional, en un período, pues yo les animaría a que pensarán en el colectivo de la Comunidad y a que el resto de Administraciones públicas de nuestra Comunidad siguieran esa... esa senda.

Mi relación con José Antonio de Santiago-Juárez como vicepresidente y consejero de la Presidencia, pues es directa: mi jefe directo, interlocución directa, diaria. Ahora bien, yo no era el responsable, como les he relatado, de la gestión de la publicidad institucional, y desconocía pues... no sé si usted me preguntaba por pormenores, o no. [Murmulló]. No.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Muchas... muchas gracias. Le quiero hacer una... una precisión, porque usted no es un neófito en estas lides. Efectivamente, ha estado varios años de alto cargo en la Junta de Castilla y León, y al menos ha pasado una legislatura en la cual se conformó una Comisión de Investigación. Como bien usted sabrá, en esta Comisión de Investigación finalmente se elaborará un informe y un dictamen, pero será el informe y el dictamen que quieran Partido Popular y Ciudadanos. Porque, como bien sabe, en las Comisiones de Investigación el Ejecutivo, el Gobierno, el Partido Popular y Ciudadanos, son un rodillo, y lo que digamos el resto de grupos poco importará, y las... las conclusiones serán las que de antemano prefijen y dictaminen el Partido Popular y Ciudadanos. Así que ya ve... con usted coincido, pero muy en parte, porque estas Comisiones de Investigación, lamentablemente, por la actitud del Partido Popular y de Ciudadanos, no sirven absolutamente de nada.

¿En sus relaciones con... con el señor De Santiago-Juárez, y por ende también incardinadas en el aspecto esencial de su cometido, qué trato tenía usted con los distintos directores de los medios de comunicación de Castilla y León?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Pues las relacionadas con las cuestiones que les acabo de... de relatar, de decir: las que me afectaban, que era la gestión informativa diaria de la Junta de Castilla y León, que les aseguro que es ingente, ingente; no de cuestiones de contratación publicitaria.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

¿A usted ni siquiera... ni siquiera le consta cuál era la forma en la que se establecía y prefijaba la publicidad institucional y cómo se hacía el reparto de la publicidad institucional a los distintos medios de comunicación? Siendo usted el director de Comunicación de la Junta, ni siquiera sabía eso, ni siquiera le llegaba esa información, ni siquiera tenía conocimiento de algo que es absolutamente esencial e importante, que es cómo se reparte la publicidad institucional a los distintos medios de comunicación y en base a qué criterios. ¿Usted no tenía tampoco conocimiento de ese particular?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Yo no he tenido conocimiento de cómo se gestionaba o se podía decidir cualquiera de las acciones que tuviera que ver con ello. Antes de mi paso por esta



Comisión han tenido ustedes a los secretarios generales de las respectivas Consejerías, que eran, a fin de cuentas, centros directivos responsables de las contrataciones que pudieran hacerse. No.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

En esta Comisión llevamos ya unas semanas buscando desesperadamente cuál era ese criterio y en base a qué documento, en base a qué acta, el consejero de Presidencia, el señor De Santiago-Juárez, daba la instrucción y la orden al resto de Consejerías para distribuir la publicidad institucional, las cuantías de la misma y en qué criterios se iba a hacer ese reparto. Ninguno de los secretarios generales que ha comparecido hasta ahora nos ha podido aportar esa información, a ninguno le consta, ninguno lo sabe, todos se remiten a la Consejería de Presidencia. Ya que usted tenía una relación tan estrecha -de hecho, era la mano derecha en estas cuestiones, del consejero de Presidencia-, ¿usted tampoco conoce cuál era ese documento, o en base a... a qué criterio se establecía ese reparto de la publicidad institucional en las distintas Consejerías?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Señor Fernández, quiero aclararle que yo... si quiere llamarme mano derecha, lo que quiera, pero no para estas cuestiones. Miren, hay distintos modelos del reparto de atribuciones y competencias en las Administraciones públicas: en algunos casos se concentra en la Dirección de Comunicación la gestión y la responsabilidad de todo lo que yo les acabo de relatar, y a ello se suma la gestión de la publicidad institucional. Yo le reitero que en el modelo en el que yo he estado en dos legislaturas como alto cargo estaban separadas esas cuestiones.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Fíjese, esto es una... una reflexión mía, ¿eh?, basada en la experiencia personal que tengo ya, después de unos años en estas Cortes y ya varias Comisiones de Investigación: podían ustedes componer una canción, componer el *blues* del "No me consta"; porque estoy seguro que sería el *hit* de las Navidades y del verano. El *blues* de "No me consta", la canción de "yo no me enteraba de nada, yo no sabía, yo pasé por allí, pero no sé lo que ocurrió" es lo que están diciendo absolutamente todos los comparecientes. Así que, fíjese, de esta... de esta Comisión, creo que lo único que podemos sacar es eso, que ustedes hagan la canción del *blues* del "No me consta". Porque, de verdad, es increíble que nadie se entere de lo que sucedía a su alrededor, cuando estaban desempeñando funciones estratégicas, como es en este caso la suya.

Voy a cambiar la pregunta, y ya no le voy a preguntar por información directa. ¿Considera usted, como alto cargo que era, que la forma en la que se troceaban los contratos en las distintas Consejerías en cuanto a publicidad institucional y los contratos que se realizaban con determinadas agencias de comunicación o determinados medios de comunicación... considera usted que, troceando los contratos en las distintas Consejerías, eso pasaría los estándares actuales de la ley de contratación y de las normas de contratación?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Muchas gracias por la alta consideración, señor Fernández, que usted tiene hacia mi control y conocimiento de la Ley de Contratos del Sector Público, que



desconozco, ¿vale?, si me lo permite. Desconozco las gestiones y las contrataciones que hacía cada centro directivo en materia de publicidad institucional y en otras materias; es que no era mi competencia, es que no tenía por qué conocerlo, ni directa ni indirectamente. Y no es cuestión de quién pone la letra y quién pone la música. Yo le reitero que yo vengo aquí a responderle con total honestidad y sinceridad.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Vamos a... a ver si reconducimos la... la comparecencia y me puede responder a algo. Vamos a ver si en esta hay más suerte. Yo soy optimista, y creo que sí. ¿Le consta a usted, es consciente, ha tenido información, ha visto, ha escuchado, en definitiva, le consta a usted que el anterior consejero de Presidencia insinuase a directores de medios de comunicación posibles recortes en la publicidad institucional si no trataban de forma adecuada o no trataban bien a la Junta de Castilla y León?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Mire, en cierta ocasión yo le escuché a él decir una frase, sentado en la mesa como portavoz del Consejo de Gobierno, que era establecer la diferencia entre el “no me consta” y “me consta que no”. Yo lo que le aseguro es que, en ocho años de responsable como director de Comunicación, de la Dirección de Comunicación, ya no solo él –es que voy ya por delante de su pregunta–, ni yo tampoco me dirigí jamás a un medio de comunicación de manera amenazante, directa o indirectamente, velada o no veladamente.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Hoy estamos ante una comparecencia curiosa, señor compareciente, y fijese por qué: porque me da a mí que usted ha estado ocho años de director de Comunicación de la Junta y voy a saber yo más que usted en esas lides. Le haré la pregunta: ¿le consta a usted que en alguna ocasión usted mismo o el antiguo consejero de la Presidencia pidiese a determinados periodistas o a medios de comunicación que no publicasen determinadas informaciones sobre hechos acaecidos, por ejemplo, en el Pleno de las Cortes?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Si a usted le consta... Yo no tengo constancia. Yo no tengo constancia. Él va a comparecer, si no me equivoco, tendrá ocasión de preguntarle directamente a él. A mí no me consta. Pero le reitero, porque es importante en la línea argumental que está siguiendo: yo tampoco, en ocho años, recibí indicación expresa de que así se hiciera.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Voy a ser más preciso, porque la memoria es quebradiza y puede llegar a ser frágil. La pasada legislatura hubo un Pleno que todos los periodistas que cubren la actividad de las Cortes de Castilla y León estoy convencido que todavía recuerdan a día de hoy; un Pleno en el que hubo una... una diatriba, una discusión, un enfrentamiento, y que fue muy llamativo, porque se produjo entre dos miembros del mismo partido –los dos eran del Partido Popular–: una era por entonces la presidenta de las Cortes de Castilla y de León, Silvia Clemente; el otro era el extinto consejero de la



Presidencia y, a la sazón, vicepresidente de la Junta de Castilla y León, el señor De Santiago-Juárez. En ese Pleno hubo un rifirrafe, con palabras gruesas, y yo creo que incluso se llegaron a... a verter amenazas. Después de ese incidente, en el cual yo casi tuve que mediar -bueno, sin casi; tuve que mediar-, a mí me llegó información directa de que se pidió por parte de la Junta de Castilla y León a los periodistas que cubrieron ese Pleno, y que escucharon por el micro lo que decía tanto Silvia Clemente como el señor De Santiago-Juárez, me llegó por varias vías, fidedignas, que se pidió por parte de la Junta de Castilla y León... -y yo me imagino que tuvo que ser usted, porque si usted era el máximo responsable en esas lides, pues tuvo que ser usted- me llegó que se pidió a los distintos medios de comunicación y a los periodistas que habían cubierto ese Pleno que no se... que no se reflejase, que no se recogiese, esa información en los medios de comunicación. ¿A usted le consta eso?, ¿lo recuerda?, ¿lo ha olvidado?, ¿no le consta?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Señor Fernández, vuelvo a responderle lo mismo. Sobre el hecho concreto que usted está relatando, yo no hice ninguna acción en referencia a llamar a medios de comunicación para indicarles que publicaran, que dejaran de publicar, una cosa que había sucedido, se había dicho o no. Y por decirle esto, permítame, no le estoy faltando al respeto ni estoy culebreando en esta comparecencia. Le digo que no lo hice, señor Fernández.

He hecho el uso inicial de la palabra para acotar, para facilitarles a ustedes el desarrollo de esta Comisión, el desarrollo de esta comparecencia.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Bueno, usted acaba de hacer un *excusatio non petita, accusatio manifesta* de manual, déjeme que se lo diga. ¿Usted tenía algún tipo de...? ¿Usted, siendo el director de Comunicación de la Junta de Castilla y León, tenía algún tipo de relación con los directores de los medios de comunicación de Castilla y León?, ¿hablaba con ellos alguna vez?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Señor Fernández, por supuesto, a diario, con directores y con profesionales -con redactores, con gráficos-, pero dentro de mi cometido y dentro de mi responsabilidad.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Y en esas conversaciones -que por fin coincidimos en algo; infiero que eran frecuentes, porque, si no, ya me contará usted a qué se dedicaba-, ¿en algún momento usted condicionó, dio una orden directa o indirecta, hizo un comentario, insinuó un tratamiento favorable de la información a favor de la Junta de Castilla y de León?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

No, señor Fernández. Junto con los profesionales con los que he trabajado en estos años, nos hemos dedicado a gestionar la información derivada de la acción del



Gobierno, a publicar contenidos y a poner a disposición de los medios de comunicación todas las facilidades a nuestro alcance para que cada uno, libremente, informara como considerara o dejara de considerar.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

O sea, que usted me afirma, me asevera y me garantiza que nunca, en los ocho años en los que usted ha sido alto cargo, desde la Junta, ni desde su persona ni desde cualquier otra que le conste, se ha dado ningún tipo de indicación para que los tratamientos de los medios de comunicación en torno a la actividad política de la Junta sea mejor o peor. ¿Es así?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

¿Le parece mentira? Me reafirmo. Sí. Sí, sí, sí.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Pues a lo mejor el que va a tener que escribir una canción voy a ser yo; aparte de la suya del “Blues del no me consta”, voy a escribir el “Rocanrol de no me lo puedo creer”, porque, sinceramente, no lo creo. Yo llevo aquí ya varios años, y es que me consta que los medios de comunicación reciben presiones, y presiones importantes, además.

