



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

PRESIDENCIA

DOÑA MARÍA MONTERO CARRASCO

Sesión extraordinaria celebrada el día 13 de enero de 2021, en Valladolid

ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de D. Luis Jaramillo (Directivo de COPE en los años 2014-2019).

SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las trece horas quince minutos.	10492
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.	10492
Primer punto del orden del día. Comparecencia.	
La letrada, Sra. Seseña Santos, da lectura al primer punto del orden del día.	10492
Intervención del compareciente, Sr. Jaramillo Guerreira, directivo de COPE en los años dos mil catorce-dos mil diecinueve, indicando que no utilizara su turno inicial.	10492
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	10492
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Jaramillo Guerreira, directivo de COPE en los años dos mil catorce-dos mil diecinueve.	10492



	<u>Páginas</u>
Intervención del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular).	10501
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Jaramillo Guerreira, directivo de COPE en los años dos mil catorce-dos mil diecinueve.	10503
Intervención del compareciente, Sr. Jaramillo Guerreira, directivo de COPE en los años dos mil catorce-dos mil diecinueve, indicando que no utilizará su turno final.	10512
La presidenta, Sra. Montero Carrasco, levanta la sesión.	10512
Se levanta la sesión a las catorce horas cinco minutos.	10512



[Se inicia la sesión a las trece horas quince minutos].

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Se abre la sesión. Buenos días, señorías. Lo primero de todo, disculpar por haber retrasado la sesión. Pero bueno, como saben, me ha surgido un contratiempo. Y antes de comenzar, quiero recordar a los señores procuradores y a los asistentes a esta sesión que, de conformidad con los criterios fijados por la Presidencia de la Cámara y por las autoridades sanitarias, es obligatorio el uso de las mascarillas en todo momento, incluso cuando se esté en el uso de la palabra, salvo causa justificada.

Por la señora letrada se da lectura del orden del día.

Comparecencia

LA LETRADA (SEÑORA SESEÑA SANTOS):

Punto del orden del día: **Comparecencia de don Luis Jaramillo (Directivo de COPE en los años dos mil catorce-dos mil diecinueve).**

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Gracias, señora letrado. Dar la bienvenida al señor compareciente a esta Comisión de Investigación, confiando en que las informaciones que pueda proporcionarnos serán útiles para el desarrollo de la labor que tiene encomendada.

¿Desea el señor compareciente hacer una... una exposición inicial de diez minutos?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Buenos días a todos. Nada que apuntar.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muy bien, gracias. En este caso, continuamos con el turno de los portavoces. En primer lugar, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, durante un tiempo máximo de treinta minutos para realizar preguntas que serán contestadas por el compareciente, la procuradora doña Alba Bermejo.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchas gracias, señora presidenta. Buenos días. Me gustaría dar la bienvenida al compareciente, a don Luis Jaramillo, como director de COPE, a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León, entre el período dos mil catorce y dos mil diecinueve.

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



EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Buenos días. Yo soy el representante legal de la Cadena COPE en Valladolid, de una forma directa, y en la coordinación de todo el circuito de emisoras de la cadena en Castilla y León. Por tanto, la supervisión de todas las tareas que tienen lugar en nuestras delegaciones, en la delegación de Valladolid y Palencia en particular, y del resto de la Comunidad, en materia de coordinación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Era usted el enlace directo de su medio de comunicación con la Consejería competente en la relación al proceso de adjudicación de las partidas de publicidad institucional?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo, como representante regional de la Cadena COPE, era quien tenía la relación en aquel momento, y la tengo hoy día, con la Junta de Castilla y León. Y si usted se refiere a que si era yo la persona que hablaba con la Consejería de Presidencia, le diré que sí, yo era la persona que hablaba con la Consejería de Presidencia.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Sabe usted cómo justificaba la Junta de Castilla y León el reparto que había hacia cada medio de comunicación, en relación a publicidad institucional?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Nunca se nos dijo la forma que... en la que la Junta de Castilla y León llevaba a cabo el reparto de la publicidad institucional, simplemente, se nos comunicaban las campañas y nosotros procedíamos a la emisión de las correspondientes cuñas publicitarias, en la mayor parte de los casos.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Cuándo se les informaba de... del montante de campañas? ¿Al inicio del año? ¿O... o durante todo el curso del... del año?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