¿Usted nunca ha tenido conocimiento, por ejemplo, de que el exconsejero de la Presidencia llamase a determinados medios de comunicación, o llamase a determinadas agencias de comunicación, para pedir que cambien el tratamiento de alguna noticia, o para que rectifiquen el sesgo o el enfoque de alguna noticia? Y, si quiere, doy nombres y apellidos, o puedo dar también... puedo decir qué medios de comunicación y qué agencias creo que sí que recibieron ese tipo de presiones.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Señor Fernández, son dos cosas distintas: una cosa es que usted pueda tener comentarios, evidencias, apariciones, lo que usted quiera; pero eso es distinto a que usted me esté preguntando a si yo, como Alejandro Salgado, director de Comunicación durante ocho años, he hecho ciertas cosas. Y sí es frecuente, pero no que lo haya hecho yo o la Junta de Castilla y León, sino sus propios grupos parlamentarios, formaciones políticas -que ustedes también tienen periodistas, ustedes también leen medios de comunicación-, cuando ustedes hacen declaraciones -y ven seguramente los teletipos, o las informaciones que emiten los medios de comunicación-, en alguna ocasión sí que, después de posiblemente alguna de las ruedas de prensa posteriores a un Consejo de Gobierno, yo sí he visto como había declaraciones que no se ajustaban a lo que realmente se había hecho o dicho, y con una llamada, con una gestión, entre compañeros, y con profesionalidad, al compañero que le correspondía, al medio de comunicación, a la agencia de noticias a la que yo llamaba le decía: mira, no ha dicho eso el portavoz del Gobierno; y no porque lo diga yo y esto sea un cara a cara; no, mira, aquí está la grabación, por favor, revísala. Eso es distinto a levantar el teléfono y ejercer presiones.

**EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:**

Señor Salgado, en los ocho años que estuvo al frente de la Dirección de Comunicación de la Junta... bueno, voy a acotar más, en el período del dos mil quince al dos mil diecinueve, en el que yo era portavoz de mi grupo parlamentario, ¿alguna vez yo o cualquier persona de mi grupo parlamentario, de mi equipo, interlocutó con usted, habló con usted?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Le voy a contar una anécdota, le va a gustar. Conmigo directamente, no; con gente de mi equipo, sí. Cuando en la Junta de Castilla y León, dentro de las acciones de comunicación, decidimos poner en marcha las redes sociales institucionales, una de ellas fue el canal de la Junta de Castilla y León en YouTube. Dentro de las acciones que en su momento pusimos en marcha fue... antes de que esta Casa tuviera los recursos audiovisuales y la mediateca que en la actualidad tiene, fue crear en ese canal YouTube una lista, una lista de reproducción específica, sobre la actividad del Gobierno cuando viene aquí a cada Pleno a responder a sus preguntas orales. *[Murmillos]*. No, no. Pero es que le voy a contar una cosa que a usted le gustará saber. Y queda tiempo, queda tiempo; y estoy encantado de, aunque se acabe, seguir hablando con usted. *[Murmillos]*. Todas las preguntas orales que todos ustedes han formulado desde que se creó ese canal hace años están ahí publicadas, de principio a fin, sin editar.

Una curiosa anécdota fue que alguien de su equipo sí llamó a la Dirección de Comunicación de la Junta de Castilla y León un martes por la tarde para preguntarnos por qué tardábamos tanto en subir los videos de las preguntas orales al canal YouTube de la Junta de Castilla y León. Porque estaban ansiosos de poder coger su fragmento -no la totalidad, sino su fragmento- para luego convertirlo en... -iba a utilizar la palabra sketch; no- en una promoción comunicativa suya en redes sociales. *[Murmillos]*. Sí, sí. Sí, sí. Pues, fíjese, hasta a su servicio hemos estado. Y han sido ustedes los que en alguna ocasión han llamado a la Dirección de Comunicación.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Pero ¿usted me está vacilando? *[Murmillos]*. ¿Usted me está vacilando en serio? O sea, ¿me quiere... me quiere decir que el hecho de gente de mi equipo se haya puesto en contacto con la Dirección de Comunicación de la Junta para pedirles que por favor se diesen prisa y acelerasen en subir los videos de las intervenciones eso es ejercer presiones? Pero ¿usted me está vacilando? O sea, ¿usted me está vacilando? O sea, ¿usted, que sabe que en esta Comunidad se presiona constantemente a los medios de comunicación, usted, que es consciente de que en esta Comunidad se utiliza el poder institucional para manejar información, usted, que es que... plenamente consciente de que en esta Comunidad Autónoma se maneja a los medios de comunicación en función de la publicidad institucional y otras presiones políticas para que aparezcan determinadas informaciones que favorezcan al Gobierno, me está queriendo decir que nosotros hemos presionado por pedirles que tarden poco tiempo en subir un video? Pero ¿usted me está vacilando? Pero usted... pero ¿usted qué se piensa? Pero ¿qué es esto? Pero ¿qué es esto? Pero ¿qué es esto?



Le voy a cambiar la pregunta: ¿usted ha recibido presiones de algún partido político o de algún organismo político en toda su trayectoria profesional, aparte de pedirles que tengan... que se den prisa en subir un video?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Cálmese, señor Fernández. Cálmese. Yo no le estoy tomando el pelo. Usted... *[Murmillos]*. No, no, no. No, no, ni a usted, ni a nadie, ni a la profesión; ni a la profesión periodística, ni a los medios de comunicación de esta Comunidad.

Usted, que tiene una memoria prodigiosa y un verbo fácil, y unos dedos ágiles para tuitear, recordará que en ciertas ocasiones, y una reciente... *[Murmillos]*. No, no, balbucee lo que quiera, balbucee lo que quiera. Usted no hace mucho tuiteó que el actual presidente de la Junta de Castilla y León... *[Murmillos]*. No, no, no, no. Déjeme acabar, déjeme acabar. *[Murmillos]*. Usted me ha acusado a mí de que yo le estoy vacilando. *[Murmillos]*. Yo le respondo. *[Murmillos]*. Yo le respondo. *[Murmillos]*. Yo le respondo...

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández... *[Murmillos]*. Señor Fernández...

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Claro que sí. *[Murmillos]*.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández... *[Murmillos]*. Señor Fernández...

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Mire. Mire, yo le respondo... *[murmillos]*

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Un momento, por favor.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

... y con ejemplos. *[Murmillos]*.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Salgado. Señor Salgado, un momento. Señor Fernández, aquí la autoridad soy yo, no es usted. *[Murmillos]*. No es usted. *[Murmillos]*. No es la autoridad, lo siento mucho. *[Murmillos]*. Está gastando su tiempo. *[Murmillos]*. ¿Quiere continuar gastando su tiempo, o quiere hacer preguntas constructivas? *[Murmillos]*. Podrá



contestar lo que él estime oportuno, ¿o tiene que decidir usted las...? [Murmullos]. ¿Le estoy diciendo yo a usted lo que tiene que preguntar también? No. [Murmullos]. Está preguntando lo que quiere, pues él contesta lo que quiere. Continúe.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Discúlpeme si le estoy respondiendo con ejemplos o con cuestiones que le soliviantan, ¿vale? Usted me estaba preguntando si presionábamos a los medios. Yo le estaba ahora recordando, antes de esta breve interrupción, que usted no hace mucho cuestionaba la independencia de los medios de comunicación de la Comunidad porque, ante un asunto judicial que concierne al Partido Popular, usted no lo veía reflejado en los medios de comunicación. ¿Es así? ¿Lo recuerda? [Murmullos]. Sí, sí. Y yo comparezco, y le respondo. Dígame, dígame, si su formación política, porque es que yo no lo he encontrado... Todos podemos ahora mismo, en un buscador en Internet, introducir una serie de palabras clave, como pueda ser Podemos, denuncia, Pedro Armestre, fotoperiodista gallego, reputadísimo y reconocido en la profesión y en la comunicación. ¿Usted vio en algún medio de comunicación una noticia surgida a finales de octubre de dos mil dieciocho en relación con la denuncia que este fotoperiodista interpuso contra Podemos porque ustedes habían utilizado imágenes suyas y su trabajo para una campaña que ustedes difundieron en redes sociales en relación con las condiciones de los brigadistas?

Posteriormente, en abril de dos mil diecinueve, hubo sentencia del Juzgado de lo Mercantil número 7 de Madrid condenándoles a ustedes a pagar 64.000 euros a este profesional por hacer uso sin su consentimiento del trabajo. Yo he encontrado esa noticia en medios de comunicación nacionales; no he podido encontrarla en medios de comunicación de Castilla y León. ¿Casualidades? ¿Ustedes también llaman a los medios para que, cuando hay alguna información que les perjudica, no sea publicada?

Señor Fernández, cierro. Y lamento que, según el hilo argumental que usted está desarrollando, no esté viendo satisfecha mi comparecencia o mis respuestas a sus exposiciones. Yo le reitero que no ha habido por mi parte ninguna presión a ningún medio de comunicación; yo no me he sentido presionado por ningún partido, formación, como usted ahora me preguntaba. Y, de verdad, es que esto es lo que le digo. Discúlpeme... [Murmullos]. Sí, sí, lo voy a apagar cuando termine de hablar, como compareciente. Discúlpeme si he tenido que elevar el tono, pero le he querido responder también con ejemplos.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Sí. Gracias. Mire, señor Salgado, no solamente no estoy soliviantado, estoy encantado de que usted haya sido tan torpe, porque su comparecencia es el ejemplo paradigmático de lo que sirven estas Comisiones de Investigación, controladas por el Partido Popular y por Ciudadanos. Aquí el que pregunta soy yo y el que responde es usted; pero usted, que ha sido ocho años alto cargo de la Junta de Castilla y León, ha venido con una actitud chulesca a preguntar a los partidos políticos que estamos ejerciendo la oposición. Usted ha venido aquí a desviar la atención de lo que ha hecho la Junta de Castilla y León durante ocho años. Usted ha venido aquí no a ejercer como compareciente, sino a ejercer como político de un partido político.



Y entonces eso lo que me hace es congratularme, porque su torpeza, su torpeza, señor Salgado, lo que pone de manifiesto es que esta Comunidad Autónoma es la antítesis de la transparencia, es que... perdón, este Gobierno... -que yo creo que, aunque gobierne, no representa a la Comunidad Autónoma- que este Gobierno es la antítesis de la transparencia, y que el Partido Popular y Ciudadanos campan a sus anchas, con actitudes chulescas como la de usted, que se permite venir aquí como compareciente y ponerse a hacer preguntas a los partidos que le estamos formulando las preguntas a usted. Es el ejemplo palmario de lo que es el Partido Popular y Ciudadanos. Usted es el ejemplo perfecto de lo que es la Junta de Castilla y León: los que se creen que son los dueños del cortijo, los que se creen que son los dueños de la Comunidad Autónoma y los que creen que pueden venir aquí a hacer lo que les dé la real gana.

Pues le agradezco que todo el mundo haya podido ver su intervención. Y, desde luego, con gente como usted, estas Comisiones de Investigación valen para eso, para poner de manifiesto la vergüenza del Partido Popular y de Ciudadanos y de gente como usted, que ha ocupado ocho años un alto... un alto cargo y que viene aquí a decir que no sabe nada, no le consta nada, más que lo que hacen otros partidos políticos que no son los suyos. Es verdaderamente bochornosa su comparecencia, pero yo se la agradezco.

Y, como corolario, y también cierre de mi pregunta-reflexión, le... le vuelvo a preguntar: ¿usted en algún momento o en alguna ocasión ha sugerido a algún medio de comunicación o a algún director de algún medio de comunicación que cambiase el tratamiento de las noticias o del enfoque que había dado no porque haya sido más o menos ajustado a la realidad, sino porque convenía o no convenía a la Junta de Castilla y de León?

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández, se le... se le ha terminado el tiempo.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

No obstante, le respondo: no, señor Fernández.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señor...

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Bueno, es mi cierre, ¿no?

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Sí. Un cierre breve.

EL SEÑOR FERNÁNDEZ SANTOS:

Queda usted como el candidato del año al *blues* del "No me consta", y creo que su comparecencia pasará a la historia de la infamia de las Comisiones de Investigación de esta Comunidad; y fíjese que ya hemos tenido que soportar unas cuantas. Muchas gracias.



**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Gracias nuevamente, señor Fernández.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. En segundo lugar, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña... doña Alba Bermejo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchas gracias, señora presidenta. Señor Salgado, bienvenido a esta Comisión de Investigación. En primer lugar, una vez más, me gustaría quedar claro en esta Comisión cuál es el interés de este grupo en la Comisión de Investigación sobre la Financiación de Planes de Medios en la Junta de Castilla y León, por qué nace esta Comisión. Pues el objeto no es otro que buscar mecanismos objetivos en busca de la proporcionalidad entre las audiencias y el importe percibido por cada una de las empresas de comunicación. Sin lugar a dudas, este es un buen punto de partida para lograr un equilibrio y fomentar la cultura de la transparencia, tanto en medios de comunicación como en la Administración, frente a la opacidad o posible discrecionalidad en el reparto de las partidas presupuestarias destinadas a las acciones de comunicación por parte de la Institución.