A principios del año solía haber una reunión, que no siempre se mantuvo, sobre todo... en algunos años sí que tuvo lugar, con el consejero de la Presidencia, donde, de acuerdo con el histórico que teníamos en la relación de nuestros medios, pues se nos daba una orientación sobre si se podría mantener las inversiones o podrían aumentarse en otro lugar. Pero en ningún caso, entonces, se nos decían cantidades concretas, y mucho menos cantidades por campaña concreta.



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Esta reunión era de carácter individual o colectivo con otros medios, en su caso radiofónicos?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

En mi caso era individual.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento mandaron datos de audiencia, correspondientes a su medio, a la Junta de Castilla y León, en este caso a la Consejería de Presidencia?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Pues mire, si le... si le soy sincero, no recuerdo si en aquel momento exactamente. Si le... tuviera que decirle que hoy día sí facilitamos los datos a la Junta y supongo que entonces también los facilitaríamos. Estudio General de Medios, que es el control que tenemos en la radio.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entiendo que... que facilitaban esos datos para que hubiera una correlación con respecto a la inversión en publicidad institucional o plan de medios.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No, nosotros, si facilitábamos esos datos, que, por otra parte, son públicos y se pueden consultar en la página correspondiente del Estudio General de Medios, facilitamos para contar cuál era nuestra realidad en la Comunidad Autónoma de Castilla y León. La forma en que luego se realizara, eso es algo que no me consta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y le consta si la Consejería tenía a su disposición -como bien dice, son datos que son públicos-, pero si contaban con estos datos objetivos, en cuanto a audiencias... en su caso, EGM, o en otros medios, número de lectores, visitas, suscriptores, etcétera? ¿Conocía cuál era el criterio de la Administración?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En ningún momento lo planteó?



EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Formalmente, no. Es decir, formalmente, nunca se planteó; en... en conversaciones en determinados momentos. Supongo que todos los medios de comunicación consideramos que tenemos o que... que pensamos que podemos tener más participación, y en algún tipo de conversación se pudo plantear; pero formalmente, no.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Si formalmente no se planteó, cuando se planteó informalmente, ¿en qué ámbito?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

En el ámbito de la relación propia que puede tener... que puedes tener como representante institucional de un... de un medio de comunicación con... con un responsable político en un momento determinado. Y... y, además, supongo que no estamos hablando específicamente del consejero de la Presidencia, sino que nosotros manteníamos relación con las distintas Consejerías, porque las campañas no las... no las hacía la Consejería de Presidencia, las hacían cada una de las Consejerías.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Es cierto que las campañas no solo radicaban de la Consejería de la Presidencia, pero sí era la Consejería de Presidencia quien ordenaba al resto de las Consejerías el montante destinado por medio... en relación a una serie de criterios que a día de hoy desconocemos. De ahí, que es... que se ha iniciado esta Comisión de Investigación. Entonces, sí que... cuando usted se... habla de otras Consejerías, ¿con... con qué personas hablaba de otras Consejerías?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Generalmente, con Asuntos Económicos. Y en algunas ocasiones hablábamos con los secretarios generales. Han pasado muchos años, yo no le puedo decir exactamente con qué Consejerías, hablábamos con unos y en otros casos; pero siempre, siempre acabábamos con Asuntos Económicos, porque al final es una relación contractual.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Usted, como... como director y representante legal en COPE Valladolid, Palencia, y, al final, a nivel regional también, ¿considera que las distintas acciones en los medios de comunicación había igualdad en el reparto por provincias, en cuanto a su medio, por ejemplo?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Mire, en el caso de nuestro medio, nunca se hicieron campañas provincializadas. Siempre eran campañas para el circuito de Castilla y León. Y yo, si le soy



sincero, me preocupaba de lo mío, de cuál era la situación en la relación con la Cadena COPE. Lo que pudiera pasar con otros medios no era de mi incumbencia.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Al hacer campañas regionalizadas, como... como usted bien ha dicho, ¿entiende que es un criterio menos objetivo?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Eso es algo que se lo debería usted preguntar a... a los responsables de la Junta de Castilla y León. Nosotros recibíamos la orden de emitir en circuito y procedíamos a... a hacerlo, con la Junta de Castilla y León y con cualquier cliente privado.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Desde su... su punto de vista y por su gran trayectoria, ¿cómo cree que debería de haberse hecho el reparto de publicidad institucional por parte de la Junta de Castilla y León? Y me dirijo a usted como un técnico en comunicación.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No sé cómo lo realizaba la Junta de Castilla y León, pero creo que hay criterios que pueden ser utilizados y que son... y que... yo le puedo dar aquí una opinión estrictamente personal. Evidentemente, hay unos... hay unas mediciones, pero también hay unos parámetros dentro de esas mediciones, no solamente es el número de oyentes, sino también en... en tramos de edad, clase social, etcétera, etcétera, que pueden ser interesantes para el cliente y, de hecho, muchas campañas en muchos ámbitos se planifican de esa manera.

Lo que te... cómo lo haga la Junta de Castilla y León, yo no se lo puedo decir. Es decir, nosotros recibíamos una orden, bien directa, bien a través de una agencia, y procedíamos a ejecutarla.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Ya que entiendo que usted tiene una opinión personal y... y que se sustenta en base a lo que usted ha vivido en su trayectoria profesional, ¿en algún momento esa opinión se la trasladó a alguien competente en la Junta de Castilla y León a la hora de adjudicar las partidas presupuestarias para la publicidad institucional?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Tal vez la única opinión que... que hemos trasladado, y ha sido en varias ocasiones, es que creíamos que, de acuerdo con los niveles de audiencia del sector, del medio radio, la radio tenía un tratamiento inferior al que tenían otros medios de comunicación u otros sectores de la comunicación; no medios concretos, sino sectores.



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y la respuesta fue?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Nunca ha habido respuesta.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entiendo que esta es una conversación que podía estar a la orden del día entre sus compañeros de profesión y directivos de... de otras emisoras radiofónicas.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Entenderá usted que yo no voy a desvelarle aquí las conversaciones que pueda tener con otros compañeros de medios de comunicación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Le hubiera parecido más acertado que cada Consejería tuviera su propio criterio, y no solo que radicara desde Presidencia el criterio a la hora de adjudicar unas partidas a unos medios u otros, ya que, como... pues como bien dice, puede ir encaminado a un sector de la población distinto, ya sea poblacional o simplemente de actividad, por ejemplo, agricultura o... o familia?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Pero es que a mí no me consta que los criterios para la... para la realización de las campañas los dictara exclusivamente la Consejería de Presidencia. Entonces, no puedo decirle cómo lo hacían. Entonces, cualquier opinión, en ese sentido, entraría en... posiblemente, en colisión con lo que sucedía.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Por qué cree que algunos medios que no eran radiofónicos tenían más partida presupuestaria que... que otros?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No me lo pregunte a mí, yo no le puedo responder a eso. Tendrá que preguntárselo a quien lo... a quien hacía ese reparto o a quienes hacían ese reparto.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Cómo cree que debería haber sido el... el reparto publicitario? ¿Como se venía haciendo, primando a la prensa escrita? ¿Dejando a un lado la digital y... y en medio la radio?



EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo creo que cualquier campaña se debe planificar en función de unos objetivos, y en función de esos objetivos se eligen los soportes que se deban de realizar. Tendrá usted que preguntar a quienes lo hacían qué criterios seguían para ello.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Sin entrar en datos concretos, porque es una empresa privada y usted no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión de las cifras, la publicidad institucional, tanto la que anualmente se le daba desde las distintas Consejerías al medio COPE como aquellas otras acciones puntuales que se hacían desde la Junta de Castilla y León, ¿suponían un porcentaje lo suficientemente elevado e importante dentro de las cifras de negocio de su medio?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