Sin más preámbulos, desde el Grupo Parlamentario Ciudadanos nos gustaría saber, señor Salgado, hilando con mi introducción, por qué cree usted que se ha creado esta Comisión de Investigación.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Gracias, señora Bermejo. Bueno, su formación política y el Partido Popular entre los acuerdos suscritos para la formación de Gobierno en la actual legislatura incluían una serie de Comisiones de Investigación, una de ellas es esta. Yo le reitero que, con la denominación de Comisión de Investigación, en el imaginario colectivo de todos surge como una especie de pimpampum, de caza al compareciente, de detección de irregularidades, de meter dedos en el ojo. Yo no digo, por supuesto, que ustedes no deban de hacer su trabajo y de buscar la información, por supuesto; pero permítanme que les reitero una de las cuestiones que yo les decía al inicio. De verdad, en... en los años que yo he podido vivir como alto cargo, yo he vivido... sí, pues desde, fíjense, marzo de dos mil doce, el inicio de lo que llamamos modelo de Gobierno Abierto, los primeros pasos en transparencia, la normativa que ustedes conocen en materia de publicidad institucional, la ley de transparencia, etcétera, y todo va evolucionando. Y yo de verdad confío en que, de las conclusiones de esta Comisión, no solo pueda hacer una lectura la propia Junta de Castilla y León, el Gobierno autonómico, sino otras Administraciones.

Mire, está en tramitación el anteproyecto de ley de transparencia, acceso a la información pública y su reutilización. Llegará aquí a tramitación parlamentaria. Ustedes, con su experiencia, con lo que están viendo, conociendo, escuchando, leyendo y analizando, pues, sin tener por qué esperar a las conclusiones de esta Comisión, en esa tramitación parlamentaria ustedes pueden proponer un avance aún mayor en la transparencia, en lo relativo con la publicidad institucional.



Concluyo respondiéndole. Yo confío en que lo que se persigue con esta Comisión es ser constructivo, conocer en detalle una gestión sobre un apartado concreto, que es la publicidad institucional, analizarla e intentar mejorarla. Pero es que yo no lo digo... o sea, se lo digo como... como paisano de a pie, por la propia imagen de las instituciones, por la propia imagen de su trabajo; que todos veamos que cuando se celebra una Comisión de Investigación es porque al final tiene unas conclusiones que son válidas para mejorar las cosas. Ese es el sentido con el que yo creo que deben conformarse las Comisiones de Investigación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Tras su experiencia como director de Comunicación en la Junta de Castilla y León, ¿podría explicar a esta Comisión de Investigación qué papel desarrolla un director en el Ejecutivo? Aunque lo haya explicado al inicio de su intervención, ¿puede volverlo a repetir?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

El modelo de dirección de comunicación que... que yo he tenido la oportunidad de... de liderar -antes lo decía- dista de otros modelos de dirección de comunicación que existen en otras Administraciones públicas; y ya no digamos en el sector privado. Yo les comentaba antes, a una de las respuestas que le daba al... al señor Fernández, que, en mi caso, en estas dos legislaturas que yo he sido alto cargo, la publicidad institucional se gestionaba por una parte, y de mí solo dependía la cuestión informativa.

De mi centro directivo dependía el trabajo de en torno a unas 30 personas, que son periodistas que trabajan en los distintos centros directivos, también en las Delegaciones Territoriales de la Junta de Castilla y León en las diversas provincias. Y, para que se hagan una idea, al cabo del año gestionábamos en torno a 11.000 contenidos, que publicamos... publicábamos en el portal de comunicación; un año estándar.

En los ocho años en los que yo he estado en esta responsabilidad hicimos tres evoluciones de un portal de comunicación, que es un portal abierto, cualquier ciudadano puede acceder a esas informaciones; y además hay en torno a 1.400 profesionales de la información suscritos, de tal manera que, cada vez que se genera un nuevo contenido, recibe directamente ese nuevo contenido. Es la manera en la que profesionales no solo de esta Comunidad, sino de fuera, y también que se dedican a la comunicación corporativa, reciben de manera puntual y actualizada cualquier nuevo contenido que difundimos nosotros.

Entonces -antes lo comentaba- es una ocupación realmente extenuante, profesionalmente muy gratificante -y quiero dar las gracias por la oportunidad que he tenido de tener esta faceta profesional durante una temporada- y que dedica... bueno, quien está trabajando en estas lides pues se ocupa -lo comentábamos antes de esta comparecencia una compañera suya y yo- pues mañana, tarde y noche. Y esto es así.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

En su intervención se refería a un año estándar. ¿Me puede explicar qué es un año estándar y si hay...?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Disculpe, un año en el que la actividad informativa de la acción de gobierno es la habitual; no la que por desgracia estamos viviendo en este año dos mil veinte. Gradualmente, en los ocho años en los que yo he sido director de Comunicación, hemos ido evolucionando, como le decía, portales de comunicación, adaptando la comunicación institucional a las nuevas herramientas. Nosotros fuimos la primera Administración pública –al menos en cuanto a Comunidades Autónomas, fijo se lo digo– que pusimos en marcha un canal de televisión en Internet; no videos colgados en Internet, sino un canal de emisión constante, que ha facilitado mucho el trabajo a los... a los profesionales de la información –que era, a fin de cuentas, como era mi competencia, para quienes yo tenía que trabajar–, para que al final cada profesional decida qué información, de qué manera interpreta, escribe y traslada a sus lectores, a sus oyentes, a sus espectadores.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Un año estándar es un año preelectoral?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Pues no, claro que no es un año un estándar. Y, precisamente por no ser un año estándar, se mide mucho más. Yo le hablo de mi parcela, de la informativa. Yo vengo del sector privado. Yo llegué a la Junta de Castilla y León en dos mil once, y lo que le tengo que agradecer a todas las personas con las que he trabajado estrecha y directamente es que sea un convencido y un embajador del servicio público. Y eso es lo que había que hacer en un año estándar y en uno especialmente, como el que usted se refería, electoral, para precisamente discernir lo que es la acción de gobierno a lo que es propaganda o *agitprop*.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Considera que el nombramiento o el papel que desarrolla un dircom en el Ejecutivo autonómico responde a una estrategia política? Es más, ¿la estrategia comunicativa de la Junta de Castilla y León viene marcada o determinada por las directrices del partido en cuestión que esté en el Ejecutivo a nivel nacional o a nivel autonómico y, en caso contrario, por el presidente de la Junta, que en su momento era el señor Herrera, o sería competencia exclusiva de la Consejería responsable en la relación con los medios de comunicación?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Bueno, a tenor a lo que usted ahora estaba planteando, lo que le quiero asegurar es que, en los ocho años que yo he sido director de Comunicación, no... no he tenido la... la ocasión en la que un partido político me dijera a mí lo que yo tenía que hacer como responsable público en materia de comunicación. Otra cosa es... [*murmulllos*] ... un partido político. Otra cosa es que un Gobierno sea de un partido o de otro. [*Murmulllos*]. Estoy respondiendo a la señora Bermejo, señor Fernández. Le pido... le pido respeto a ella, como compañera suya, y a mí, como compareciente. [*Murmulllos*].



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Señor Fernández, es que no es su momento.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández, no está en su turno de palabra. Señor Fernández, no está en su turno de palabra. *[Murmullos]*. No está en su turno de palabra.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Señor Fernández, yo no he interrumpido su turno de palabra... *[murmullos]*... ni me he reído en sus intervenciones ni cuando el compareciente ha respondido. Así que le pido, por favor, un poco de respeto, sobre todo hacia a mi intervención y hacia la del compareciente. Por favor. *[Murmullos]*.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señora Bermejo...

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

No es su momento.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández, silencio.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

No quiero malgastar mi tiempo en...

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señora Bermejo...

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

... discutir con usted. *[Murmullos]*.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señora Bermejo, continúe.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Disculpe, señor Salgado. Todo gabinete de comunicación desarrolla diferentes actuaciones, como bien ha explicado, en cuanto a la comunicación externa y la comunicación interna. ¿Cómo era el sistema de trabajo en... en ambos ámbitos o campos?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

¿Comunicación interna se refiere a con la interlocución de responsables de prensa...? Mire, nosotros cada jueves realizábamos una dinámica -ya de tradición



en la Casa, que se sigue haciendo-, que es que, de manera paralela al inicio de la celebración del Consejo de Gobierno los jueves por la mañana, el director de Comunicación mantiene un encuentro con los responsables de prensa de presidente, cada una de las Consejerías y las profesionales de la Dirección de Comunicación. Ahí lo que se hace es analizar, a una semana vista, la agenda prevista por el Gobierno, se valoran cuáles pueden ser los hitos informativos más relevantes al cabo de la semana y se hace una planificación. Lo cual no quita que, máxime estando en el ámbito político y en el comunicativo, pues cada día sea distinto y haya que adaptarse pues a la... a la realidad diaria.

Anteriormente les decía que somos en torno... o éramos en torno a unas 30 personas, contando con los periodistas que hay en cada centro directivo y Delegaciones Territoriales. Dentro de la Dirección de Comunicación, y teniendo como punto al cabo de la semana esa... esa cita, de manera ordenada, todos los días, y dentro de lo que es la responsabilidad de la Dirección de Comunicación, había una persona encargada de coordinar la actualidad, la información, los recursos, lo que hiciera falta, con las Delegaciones Territoriales, también con las Consejerías, y también la faceta para Portavocía. Así, *grosso modo*, de manera resumida, es un poco la... la dinámica habitual de trabajo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Era usted la persona encargada -que no me ha quedado muy claro- de coordinar también a las Consejerías?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

A los responsables de prensa de las Consejerías. Sí.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y dentro de su área de trabajo o de responsabilidades -le voy a volver a hacer la pregunta-, ¿se incluía el reparto de la publicidad institucional, objeto de análisis de esta investigación? ¿O si usted, como director de Comunicación, gestionaba la publicidad institucional coordinada con el resto de las Consejerías?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

No. No. Desde el punto de vista de la gestión y la contratación, no. Por ahondar un poco más en una cuestión que les citaba al inicio de mi comparecencia, en esta legislatura que ustedes están analizando, de los años dos mil quince a dos mil diecinueve, nosotros lo que sí hacíamos desde la Dirección de Comunicación era ofrecer a todos los centros directivos el trabajo de nuestros profesionales del área de identidad institucional para que, cuando hubiera que hacer una campaña, pues realizar la creatividad; o si la creatividad se contrataba a una empresa externa y hacía falta realizar una serie de adaptaciones para los distintos medios de comunicación, las hacíamos nosotros. Se buscaba, como era una de las competencias, homogeneizar el modo en el que una campaña publicitaria aparecía en los medios de comunicación y asesorar desde el punto de vista técnico y formal a cada una de las Consejerías



o centros directivos que... que lo necesitaran. Hacíamos eso. Lo mismo que, por ejemplo, pues por ponerles otro... otro caso, cuando se celebraban grandes ferias sectoriales, como pueda ser todas aquellas a las que acurre... a las que acude Tierra de Sabor o nuestra marca turística, bueno, pues, junto con ese centro directivo, se valoraba y se analizaba cómo eran los diseños de aquellos soportes que iban a producirse para instalarse en una feria, en un evento.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entonces, ¿cada Consejería disponía de autonomía para poder gestionar su propio plan de medios, del que posteriormente informaban o comentaban?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Disculpe, creo que no le he llegado a entender bien cómo me formulaba la pregunta. Si cada Consejería... Bueno, perdone.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Si cada Consejería disponía de autonomía propia para poder gestionar su propio plan de medios, o simplemente destinar la publicidad institucional a las distintas partidas que ellos determinaran según sus marcadores o indicadores.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Como ya han escuchado aquí en anteriores comparecencias, eran los secretarios generales los que recababan, dentro de cada Consejería y dentro de sus centros directivos, cuáles podían ser las necesidades de campañas publicitarias o asuntos que debían publicitarse en un año. Y eso terminaba derivando en un documento, que es la resolución de Comisión de Secretarios, en la que se avanzaba, a un año vista, las campañas que la Junta de Castilla y León iba a realizar. Cada Consejería determinaba cuáles, en qué soportes, incluso el momento temporal del año que le convenía por la materia. Sí eran las... las Consejerías. Yo en esa parte no intervenía.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sí que se lo pregunto, señor Salgado, porque hemos encontrado... encontrado, perdone, una importante disparidad de criterios. Disparidad en una proporción de uno a ocho, o de ocho a uno. Todos los secretarios generales de las Consejerías menos uno, excepto uno, han señalado a la Consejería de Presidencia como la única artífice de las campañas de comunicación del Ejecutivo. Su secretario general, el señor Herrero Mendoza, por el contrario, dijo ante esta Comisión que cada Consejería tenía independencia propia. ¿Nos puede aclarar, por favor, cuál es el criterio que se utilizaba, quién mandaba, si era Presidencia, y por extensión usted -que nos ha aclarado antes que no, pero, por favor, si sabe quién puede ordenar esas líneas-, o si cada Consejería, como bien le he dicho, tenía su propia hoja de ruta?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Le reitero que la planificación anual de la Junta de Castilla y León, aun siendo un documento que podía tener alguna variación puntual al cabo del año, le reitero ese



documento de resolución de Comisión de Secretarios Generales, que era el... el plan a un año vista, el plan a un año vista. Y no... insisto, no, no, yo no participaba en ello.

Y me había hecho, disculpe, otra apreciación en su pregunta sobre otra materia.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Los... los criterios y la proporcionalidad.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Disculpe. Otra cosa puede ser -que creo que surgió aquí en la primera de las comparencias- el hecho de que la Consejería de la Presidencia realizara las inserciones en medios digitales de prácticamente las campañas que, independientemente de cuál fuera la Consejería, pues se volcaba en ese... en ese tipo de... de soporte. No sé si eso era lo que le orientaba a esa pregunta o no, pero, en cualquier caso, me reitero en lo dicho: esa era la planificación anual, que se vertía y se publicaba en el portal de Gobierno Abierto, en la... resolución de Comisión de Secretarios Generales.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Qué formato tenía ese documento?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Bueno, el documento es público, cualquier persona puede verlo, está en el portal de Gobierno Abierto. Es un documento en el que inicialmente se especifica las competencias y atribuciones de la Comisión de Secretarios Generales en esa materia, cumplimiento de la normativa. Y, a partir de ahí, tal como hace el Gobierno de España y hacen también otras Administraciones, la relación exacta de todas las campañas: enumeradas, con el tema que se quería publicitar, algún detalle más, el presupuesto inicialmente previsto, el tiempo en el que se preveía que se iba a lanzar en medios de comunicación esa campaña y la definición de los soportes, y la Consejería responsable. Por eso, si ustedes ven en ese documento que reiteradamente se cita a la Consejería de la Presidencia, es porque, sobre una campaña, imagínese, de vacunación contra la gripe, pues era la Consejería de la Presidencia la que se encargaba de, a partir de haber hecho las adaptaciones a distintos formatos publicitarios, la que los insertaba y la responsable de esa gestión y contratación en los medios digitales.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y a partir de ese documento de reparto, aparte de estar colgado en el portal, como dice, ¿también existía alguna llamada telefónica, alguna reunión, café, para explicarlo un poco cuál eran las líneas?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Mire, el modo en el que los distintos secretarios generales se comunicaban con los gerentes de los medios de comunicación para explicarles esto, pues... pues no se lo puedo detallar; no lo sé, no lo sé.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Conoce usted qué sistema de medidores o marcadores se usaban para realizar el reparto de publicidad institucional? ¿Se basaban en datos objetivos, como usted bien conocerá, que son pues las audiencias, el OJD, EGM, etcétera?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Desconozco el modo en el que se hacían esos cálculos. Es verdad que en la normativa ya se fijaba que todos los medios debían estar auditados para poder obtener o participar de alguna de las campañas de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León. Y tampoco sé decirle ni el previo ni el post en cuanto a evaluación de... de cada una de las acciones.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Además de los criterios objetivos para el reparto, ¿podrían existir indicadores que sirvieran para evaluar las campañas que se habían realizado? ¿Tuvo constancia de que alguna campaña no fuera exitosa o no alcanzara los objetivos mínimos que... que ustedes mismos se habían fijado?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

No. Pero también le digo una cosa: si usted inserta un anuncio, página completa, en un medio de comunicación que, según las mediciones, le dice que puede tener en torno a 140.000 lectores, aunque usted no tenga la medición por un informe cuanti o cualitativo de... de esa campaña, los medios de comunicación también fijan sus tarifas en función del peso y la audiencia que tiene cada uno de ellos. En cualquiera de los casos, es una reflexión que le hago yo, y no por conocimiento de cómo se gestionaba o se decidía.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Se lo comento también, señor Salgado, porque, desde hace unos años, en el flujo de las campañas de comunicación no solo se incluye el *briefing* de objetivos, sino también en el de evaluación. ¿Cómo es posible que de forma general no se llevara a cabo una evaluación por parte de la Junta de Castilla y León de estas acciones?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Bueno, hay profesionales y hay empresas que se dedican profesionalmente no solo a la publicidad, sino a ser centrales de medios, a ser analistas, a tener las herramientas que la Administración no tiene. Creo recordar que fue el secretario general de Cultura y Turismo quien les dijo que, por la especificidad de un contrato o una licitación que tenía esa Consejería, por volumen, etcétera, sí tenía contemplada la evaluación cualitativa *a posteriori*. Yo no tengo conocimiento de que se haya hecho, por norma general, un informe cualitativo de cada una de las campañas. Ahora, ¿que es una cuestión que en alguna otra ocasión sí se puede hacer, en algún otro modelo



de gestión sí se hace? Bueno, entiendo que es una cuestión pues que quizá pueda apuntarse como sugerencia de mejora, que sea una generalización la rendición de cuentas -también, si me permite, en ese sentido-, y también la evaluación de las políticas públicas. Eso no quiere decir que el modo escogido por la Junta de Castilla y León para realizar las contrataciones de las campañas haya sido erróneo; ni muchísimo menos, ni muchísimo menos.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sí que es cierto que sí que se pueden externalizar pues estas evaluaciones, como... como bien ha argumentado usted, pero entiéndame, señor Salgado, que, si usted plantea una campaña de comunicación -usted, me refiero a la institución- con dinero público y no se sabe si funciona o no, ¿no le parece que el reparto pueda llegar a ser discrecional?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

¿Discrecional? Pues tendría que ver un caso concreto. Pero también le digo que todo responde... si no recuerdo mal, cuando las campañas se hacen en prensa, se hacen en los periódicos, en todos los periódicos cabeceras de la Comunidad, emisoras de radio. Desconozco los pormenores de... de esa relación contractual de la Administración con cada uno de... en este caso proveedores, o medios de comunicación, para realizar las inserciones.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Se considera usted que era el nexo de unión entre el consejero de la Presidencia, responsable de las relaciones con los medios de comunicación de la Junta de Castilla y León, y los propios medios de comunicación? ¿Qué relación mantenía usted con los directores de los medios de comunicación, o simplemente con los redactores?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Vamos a ver, antes le he contestado al... al señor Fernández: mi relación con los directores de medios de comunicación y con los profesionales de estos medios de la Comunidad y de ámbito nacional siempre han sido para cuestiones profesionales relativas a la información, no a la publicidad institucional. Y si en algún momento alguien quería plantearme alguna cuestión sobre publicidad institucional, yo le derivaba a la Secretaría General correspondiente de la Consejería por la que estuviera interesado, o por la materia por la que estuviera interesado.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento les derivó usted a... al consejero de la Presidencia?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Disculpe, que no le he entendido la pregunta.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Dice usted que en algún momento tuvo que derivar al secretario general que correspondía a cada Consejería...

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

De manera puntual, en alguna ocasión. Es decir, si desde algún medio de comunicación planteaban una propuesta de evento, de patrocinio, de lo que fuera, sobre una materia concreta, yo le derivaba a la Consejería correspondiente. Sí, sí.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

No me queda tiempo. Se me quedan algunas preguntas en el tintero, pero, bueno, sí que me gustaría saber que, tras años de trabajo que usted ha dedicado a la Institución, y dedica, ¿cree que debería cambiarse o modificarse algo en los criterios de reparto de publicidad institucional? Se lo pregunto a usted como un profesional de la comunicación.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Mire, a la vista está que la evolución en la gestión pública del dinero para la publicidad institucional, o sea, es una de las cuestiones más llamativas a efectos de la transparencia de las instituciones. Y, para que no haya ningún tipo de sospecha, ese trabajo, que yo antes les he recordado comenzaba en el año dos mil doce, claro que tiene que seguir evolucionando; claro que no solo la Junta de Castilla y León, sino todas las Administraciones han de ser lo más transparentes posibles, con criterios, con una planificación y con la ejecución. Estoy totalmente convencido de eso.

Y también reitero otra de las cuestiones que también apuntaba en mi intervención inicial: a medida que va pasando el tiempo hay nuevas herramientas, hay nuevos soportes. Usted ahora puede tener televisión de pago en su domicilio, querer ver un capítulo de su serie favorita, y de repente encontrarse con un *spot* de veinte segundos personalizado para usted, porque está geolocalizada como cliente. Es decir, hay mil fórmulas, mil opciones creativas publicitarias, que todos nosotros, como ciudadanos, cuando pisamos la calle, vemos; son impactos. Bueno, las Administraciones públicas también son anunciantes, grandes anunciantes.

Fíjese, sin ir más lejos, para este año dos mil veinte el Gobierno de España tenía previsto, por una parte, 66 millones de euros de publicidad institucional y 135 millones de euros en acciones comerciales. Pues claro, y nos encontramos la publicidad en todos los sitios. Y, como ciudadanos... -y es que se lo digo convencido, y así lo he escrito y así se lo he dicho- como ciudadanos y como gestores, tenemos que quitar cualquier tipo de duda sobre esta tipa... sobre este tipo de cuestiones. Pero la transparencia es muchísimo más que esto, solo que, efectivamente, se pone el foco en ello, pues para evitar malas prácticas. Pero yo se lo añado no solo por evitar tentaciones de malas prácticas, sino por buscar una eficacia y una eficiencia del dinero público.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchas gracias, señor Salgado. Permítame, presidenta, hacer una pequeña reflexión, y ya termino. Sin duda, creo que serán de gran ayuda para las conclusiones



de esta comunicación... Comisión de Investigación todas las respuestas que nos ha dado aquí el señor Salgado, pero no quiero finalizar mi intervención sin recordar el mero hecho de que poner sobre la mesa una Comisión de Investigación es una manera de decir a los castellanos y leoneses que existe un cambio, una voluntad por hacer mejor nuestro trabajo y por cambiar lo que se venía haciendo, y así marcar un nuevo camino.

Dicho esto, quiero recordarles, como bien ha dicho aquí el señor Salgado, que existe ese acuerdo de gobernabilidad para la presente legislatura, en el que se recoge en el punto octavo. Un punto que ya cuenta con luz verde, ya que se está cumpliendo desde agosto de dos mil diecinueve. Y recordar también que, desde hace unos meses, como novedad... -un poquito de respeto, por favor, señor Fernández, que estoy hablando yo-. [Murmullos].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señor Fernández. Señora Bermejo. Silencio. Continúe.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Recordar también que, desde hace unos meses, como novedad, se puede conocer la financiación recibida en dos mil diecinueve por parte de los medios de comunicación. Un reparto que se ha hecho público, pero que hay que aclarar que se hizo durante la legislatura anterior.

El siguiente paso hacia una gestión transparente lo podrán ver ustedes en unos meses, concretamente al cierre de este año; ahí es donde ustedes podrán conocer cómo han variado esas partidas presupuestarias desde la entrada de Ciudadanos en el Gobierno. Muchas gracias, señora presidenta. Y muchas gracias al compareciente por acudir a esta Comisión de Investigación.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

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

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Muy bien. Muchas gracias, señora presidenta. Buenos días. Señor Salgado, bienvenido. Y gracias por su comparecencia. Antes de preguntarle algunas cosas... aunque, francamente, después de oír... oírle a usted, ha habido muchas cosas que ya me ha dejado claro, pero, antes de entrar a preguntarle algunas cosas, sí quisiera hacer alguna reflexión. La primera es que tiene usted más paciencia que el santo Job. La segunda es que, efectivamente, nosotros estamos aquí para preguntar, y usted para responder lo que quiera. Y si está... -también se lo recuerdo- está en su derecho de no responder si no quiere. Usted tenía una obligación, la de venir, está aquí. A partir de ahí no tiene ninguna otra obligación. Quiero dejárselo claro.