En ningún caso eran determinantes para la viabilidad de la Cadena COPE. Ni con mucho.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Porcentualmente lo puede cuantificar?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No le voy a facilitar datos concretos. Tiene usted acceso a la... cuando se han publicado y a la... a la información desde la propia Junta, y sabe usted lo que... lo que se hizo. Las cuentas, por otra parte, de la Cadena... de la Cadena COPE están en el Registro y se pueden consultar.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

De ser así, entiendo que ese impacto sobre la viabilidad económica del medio podría hacer que en ningún caso las informaciones se trataran de... de una manera distinta, en correlación a... a la financiación que podía adjudicar la Junta de Castilla y León.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Es que no tiene nada que ver. Una cosa es la información y otra cosa es la gestión publicitaria, que es lo que se llevaba a cabo en este caso. Con lo cual, si usted lo que trata de preguntarme es si recibíamos algún tipo de presiones, ni las hubiéramos consentido ni las recibimos.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Se ha adelantado a mi pregunta, porque sí que le iba a hacer esa cuestión. Y es que si en algún momento usted, como director regional, recibió llamadas



o avisos de algún miembro de la Junta de Castilla y León insistiendo, pues, por ejemplo, en el criterio de proporcionalidad a la hora de tratar sus informaciones.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo creo que la pregunta está contestada.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entiendo que la línea editorial jamás estuvo vinculada a la cuantía económica que podría destinar la Junta de Castilla y León, ¿verdad?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Jamás ha estado vinculada. No... son dos campos completamente diferentes.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Le insisto una vez más: ¿qué relación tenía usted con el exconsejero de la Presidencia?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Él era el consejero de la Presidencia y yo el director de la Cadena COPE. No... no había más relación.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Todos los encuentros que mantuvo con De Santiago-Juárez fueron formales en cuanto a hablar de la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Hubo más... hubo más reuniones con... con el consejero de la Presidencia para hablar de la... de la propia actualidad política, de la propia situación de la Comunidad Autónoma. Es algo habitual en la práctica entre medios de comunicación y responsables de las Administraciones.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Realizaba COPE alguna acción de patrocinio financiada por la Junta de Castilla y León?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No, solamente hacíamos campañas y emisiones en antena. Nunca hicimos patrocinios.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Una vez más le insisto en si me podría dar su punto de vista técnico, como... como bien le he dicho, sobre el tipo de fórmula de adjudicación de las distintas partidas económicas a un medio u a otro. Y siento reiterar en mi pregunta, pero es algo que para nosotros, para nuestro grupo parlamentario, es muy importante tener esa visión técnica por parte del medio de comunicación.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Pero mire, señoría, es que yo creo que este no es el foro para eso. Es decir, yo creo que esta es una Comisión en la que se trata de analizar la forma en que fueron adjudicadas una serie de campañas, en nuestro caso, durante un período de tiempo, no la forma en que nosotros creemos que se debe hacer una cosa u otra. Eso es algo que puede tener otro foro, un foro de... yo qué sé, abierto para... para buscar fórmulas de otro tipo, pero no para esta Comisión, o para el objeto de esta Comisión.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entonces, ¿por qué cree que se ha creado esta Comisión de Investigación?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

¿No le parece que eso lo tendrán que... que decir ustedes? Nosotros no tenemos nada que decir. Son ustedes los que nos han llamado.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Qué le parece esta... esta afirmación: "Gobierno arrogante y prensa débil hace que haya desinformación"?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo le insisto, señoría, yo creo que no hemos venido aquí a verter opiniones sobre comentarios -que me imagino que eso estará sacado de algún comentario de algún artículo de prensa, que no... que no lo sé-. Yo creo que no es el lugar ni el momento. Entonces, opiniones personales, yo creo que tampoco tiene mucho sentido en este momento.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Compartiré conmigo, señor Jaramillo, que el modelo de negocio ha cambiado en la prensa, en... en la radio, y... ¿no es mejor que las reglas de reparto del juego, al final, de la publicidad institucional, sean compartidas por todos, ya sea por los medios de comunicación como por la Administración, y que de cara a la ciudadanía se vea una gestión transparente?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Nada que objetar a esa afirmación.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Pues, por mi parte, eso es todo. Muchas gracias por sus respuestas, y espero que sirvan para... para hacer unas conclusiones eficientes, de cara a esta Comisión de Investigación. Gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

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

EL SEÑOR GARCÍA NIETO:

Gracias, presidenta. Buenos días, señor Jaramillo. Bienvenido, y además me alegra de verle, desde hace mucho tiempo que no coincidíamos, así que bienvenido a... a esta casa.