Y, hecha esa reflexión, también quiero hacer, dentro de estas reflexiones previas, aclarar que esta es una Comisión de Investigación para la Financiación y Planes de Medios de la Junta de Castilla y León, en ningún momento esta Comisión va a cuestionar ninguna línea informativa de ningún medio de comunicación; al menos yo



no lo entendería... creo que nosotros, desde luego, no lo... no lo hemos entendido así, ni lo entenderíamos nunca.

Dicho esto, efectivamente, aquí se ha repetido ya que... que esta Comisión arranca en cumplimiento de un acuerdo de gobernabilidad entre dos grupos políticos, que son los que en este momentos gobiernan la... la Comunidad.

Mire, es usted ya creo que el décimo en pasar por aquí, por tanto hemos oído a muchos intervinientes y creo que tenemos una idea clara. Yo al menos sí tengo una idea clara de cómo funcionaba el reparto de publicidad, de planes de medios de publicidad, de la Junta de Castilla y León. Y además creo que tengo una idea clara de cómo... de cuál era el procedimiento. ¿Con algunas contradicciones? Pues seguramente algunos se... se enteraban más y otros menos, pero... pero yo al menos tengo una idea clara de cómo funcionaba el sistema.

Y hemos ido constatando a lo largo de las distintas comparecencias que en esta Comunidad, sinceramente, como se ha dicho -yo después también en mi reflexión final lo repetiré-, seguramente todo es mejorable, pero a mí me parece que las cosas se han hecho bien en materia de contratación de medios. Y nosotros estamos... y, evidentemente, pactamos con Ciudadanos llevar esta... esta Comisión adelante porque no hay nada que ocultar, porque no tenemos nada que ocultar.

Evidentemente, todo se puede mejorar, no tengo ninguna duda. Y creo que lo que se ha expuesto aquí, además también con los documentos que hemos consultado, hemos tenido oportunidad de consultar un montón de documentación, han demostrado, y se demuestra, que se han llevado a cabo procesos de contratación no solo ajustados al procedimiento contractual estatal, sino, como hemos visto, aquí se elaboró una ley de medios, que existe desde el dos mil catorce; se dotó de unas directrices vinculantes, que van más allá de lo que exigía la propia ley; y se estableció un sistema global más exigente que la propia normativa, es decir, un sistema de criterios y pautas que garantizaban... -garantista al cien por cien- garantizaban la pluralidad para que pudieran, de alguna manera, asistir cualquier medio.

Nos ha dicho... nos ha hecho usted una reflexión de cuál era su... una explicación de cuál era su trabajo. Yo me voy a atrever a repetirla, me voy a atrever a repetir sus palabras, porque me parece importante. Me parece importante que conste en acta, que se subraye, alguna de las cosas que usted ha dicho.

Usted ha dicho "en ningún momento recibí ni contraté publicidad institucional". Usted ha dicho "nunca recibí presiones políticas de ningún partido y de ningún cargo público". Y también ha dicho que "nunca presioné a ningún medio para que modificara una información". Insisto, me parece importantísimo haberle oído a usted decir eso, y me da mucha tranquilidad.

Una pregunta, que desconozco: ¿usted se encargaba de la contratación de medios de la Consejería de Presidencia o era su secretario general el que, a la... a la par que cualquier otro secretario general de cualquier otro centro directivo, se encargaba de esa misión?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

La Secretaría General de la Consejería de la Presidencia era la que prestaba servicio técnico y administrativo a la Dirección de Comunicación, anteriormente a la Dirección General de la Oficina del Portavoz y Relaciones con los Medios.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Perfecto. Y, a pesar de que usted no fuera el responsable de la contratación y ese reparto publicitario que se hacía anualmente en ese... en ese *planning* anual que... que se establecía, ¿usted tiene constancia de que ese reparto se hiciera de acuerdo a los criterios generales que establecían los... las directrices vinculantes?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Creo que algún secretario general que ha pasado por aquí ya les ha dicho que el hecho de que existiera normativa permitía a cualquier funcionario que tuviera que hacer esas gestiones ajustarlas precisamente a esas obligaciones. A mí no me consta que se incumpliera. Es más, yo recuerdo que algún comentario de algún responsable de medio que, cuando, como Junta de Castilla y León, empezamos a adoptar este tipo de medidas, de normas, y a ponerlas en marcha, hasta agradecían que estuvieran negro sobre blanco, que fueran unos criterios... por lo menos un marco dentro del cual poder realizar toda esta contratación.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Por tanto, volviendo al inicio -yo insisto que creo que tengo claro el procedimiento que se utilizaba-, era la Comisión de Secretarios el que, en esa reunión previa al comienzo del año, hacía el reparto general de... de campañas, de medios que se iban a utilizar para divulgar esas campañas. Es correcto. Esto es así, ¿no?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Sí. Así es, tal y como lo describe.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Pues aquí uno de los temas que se ha venido manejando y que se ponía de alguna manera en duda, su idoneidad cuando menos, era la utilización de la modalidad de contratación por contrato menor. Evidentemente, creo que nadie ha puesto en duda su legalidad, pero sí como que se abusaba mucho de esa... de esa fórmula. ¿A usted le consta si eso era idóneo, no era idóneo, era necesario? Porque lo que se nos ha contestado por parte de otros compañeros, de otros secretarios generales, es que, claro, si había que hacer un reparto que llegara a todos, esa era la figura -y así, además, también consta en un informe del Consejo de Cuentas-, era la mejor forma para que llegara a todos los... los medios.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Es cierto que, claro, que con cada una de las campañas se realizaban tantos contratos como medios de comunicación fueran a realizar la inserción correspondiente. De ahí que seguramente ustedes, en un primer momento, como Comisión, como responsables públicos que han recibido la documentación, pues quizá les llamara la atención el número elevado de contratos menores. Y quizá en el caso de la



Consejería de la Presidencia por una cuestión que les apuntaba anteriormente, que, independientemente de las campañas que realizara la Consejería de la Presidencia, también difundía, también contrataba y gestionaba campañas de otras Consejerías, pero que se destinaban a medios digitales. Y es verdad que no está muy extendida la fórmula de la externalización global. Es decir, hay otros Gobiernos autonómicos, otras Administraciones, la propia Administración general del Estado, que opta -como en el caso de la Junta de Castilla y León también... la Consejería de Cultura y Turismo y alguna de manera puntual- por externalizar o licitar la creación de las creatividades publicitarias y, por otra parte, licitar el plan de medios para que, con los recursos, esas centrales de medios hagan cada una de las contrataciones que corresponda según los criterios y objetivos que tenga esa campaña, público objetivo al que se quiere llegar, etcétera, ¿no?

Entonces, bueno, creo que también se lo he respondido a... no sé si a la señora Bermejo o al señor Fernández, ¿que puede ser voluminoso el número de contrataciones? Sí, pero recuerdo perfectamente que la Junta Consultiva ya se pronunció al respecto, el Consejo de Cuentas también. Es decir, como que puede llamar la atención, pero, desde luego, se trataba de cuestiones que se hacían ajustadas a ley y derecho.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Gracias. Ya, abundando en una pregunta que le hizo la compañera de Ciudadanos, ¿usted sabe si existió algún... en algún momento algún reparo que pusiera algún medio, o incluso alguna Consejería, en cuanto al procedimiento contractual que se había llevado a cabo en el... en todo este período que estamos investigando?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

No, no tengo constancia. Tampoco tenía o debía por qué tenerla, pero es que no... no la tenía.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Bien. Las distintas contrataciones, según han expresado también los diferentes comparecientes que han pasado por aquí, se hacían a través de la Plataforma Duero. Quiero decir que se le daba virtualidad, transparencia, constancia de esas campañas a través de esa plataforma. Ahí, según nos han contado, quedan registrados en el tiempo y, lógicamente, la propia aplicación de todos los movimientos que se hacen. ¿Esto es así?, ¿es correcto? ¿Cuándo empezó a funcionar esto?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Ahora no sabría decirle en qué momento empezó a funcionar la Plataforma Duero, que sí conozco, porque, como director general y director, tenía que firmar digitalmente algunos de los pasos y validaciones de algunos contratos o facturas. Es verdad que nuestro centro directivo era, en ese sentido, modesto en cuanto a la tramitación de cuestiones vía Plataforma Duero, pero sí, sí. O sea, yo lo que sí le puedo confirmar es que ese sistema permite la trazabilidad completa de la gestión administrativa.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Vale. Eso sirve para constatar entonces que, primero, había una comunicación con el *planning* anual, y que todo el mundo conocía; además, se iba constatando, a medida que se iba incorporando a la Plataforma Duero, toda la ejecución de todas esas campañas. Es decir, que eran datos absolutamente públicos, según se puede ver por las explicaciones que nos está dando, ¿no?

Por tanto, yo le pregunto: ¿las 14 cabeceras de prensa, las 4 emisoras de radio, los 30 medios digitales tenían esa información, sabían perfectamente, todos, digamos, en igualdad de condiciones, recibían esa información? ¿Es correcto?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

En igualdad de condiciones... si usted se refiere a ese sistema de contratación, cada empresa, en tanto que, por decirlo de alguna manera, proveedora de la Junta de Castilla y León, tiene que estar dada de alta, etcétera, y estar presente en esa tramitación, no que cada empresa pueda ver en esa Plataforma todo lo de otras empresas. Pero sí, en este sentido, quiero... quiero hacer una pequeña reflexión sobre una cosa que apuntaba al final la señora Bermejo, por reivindicar también el trabajo que se hizo en años anteriores. Es verdad que ahora la Junta de Castilla y León muestra de una manera muy gráfica las transferencias de valor del Gobierno autonómico a las distintas empresas de comunicación, a los medios de comunicación.

Lo que inicialmente se hacía era una transparencia total en el sentido de que cualquier persona puede buscar y acceder al contrato concreto de la Junta de Castilla y León con cada medio de comunicación, por cada acción publicitaria, patrocinio, etcétera. Con lo cual, cuando yo antes aludía a cómo pues efectivamente las cosas evolucionan, yo, personalmente, si ahora solo tuviera esas gráficas con transferencias de valor, a mí me estaría faltando la otra información. Yo sí que querría saber el detalle. Con lo cual, ahora lo que tenemos es un modelo mixto, en donde se pueden conocer a grandes rasgos, a año vencido, las transferencias de valor a las distintas empresas, pero, si uno quiere, también puede hacer el seguimiento y la consulta puntual. Y yo creo que eso también es interesante y necesario.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí, sí. Lo comparto con usted. Y además no solo lo comparto, sino que a mí me parece que este es uno de esos pasos de avance que se ha dado, y que seguramente... -usted lo ha dicho hace un momento- seguramente no nos quedaremos aquí, habrá que avanzar más, en pos de la... de la mayor transparencia, en pos de... de la más clara participación y acceso, digamos, a toda la información.

No me refería yo tanto a que hubiera ese detalle por cada medio, sino como la visión global, lo que creo... Lo que quiero hacer constar es que aquí nadie ocultaba nada, porque es parece que lo que queda... lo que algunos pretenden dejar en la... en la nebulosa, ¿no?

Por tanto, sí quiero preguntarle... bueno, ya nos ha avanzado un poco, y creo además que, por las informaciones que tenemos, lo tenemos claro, que había esos requisitos que tenían que... que guardar todos los medios que querían acceder, pero la difusión de las diferentes campañas se hacía en todos los medios que reunían esos requisitos. ¿Es correcto?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Las directrices vinculantes en materia de publicidad institucional deja... deja claro qué medios pueden ser beneficiarios de las inserciones de una campaña concreta. No por el hecho de cumplir esos requisitos un medio de comunicación, una empresa de comunicación, recibía sí o sí inserciones de todas las campañas publicitarias. Le recuerdo que en esa resolución de Comisión de Secretarios ahí se apuntalaba cuál era el objetivo de la campaña y hacia qué público se... se dirigía, ¿no? Yo recuerdo, a modo de ejemplo concreto, y un poco quizá fuera de lo común, la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades habitualmente hacía algunas acciones de publicidad institucional dirigidas a la juventud, y eran campañas, si no recuerdo mal, que las hacían solo en soporte radiofónico; y en radiofórmulas, no en radio convencional. O sea, que las necesidades de cada campaña dirigían finalmente los soportes más adecuados hacia los que dirigir esas inversiones publicitarias, si bien es cierto que la mayoría de las campañas son de información de servicio público y eran pues compartidas y estaban presentes en todas las cabeceras: en prensa, medios digitales y radios.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Sí. Gracias. Si lo que me interesaba dejar claro es lo que usted ha... ha resaltado ahora, y es que las normas... las reglas del juego estaban claras, las reglas del juego estaban claras, quiero decir. Efectivamente, después se empleaba, cada uno en... en la campaña que quería hacer, cada centro directivo en la campaña que quería hacer, lógicamente, la fórmula más adecuada, pero las normas del juego, las reglas del juego, eran claras y concisas. A mí me... eso es lo que me importa y me interesa constatar.

Bueno, vamos a cambiar un poco de... a otro terreno. Y usted... cada centro hacía el seguimiento de su campaña, cada centro directivo hacía el seguimiento de su campaña publicitaria, ¿usted tenía... le remitían a su Dirección General los seguimientos de esas... de esas campañas que se hacían? ¿Le reportaban a usted el resultado de esas campañas que se hacían? Porque aquí también ha quedado en el aire que es que no se hacía un balance de las campañas. A mí me consta, por lo menos los secretarios que han pasado por aquí, sí... sí se hacía ese balance y sí que se hacía, en fin, ese... esa conclusión de si la campaña había ido bien, mal o regular, ¿no? ¿A usted le reportaban ese resultado de la campaña?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Como ya he apuntado en una respuesta anterior, no. Al no ser competente en la materia, yo no participaba en el inicio y en el diseño administrativo, o en la gestión, ni tampoco a mí se me trasladaba un informe de valoración *a posteriori*.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Vale. Una última pregunta: ¿usted... a usted le consta si existían otros presupuestos, en cualquier Consejería, en la suya incluso, o en el resto -me da igual-, al margen de la programación anual para... destinados para la contratación de publicidad en los medios de comunicación?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Yo lo que desconozco es qué recursos podía disponer cada una de las Consejerías para aceptar propuestas de patrocinio o colaboraciones que pudieran estar fuera de la programación de campañas de publicidad institucional. Yo entiendo que las Consejerías recibían las propuestas, y, en función del interés para los objetivos de los distintos centros directivos, y que tuvieran disponibilidad presupuestaria, pues aceptaban, no. Pero no tengo información concreta a ese respecto.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Le amplió un poco más la pregunta; la misma, pero se la amplió un poco más. ¿Las Consejerías se ceñían exclusivamente a ese *planning* anual que acordaban en la Comisión de... de Secretarios o, excepcionalmente, además de todo eso, podían realizar campañas, o realizaban de hecho campañas, en otros medios que no estaban contemplados en la planificación anual?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Yo recuerdo que cuando, a comienzo de año, se cerraba esa resolución de Comisión de Secretarios Generales y se publicaba, si había alguna modificación, campañas nuevas que hubiera que hacerse, etcétera, eso requería también de un nuevo paso por la Comisión de Secretarios Generales para que fuera aprobada, quedara constancia y además se hiciera pública en el portal de Gobierno Abierto.

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias. Me parece importante este detalle. Bueno, yo quiero agradecerle las respuestas que... que me ha dado. No me ha... la verdad es que no difiere mucho de lo que ya conocíamos; es decir, la línea argumental coincide bastante. Por tanto, le voy a decir lo que le he dicho a todos los que han pasado por aquí, que para este grupo, para el Grupo Popular, desde luego, queda claro que las cosas se hicieron bien en el período en el que usted era responsable en esta materia, y se hicieron con transparencia. Es lo que me he empeñado en resaltar seguramente a lo largo de mi... de mis preguntas.

Yo creo que el Gobierno del Partido Popular se dotó, en materia de medios, de un sistema de elección de medios, un sistema de control que va más allá de la normativa contractual, más allá de la propia Ley de Publicidad Institucional, con mayores exigencias, que no discrimina a ningún medio y basado en el cumplimiento de requisitos previos, insisto, con transparencia.

Todo es mejorable, yo se lo decía antes y le anunciaba que ahora, en mi reflexión final, lo iba a repetir. Efectivamente, todo es mejorable. De hecho, del período investigado a ahora, pues ya hemos visto, hemos constatado -la compañera de Ciudadanos también lo apuntaba- que se han dado pasos adelante en esa mejor publicidad, en esa mejor transparencia, en esa mejor constatación de cómo se hacen las cosas. Desde luego, me consta que se ha mejorado en transparencia. Y ojalá también que esta Comisión, como usted apuntaba, en esas conclusiones sirva para apuntar algo en el camino de avanzar en este sentido.



Desde luego, no debe quedar en el aire que la contratación de medios es un reparto de cantidades sin ningún objeto; no es un reparto de dinero de forma arbitraria o discrecional, es la contratación de un servicio que tiene naturaleza de función pública. Se contratan servicios que hay que pagar, ni más ni menos.

Recordamos, desde luego, que... que la publicidad que se hace desde las instituciones lo que pretende es llegar a los ciudadanos, en este caso a nuestros paisanos de Castilla y León, para difundir las informaciones necesarias, junto con las promociones nacionales de nuestra tierra, en todos los ámbitos, en todas las... los centros directivos.

Y termino, primero, agradeciendo sus respuestas, su presencia aquí, y repitiendo que en ningún momento, creo que en ningún momento, ningún Gobierno tiene la capacidad, como ha quedado en algunas de las intervenciones esta mañana aquí en el aire, ningún Gobierno -y le aseguro que yo he presidido algún Gobierno durante mucho tiempo- tiene la capacidad que algunos presumen de influencia sobre ningún medio, en fin, como aquí se ha querido decir. Nadie es capaz de teledirigir la información a su gusto. Por tanto, eso no hay quien se lo crea. Eso no hay quien se lo crea. Los medios son absolutamente independientes, y tienen la línea argumental y la línea documental e informativa que tienen por conveniente. Y eso es como debe ser. Así que gracias por su presencia.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

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

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Buenos días. Gracias, señor Salgado, por cumplir con su obligación de acudir a esta Comisión de Investigación, en la que, como sabe, sí que tiene obligaciones, entre ellas la de decir la verdad en todo momento. Son muchas las preguntas que tengo, voy a intentar formularselas de forma breve. Le ruego también que las respuestas se ciñan a lo formulado, porque me dé tiempo a todas estas cuestiones que el Grupo Socialista tiene para plantearle.

En primer término, por situar un poco la cuestión, esto es una Comisión de Investigación, no es un grupo de trabajo. Usted lleva tiempo aquí, alguno también ya llevamos algunos años, y sabemos que cuando queremos hacer un grupo de trabajo para hacer aportaciones lo hacemos y cuando se decide hacer una Comisión de Investigación es porque hay algún tipo de duda sobre la gestión que se ha venido realizando hasta el momento.

Por situarnos, usted no sé si estuvo en el Gobierno en condición de funcionario o usted tenía un cargo político designado por un grupo político que gobernaba. Lógicamente, usted estaba al servicio del Gobierno, pero usted era un cargo político. Sí es así, ¿no? Sí. Y ahora, en estos momentos, usted sigue siendo un cargo político, nombrado por otro partido político, que sigue en coalición con el que usted estuvo, pero usted sigue siendo un cargo político al servicio de la Junta de Castilla y León; o eventual, como prefiera llamarlo. En cualquiera de los casos, su participación en el Gobierno no ha sido absolutamente neutral; sí en cuanto a la gestión -espero-, pero no en cuanto a su designación, que siempre ha venido condicionada políticamente. Porque al final políticos somos los que estamos en el Parlamento y políticos son los que en cada momento ocupan determinadas responsabilidades. Es así, ¿verdad?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Buenos días, señora Barcones. Lo mismo que al inicio de esta comparecencia establecía un marco a partir del cual continuar, sí es preciso establecer una serie de aclaraciones, sobre todo a la vista de... y me va a permitir que me remonte a la fecha del nueve de enero de dos mil veinte, cuando, constituida esta Comisión de Investigación, usted habló ante los medios de comunicación, ante mis compañeros, para hacer unas declaraciones. Le voy a leer solo algunas de las cuestiones que usted dijo. *[Murmullos]*. No, no, no, no. No, no, solo... no, déjeme... *[Murmullos]*. Sí, sí. Sí. Porque es necesario... No.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

[Intervención sin micrófono].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Señora Barcones, es que no se está grabando lo que usted está diciendo. *[Murmullos]*.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

No. Mire, yo desde el principio vamos a dejar las cosas claras. Yo no vengo aquí a hablar de mí, yo vengo aquí a hablar de usted y de su gestión. Y lo dejo claro desde el minuto uno. Es decir, si usted tiene algún interés, al salir, da una rueda de prensa, y usted comenta políticamente lo que yo he dicho en una rueda de prensa, pero yo vengo aquí a que usted dé cuenta ante una Comisión de Investigación en estas Cortes de Castilla y León de cuál ha sido su gestión. Por lo tanto, desde el primer minuto, ni una. Yo no me voy a poner a dar voces, pero pido amparo desde este momento a la presidenta. Es decir, yo no vengo aquí a que me cuente usted lo que yo he dicho; que me acuerdo muy bien de lo que he dicho.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Precisamente por lo que dijo y por lo que acaba de decir ahora, le quiero decir y aclarar que durante ocho años yo sí he sido un alto cargo, he tenido un cargo político, pero no soy político. Soy profesor universitario en excedencia; en excedencia, sí. Y ahora no soy cargo político, soy periodista nombrado por el consejero de la Presidencia como personal eventual, que presto los servicios como periodista en un Gobierno, y en concreto en una Consejería de Transparencia, Ordenación del Territorio y Acción Exterior; cuestiones que no solo están en el frontispicio de una Consejería, sino que son competencias que estaban en una Consejería en la que yo he estado ocho años, y de la que tengo cierto conocimiento. Lo único, por aclararle ciertas cosas que usted acaba de manifestar, yo ahora no soy cargo político.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pasados cinco minutos, creo que yo se lo he dicho. Usted ha sido cargo político ocho años, y ahora es eventual. En cualquier caso, nombrado por designación de un partido político. Yo tampoco soy política, soy secretaria interventora y estoy pasando aquí la mañana. Como usted quiera, da igual.



En cualquier caso, me gustaría saber si usted no le llamó la atención que el Partido Popular, partido que le nombró a usted para durante ocho años ser director general, solo pidiera tres comparecencias en esta Comisión de Investigación, y una de esas tres fuera la suya, dado que usted ha dejado claro desde el primer momento que usted no tenía nada que ver con la publicidad institucional. Me sorprende que el partido que a usted le nombró durante ocho años solo pidiera tres comparecencias y una fuera la suya. No sé qué sospecha tiene el Partido Popular, no sé si usted ha reflexionado sobre esto.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Yo no tengo por qué valorar lo que haya hecho o dejado de hacer el Partido Popular. Yo... yo solo sé -y le robo unos pocos segundos- que usted el nueve de enero se refirió a esta Comisión y a mí como trampantojo. Luego le paso la información, la documentación, o sus asesores del grupo parlamentario también se lo pueden pasar y recordar. No le resto más tiempo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Gracias, señor Salgado. Estoy en pleno uso de mis facultades, y recuerdo todavía lo que comí ayer. En cualquier caso, no sé si esto no le generó alguna incertidumbre. No sé, uno podría pensar que el propio Partido Popular estaba cuestionando su trabajo.

Pero otra reflexión, que no sé si ha hecho. Su actual jefe, el consejero para el que usted trabaja, los miembros de su partido político a lo largo de este tiempo han venido hablando de la opacidad que había en la publicidad institucional. Y precisamente ellos han relatado en esta Comisión que se pidió esta Comisión de Investigación para poner luz y taquígrafos a una gestión opaca, de la que usted de alguna manera era parte. No sé si esto no le ha producido una contradicción, porque esta Comisión de Investigación es para investigar su trabajo y el del Partido Popular, ahora que usted sirve a los mandos de la parte que es quien ha puesto en tela de juicio la gestión que ustedes realizaron. No sé si en algún momento eso le ha llevado a alguna reflexión.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Sin necesidad de tener que pedir amparo a la presidenta, yo vengo a responder ante ustedes porque es mi obligación. Y, además, les he dicho al inicio con qué intención vengo a comparecer a esta... a esta Comisión: a informarles de mi experiencia en los años precedentes, en los que yo he sido alto cargo. Yo no vengo aquí a valorar lo que hacen o dejan de hacer ustedes como grupos parlamentarios en esta Comisión, ni mucho menos vengo yo aquí a valorar lo que el actual vicepresidente y consejero de Transparencia, Ordenación del Territorio y Acción Exterior hace, dice o deja de hacer y decir. Que creo que por ahí sí que fueron sus declaraciones del nueve de enero.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

No, como le he visto tan valorador, digo "pues a lo mejor quiere valorar de la cuestión". Pero bueno, vamos a cómo eran las cosas a lo largo de estos años en los que usted estuvo ahí. De las comparecencias que ha habido hasta ahora algo ha quedado claro: había una ley, había unas directrices generales que decían quién



podía optar a la publicidad institucional, pero no hemos encontrado todavía en base a qué criterios objetivos se repartía esa publicidad institucional. Es decir, hay una ley, marca unas líneas, hay unas directrices generales que dice quién puede acceder y quién no puede acceder, pero ¿usted conoce en algún sitio donde hubiera unos criterios objetivos que sean capaces de poner luz a cómo se hacía el reparto?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Pues no. Le reitero nuevamente lo que ya he dicho ante alguna de sus preguntas con antelación: yo no dirigía el centro directivo competente en esa materia y yo no gestionaba y no conocía esos criterios o esos parámetros por los que usted se interesa.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Usted considera que el sistema de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León era y es objetivo?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Pues mire, objetivo... ajustado a las normas y yo creo que sensato, yo creo que sí. Otra cuestión, insisto, es que se puedan disponer de mayores y mejores herramientas, contar con profesionales y con empresas especializadas en la planificación y en el análisis cualitativo de los impactos de las campañas. Si todo eso se hace, pues bienvenido sea. Pero no quiero pensar, no, ni pienso, ni afirmo, que se hicieran mal las cosas, que pueda ser... o mal a propósito. ¿Que se puedan mejorar? Pues todo lo que se pueda mejorar pues bienvenido sea, claro.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

No me ha dicho si lo considera objetivo, pero vayamos a algún caso en concreto, porque me imagino que alguien que es doctor en comunicación siempre tendrá esa curiosidad de ver cómo van las audiencias, cómo van los medios, si no le llamaba la atención, por ejemplo, que desde la Consejería en la que usted estaba, en la Consejería de Presidencia -vamos a ir a ver las radios-, la emisora Cope, con aproximadamente 184.000 oyentes, Onda Cero con 259.000, pero desde Presidencia se le pagaba bastante más a Cope que a Onda Cero. Y no si esto alguna vez le chocó. Pero sobre todo me imagino que cuando viera que la Cadena SER, con 445.000 oyentes, resulta que, por ejemplo, en el año dos mil quince obtuvo menos cantidad que la Cope, que tenía 184.000. Por lo tanto, había emisoras que doblaban, casi triplicaban, en oyentes que de su propia Consejería recibían bastante menos. ¿Esto a usted en algún momento, como doctor en derecho, como profesional no político, no le saltó y dijo "qué criterio objetivo puede haber aquí para que haya un reparto semejante, donde quien tiene tres veces menos de oyentes reciba más que quien tiene una cantidad muy superior"?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Mire, como conocedor del ámbito de la comunicación, claro que me interesan las audiencias, las sigo, las conozco, conozco profesionales que se dedican



profesionalmente a ello, pero es que eso no tiene nada que ver con luego la gestión administrativa de las contrataciones. No. Y, es más, hablando de audiencias, quiero recordarles que los propios directores de la empresa OJD públicamente dijeron en una entrevista que, en el ámbito de su trabajo y de sus líneas de ámbito profesional, en relación con las Administraciones públicas, con Cataluña y con Castilla y León era con las dos Comunidades Autónomas con las que habían empezado a trabajar conjuntamente para precisamente afinar las mediciones de las audiencias en los medios digitales. Le estoy hablando de una situación especialmente grave en los años dos mil trece-dos mil catorce, por las consecuencias de la situación económica en el sector de la comunicación y la eclosión de numerosos medios de comunicación digitales. Le reitero, una cosa es conocer e interesarse por las audiencias, las audiometrías, etcétera, y otra la traslación a contratación por parte de la Administración.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pero, claro, es que todo junto casa muy mal. Porque si simplemente tenemos unas directrices generales que dice que, en base al OJD, en base al EGM, uno puede acceder o no puede acceder, y ya tenemos la nada, porque no somos capaces de que ninguno de ustedes, que gestionaban, nos digan en base a qué criterios objetivos... Lo que llama la atención es que la única referencia que encontramos, que son los sistemas de medición, luego no tuvieran una correlación directa en las cantidades asignadas. Pero, es más, usted es conocedor de que en esa reunión de secretarios generales se le entregaba a cada secretario general una bonita plantilla en la que se le decía lo que iba a recibir cada medio cada año, independientemente de como se distribuyeran luego las campañas; pero a principios de año cada medio ya sabía lo que iba a recibir, y a cada Consejería desde Presidencia se le daba la instrucción de lo que iba a recibir. ¿Cómo se hacía ese reparto? Claro, en unas plantillas que, por supuesto, no llevaban ni logotipo ni firma, y que se entregaba tipo sobres en esas reuniones. No sé, si me puede dar una razón medianamente que alcancemos a comprender cómo se hacía eso. Si resulta que los sistemas de medición no valían, si resulta que no hay ninguna otra pauta, pero que a principios de año a cada Consejería se le decía lo que tenía que dar a cada medio... No sé, intente ponernos un poco de luz entre tanta oscuridad.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Con menos poesía, voy a intentar responderle. Lamento reiterar el hecho de que yo no conocía ni esa planificación, ni cómo se realizaba esa asignación, ni cómo, tal y como usted dice, los secretarios generales eran conocedores de ciertas informaciones. Yo eso no lo he tenido, yo no lo he visto. Y, por cierto, ya que usted me comentaba y le veo realmente interesada en las audiencias, es verdad que vengo a responder, pero, ya que tengo esta oportunidad por primera vez desde que hace nueve años asumí una responsabilidad pública, le digo públicamente que cuando ustedes en alguna ocasión han defendido a capa y espada que todas las valoraciones y toda la publicidad institucional debía regirse sobre la base del Estudio General de Medios, permítame, como pequeño consejo o recomendación, que no se anclen, que no se fijen, solo en esa medición global del Estudio General de Medios que hace la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación en España; principalmente, porque la mayoría de los medios de comunicación de Castilla y León no estarían auditados.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¡Jo!, pues es que entonces esto nos va a casar todavía peor con las directrices, porque resulta que solo, solo, si estás en este sistema de medición podías acceder a la publicidad institucional, y ahora nos cuenta esto. Pero bueno, al margen, nosotros, cumpliendo fielmente nuestro trabajo, hemos ido a ver la documentación a las Consejerías y hemos visto esa cuartilla, porque alguna Consejería, muy diligente, las tenía guardadas en los expedientes. Y también hemos visto que tenían una relación de... por ejemplo, en la prensa escrita, con distintos niveles, igual que le he dicho para la radio -pero es que aquí lo tenían-: el grupo 1, hasta 5.000 ejemplares; grupo 2; grupo 3. ¡Jolín!, pero esas instrucciones las tienen en los expedientes, y luego resulta que, a la hora de hacer el reparto, claro, como les venía de Presidencia... Es que no cuadra nada. ¿Usted de eso tampoco tiene constancia?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Una consideración anterior. Yo antes me refería, cuando citaba el Estudio General de Medios... porque ustedes, cuando han planteado... discúlpeme, no sé si era una PNL o... bueno, ustedes planteaban reformar la Ley de Publicidad Institucional, se aferraban a la única medición a través del Estudio General de Medios. Las directrices vinculantes en materia de contratación de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León sabe que no; sabe que, efectivamente, valora el EGM para las radios, OJD... OJD interactiva para medios impresos, digitales, etcétera.

Discúlpeme, yo... es que, les reitero, yo no tengo esa información, es que no era mi competencia, es que no la organizaba yo, no la gestionaba yo, no tenía por qué pasar por mis manos ni yo tenía por qué tener conocimiento. ¿Qué estarían valorando o pensando ustedes si yo, además de haber sido director de Comunicación y gestionar exclusivamente la información, gestionara la información y también la publicidad institucional? Me mantengo en lo que les estoy diciendo, y de verdad que no esquivo ninguna de sus preguntas: yo no tengo conocimiento de esas cuestiones que ustedes han estado pidiendo como documentación a la Junta de Castilla y León y consultándoles a mis compañeros que eran secretarios generales de las Consejerías. Se lo digo honestamente, señora Barcones. *[Murmullos]*. (Perdone).

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

(Sí que es un poco complicado lo del micro). Le voy a hacer otra pregunta. Como usted estaba allí, a ver si tiene constancia, porque nos dicen y nos cuentan -no sabemos si las malas lenguas o las buenas- que a principio de año pasaban los directores de los medios por el despacho del vicepresidente de la Junta de Castilla y León, y allí se les decía el total de lo que iban a tener asignado por parte de la Junta de Castilla y León en publicidad institucional, que era el sumatorio luego de todo lo que les viniera por distintas Consejerías. ¿Usted tiene constancia de que esto era así y que los directores de los medios a principios de año pasaban por el despacho del vicepresidente y allí se les decía cuánto iban a recibir para ese ejercicio de publicidad institucional?

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Bien. Como Consejería de la Presidencia, y máxime su titular, pues, obviamente... y más, además, siendo también portavoz del Gobierno autonómico, su



contacto con directores de medios de comunicación, también con profesionales, era habitual. No exclusivamente, como traslada usted, a comienzos de año. Yo lo que sí le quiero asegurar es que en esas reuniones, cuando tenía visitas el consejero de la Presidencia, yo no participaba en ellas. Eran encuentros como yo los podía tener con otros compañeros, otros profesionales. No.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pero, independientemente del contenido de la reunión, porque usted no estaba, entonces pudieron contárselo o no, sí que le consta que a primeros de año pasaban todos los directores de los medios por el despacho del señor vicepresidente.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Recibía visitas a comienzos de año, a mediados de año y a finales de año. Lo que trataran particularmente en esas reuniones... mire, al señor De Santiago-Juárez lo va a tener usted aquí como compareciente, pregúnteselo a él.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Otra pregunta. ¿El algún momento algún medio le transmitió algún tipo de malestar por la gestión y el reparto de la publicidad institucional en Castilla y León?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Recuerdo de alguna manera muy puntual, quizá coincidiendo en algún evento o en algún lugar, que algún director estuviera preocupado por haber efectuado una campaña y... y pues que a lo mejor no se le hubiera pagado en ese momento, lo que fuera. Un comentario menor, que yo, en todo caso, le decía a esa persona que se dirigiera a la Consejería que le correspondía, no a mí, porque yo es que hasta desconocía las situaciones que a veces... Insisto, de manera muy puntual y en encuentros casuales, no reuniones *ad hoc*, podía recibir, ya le digo, como comentario por parte de alguna persona. Pero, insisto, de manera muy muy puntual, y al cabo de ocho años.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Algún medio en algún momento le requirió información sobre el propio reparto de la publicidad institucional, dado que... que era un poco difícil acceder a la información desglosada? No sé si en algún momento se dirigió a usted algún medio para... para conocer el reparto.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Sí. Sí, sí, sí. En algunas ocasiones se dirigieron a nosotros. Nosotros lo que hacíamos era dirigirles directamente a la normativa existente, a los procedimientos y al acceso directo a todos y cada uno de los contratos, que, como anteriormente he citado, se puede consultar; ustedes, nosotros, quien esté viendo ahora esta grabación o esta emisión. Con lo cual, tenían toda la información.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Pero claro, eso tampoco es del todo cierto, porque hemos visto, al realizar los expedientes, que se acudía mucho al contrato menor, pero además con anticipo de caja fija, al cual no se le da publicidad.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Creo que hace unos minutos he dicho, señora Barcones, que soy un completo desconocedor de la Ley de Contratos del Sector Público. Yo, y reitero, desconozco el procedimiento administrativo para la gestión de la publicidad institucional.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, no, simplemente, un poco como conclusión, que al final se les remitía a un procedimiento donde no iban a poder acceder a la información, dado que esa información no estaba publicada. Pero bueno, como usted nos dice que de esa parte no conocía... Sí, porque había contratos menores con anticipo de caja fija que no se publicaban. Pero bueno, como usted no sabe de contratos y de gestión administrativa, no perderé el poco tiempo que me queda.

Me gustaría que nos explicara un poco cuál era la relación con los medios digitales; por qué con los medios digitales las campañas solo se hacían o replicaban en el presupuesto de la Consejería de Presidencia, con lo cual el resto de medios multiplicaban por 10 y los medios digitales solo tenían exclusivamente esa pequeña réplica que se hacía en Presidencia; y que si en ningún momento valoraron que, bueno, por la evolución que han ido teniendo los medios de comunicación, hay medios digitales que acceden... o a los que acceden muchos más ciudadanos, en este caso, por ejemplo, que a la prensa escrita o que... que otro tipo de medios de comunicación. Porque parece, a todas luces, muy insuficiente esa modificación que se hizo, dando solo acceso a Presidencia. Y esto a mí es algo que me perturba, el saber por qué solo se le dio acceso a Presidencia y no al resto de Consejerías.

**EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN
HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):**

Mire, yo quería recordar que el objetivo principal era coordinar un trabajo ingente que suponía que con cada una de las campañas hubiera que hacer inicialmente, fíjese, casi una treintena de adaptaciones de formatos a las particularidades de soportes publicitarios de los medios digitales. Gradualmente, lo fuimos reduciendo. Y, si no recuerdo mal, creo que al final, como Junta de Castilla y León, y nuestro área de identidad institucional hacía doce formatos de *banner*, de inserciones, etcétera. Y era la Secretaría General de la Consejería de la Presidencia quien tenía esa interlocución con los medios digitales. No tengo aquí los datos ni la información. Yo creo que con algún medio digital, desde luego, las Consejerías, cuando hacían sus campañas, hacían inserciones.

Y luego también aquí hay un matiz considerable. Los medios digitales, entendiendo que son aquellos nacidos y que son exclusivamente digitales; otra opción es los soportes digitales que las cabeceras de prensa de nuestra Comunidad han ido



creando y han ido consolidando. Le... le reitero lo que le acabo de decir: yo creo que por parte de la Consejería de la Presidencia lo que se quería hacer era unificar y facilitar un procedimiento pues que era bastante complejo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, yo creo que... que salían en una clara desventaja, dado que solo recibían de Presidencia. Pero bueno, a ver si el vicepresidente es capaz de explicárnoslo. Pero, claro, usted, como director de Comunicación de la Junta, ¿en ningún momento se percató de que se estaban haciendo cosas tan disparatadas como hacer campañas en Empleo, por ejemplo, para incentivar entre los ciudadanos el acceso digital a los instrumentos de la Junta de Castilla y León, y, en vez de hacerlo en medios digitales, se hacía en prensa escrita? No sé, ese tipo de cosas. Porque uno ve y dice: esto tiene que chirriar. O sea, tiene que haber un director de Comunicación que diga: a ver, esto es esperpéntico, estamos promocionando los medios digitales, ¿y no hacemos esa campaña en medios digitales?

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Precisamente porque el usuario que está en un medio digital viendo ese *banner* ya está haciendo uso del medio digital. No obstante, cuando nosotros recibíamos en la Dirección de Comunicación una creatividad para adaptarla a los formatos que hicieran falta, si a veces había alguna cuestión que yo personalmente veía que podía suponer una mala interpretación en el mensaje o lo que fuera, se lo trasladábamos como sugerencia al centro directivo correspondiente, sin entrar en decirle a la Consejería de turno o al centro directivo correspondiente cómo debía planificarlo.

Ese ejemplo que usted me pone, pues suele ser bastante habitual: por un lado, si uno se anuncia en un medio digital, tiene la posibilidad de que un *banner* te lleve a ese lugar que tú estás publicitando; pero también es cierto que, si tú publicitas esa nueva manera de comunicarte con el ciudadano, que es a través de los medios telemáticos, que lo hagas también en soportes impresos para derivar al lector hacia esa opción que tú estás planteando como Administración.

No le veo... habría que ver el caso concreto que usted cita.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, de todas las maneras, no sufra mucho, porque era imposible que eso hubiera pasado, dado que en la relación que se les dio a principio de año no había prevista ni un solo céntimo de publicidad institucional para ningún medio digital, dado que, como le he dicho, solo se hacía desde la Consejería de Presidencia. Entonces, es imposible que ni en materia sanitaria, ni educativa, ni de medio ambiente se pudiera hacer ninguna campaña en ningún medio digital, porque en esa relación -que usted no ha visto pero nosotros sí, porque en alguna Consejería han tenido la gentileza de guardarlo- no estaba previsto que ningún medio digital recibiera nada.

Me queda poco tiempo. Dos cuestiones. Una: el tema de las agencias de comunicación. ¿A usted nunca le chirrió que las agencias, por cada Consejería hubiera una suscripción igual, de igual dinero? Porque, claro, es que cualquier administrativista



diría: madre mía, esto parece una división en lotes, o un fraccionamiento de contrato. No sé. No sé si en algún momento se plantearon que había otro tipo de fórmulas, como poner negro sobre blanco, igual que se hizo con la televisión, que en Castilla y León hacía falta una agencia de noticias a nivel autonómico, y no cosas tan chirriantes jurídicamente como hacer una suscripción por agencia por cada una de las Consejerías. Porque, claro, si los sumas todos, es que alguno entraría hasta en el ámbito de los contratos de la Unión Europea.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Yo, a ese respecto, lo que le debo responder es que la contratación de esos servicios, que son servicios, de las agencias de noticias los hacían las Secretarías Generales. El valor que tienen las agencias de noticias va más allá del día a día del teletipo que está a punto de salir, sino sobre todo el peso que tienen como bases de datos. Eso es yo creo que reseñable, y debe constar.

Y ya le digo que, en cuanto a las contrataciones con esas empresas de comunicación, con las agencias de noticias, yo no las realizaba. Y también le digo: si en Castilla y León... si en Castilla y León hubiera, en lugar de tres agencias, cuatro o cinco, yo, como director de Comunicación, sí pediría disponer de esos cuatro o cinco servicios de noticias; lo mismo que tantas cabeceras hay en la Comunidad, y... y soy lector o suscriptor... No sé si me está entendiendo un poco la... la orientación, pero se lo digo -insisto- como director de Comunicación y como necesidad de herramienta de trabajo para los cometidos que a mí me... me competían.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, la cuestión... aquí hablábamos de otra cosa, y es que se hiciera una suscripción por cada Consejería; no que la Junta de Castilla y León tuviera acceso a esas bases de datos, sino que se fraccionara el contrato por cada Consejería. Eso es una cuestión muy distinta.

Pero mire, ya para acabar, solo dos cuestiones. Una: ¿usted considera que la pasada legislatura, legislativamente, fue una legislatura perdida en aras a haber dado más objetividad a todo el sistema de la publicidad institucional y que cuando se presentó un proyecto de ley en esta Cámara fue una oportunidad perdida no haber objetivado más esos criterios de reparto, que probablemente algún disgusto hubieran evitado?

Y, segundo, me casa muy mal -y ya como reflexión final- hablar de eficacia y de eficiencia de dinero público cuando llevamos diez sesiones de una Comisión de Investigación y todavía no hemos sido capaces de que nadie nos diga cuál eran los criterios objetivos por los que se repartía el dinero. Es muy difícil para los que trabajamos en la Administración hablar de eficiencia y de eficacia cuando somos incapaces de encontrar... -y hemos revisado todas las Consejerías- de encontrar un solo documento que, más allá de decir quién podía acceder, diga cómo se repartía el dinero. Y que, cuando tú ves en los expedientes que a principio de año ya se decía lo que recibía cada uno, uno piensa "en algún sitio tiene... o alguien, en la cabeza de alguien tiene que haber un criterio objetivo por el que esto se repartió o no". Pero es que somos incapaces de encontrarlo. Entonces, eso casa muy mal con ese objetivo general de la Administración de dar un buen gobierno, que está íntimamente vinculado y ligado a ser eficaz y eficiente en la gestión de lo de todos.



Simplemente, con eso, si me puede responder, acabar. Y agradecerle su comparecencia. La verdad es que me quedo muy intrigada de por qué usted era uno de los tres únicos comparecientes que quería el Partido Popular, con el cual usted trabajó en los últimos ocho años. Y, desde luego, que ellos deben de sospechar algo de usted que... que nos ha costado, a raíz de sus respuestas, encontrar. Muchas gracias.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

Gracias, señora Barcones. Usted apuntaba sobre el aprovechamiento legislativo en relación con la publicidad institucional la pasada legislatura. Hace unos minutos le hacía ese comentario. He estado revisando el Diario de Sesiones y leyendo con detenimiento aquel... aquel debate que, por parte del Grupo Parlamentario Socialista, defendió su portavoz, Luis Tudanca. He aludido a ello. Ustedes defendían ahí, a capa y espada, el Estudio General de Medios como la herramienta que debía seguir -y además por ley- la Administración autonómica para objetivar o para hacer un reparto de la publicidad institucional; cuando, además, fijese, la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación, cuando hace el EGM, lo basa... y sus resultados se basan en encuestas de recuerdo principalmente.

Es verdad, hay otras herramientas, pero hay tantas herramientas y la evolución de los medios de comunicación y los soportes publicitarios viajan de una manera tan veloz, que es que, volviendo a esta valoración sobre, legislativamente, lo que se podía haber hecho, yo creo que hubiera sido un error que eso... *[Murmillos]*. Sí, sí, sí, sí.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Un segundín, como comentario. Claro, pero no se admitió a trámite. Es decir, podíamos haber hablado del fondo de cuál era el sistema más objetivo para el reparto, pero aquí lo que pasó es que se entendió que no era necesario establecer criterios más objetivos, más transparentes, más concretos, para el reparto; que son cosas distintas. Es decir, el fondo del asunto hubiera llegado si... si se hubiera admitido a trámite -perdone la puntualización-.

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN HASTA DOS MIL DIECINUEVE (SEÑOR SALGADO LOSADA):

En todo caso, fijese, hay medios de comunicación de nuestra Comunidad que ya participan, junto con otros medios de comunicación y plataformas de medios de comunicación de otras partes de España, en plataformas de publicidad programática en Internet.

Ustedes, por cierto, en la campaña electoral en dos mil diecinueve eso lo hicieron bastante bien, curiosamente... *[risas]*... curiosamente, curiosamente, porque el EGM no mide esas cuestiones. Ustedes hicieron una buena planificación. Sí, sí. No me duelen prendas, señora Rubio, en decirlo; y no se lo digo, de verdad, con... con ninguna vuelta de hoja, ni ninguna... No. Ustedes lo hicieron bien, porque aprovecharon muchas de las herramientas de la publicidad que están al alcance de cualquier anunciante, y ustedes, en ese caso, fueron anunciantes.

Concluyo, si me permite, presidenta, dándoles las gracias a ustedes por, principalmente, el... el tono. Señora Barcones, yo tengo una buena consideración de usted. Los primeros minutos... vale, no vamos a pedir amparo nuevamente... no va



a hacer falta pedir... pedir amparo. Y, de verdad, si, como profesional de la comunicación y como responsable público, en algo les he podido ayudar o... u orientar o hacerles constar aquí, pues, desde luego, lo he hecho con el convencimiento de esa responsabilidad pública, no solo por estar obligado por un requerimiento para venir a esta Comisión. Y créanme que, de verdad, aunque esto sea una Comisión de Investigación y no un grupo de trabajo, es necesario -y se lo reitero- que, aunque sea vía enmiendas, en la próxima ley de transparencia, acceso a la información pública y su reutilización, o como ustedes consideren, que articulen los mecanismos necesarios para que todas las Administraciones públicas avancen, al menos, como ha avanzado la Junta de Castilla y León en estos años. Y todo lo que avancen más será en beneficio de todos, de todos nosotros.

Así que muchísimas gracias. Y muchas gracias, presidenta.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias. Ahora habría un turno de diez minutos para el compareciente, pero imagino que no... no desea utilizarlo. Muy bien.

Pues, finalizada la comparecencia, despedimos al señor compareciente, al señor Salgado, reiterándole nuestro agradecimiento por su valiosa aportación a los trabajos de esta Comisión.

Y, no habiendo más asuntos que tratar, cerramos la sesión. Gracias.

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