Mire, en nombre del Grupo Popular, le voy a hacer dos consideraciones. La primera, le quiero decir que esta Comisión responde al cumplimiento del punto decimotercero del acuerdo de Gobierno de esta Comunidad entre el Partido Popular y Ciudadanos, con el fin de conocer y, sobre todo, de demostrar que la gestión de la financiación y los planes de medios de la Junta de Castilla y León, durante el período que investigamos, que es el catorce al diecinueve, fue impecable. Se actuó siempre con absoluta legalidad y con criterios objetivos de reparto, buscando la mayor eficiencia en la información al ciudadano y en la comunicación de la actividad institucional.

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

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

La segunda cosa que le quiero decir es... que le quiero dejar claro es que el Grupo Popular tan solo ha pedido la comparecencia de tres personas: el consejero de la Presidencia de aquel momento, el secretario general de la Consejería de Presidencia de aquel momento y el director general de Comunicación de la Junta de Castilla y León, también, del período investigado.

En consecuencia, este grupo no ha registrado ninguna solicitud de comparecencia ante esta Comisión de representantes o responsables de los medios de comunicación. Lo voy a repetir: no hemos registrado ninguna comparecencia ante esta Comisión de representantes o responsables de los medios de comunicación.



Por lo tanto, que quede claro, que le quede claro a usted y que les quede claro a todos, que nosotros no pedimos su presencia ni la de ningún otro responsable de medios de comunicación. Está usted aquí a solicitud del Partido Socialista y del Grupo Ciudadanos. Quiero que lo sepa.

Para nosotros han comparecido ya todos los responsables políticos que han tenido competencia en materia de comunicación en el período investigado. Y de sus comparecencias hemos podido deducir que en materia de contratación y de gestión de medios las cosas se han hecho bien. Lo repito, algo que ya sabíamos, y que, a la vista de la documentación examinada y de los distintos testimonios, hemos podido verificar.

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

Le he dicho antes que nosotros no habíamos pedido ninguna comparecencia. Ahora le van a decir -ya se lo anticipo- que el Grupo Popular ha querido sentar solo a algunos medios y no a todos. Pues no, que quede claro que nosotros no hemos pedido la presencia de ningún medio, ninguno. Ni uno ni tres ni cinco, ningún medio de comunicación. Y le van a decir que es que queríamos poner el foco solo en algunos medios y no en todos. No, no, nosotros en ningún medio, le repito. El PSOE sí ha puesto el foco sobre todos los medios, que es el que ha pedido que vengan todos. Se lo anticipo porque, como ya no es usted el primero, sino que llevamos varios, pues ya sé lo que le van a decir.

Nosotros nos tomamos muy en serio -porque también le van a decir que es que para nosotros esto es poco menos que un pitorreo-, y le voy a decir que le... que nosotros tomamos... nos tomamos muy en serio el trabajo parlamentario, pero para nosotros es suficiente la presencia de los responsables políticos. Ya tenemos suficiente información y muy clara la opinión sobre el funcionamiento de la gestión de medios.

Por esta razón, porque consideramos que no existe ninguna duda respecto a su actuación, ni por razones de oportunidad, ni por razones de legalidad en los servicios de comunicación requeridos por la Junta de Castilla y León, este grupo parlamentario, el Grupo Parlamentario Popular, no le va a formular ninguna pregunta.

Muchas gracias por su trabajo, muchas gracias por su colaboración, pero, sobre todo, muchas gracias por su independencia. Gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

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



LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Gracias, presidenta. Buenos días, señor Jaramillo. Gracias por asistir a esta Comisión de Investigación, porque sí, esto es una Comisión de Investigación. Estamos en el Parlamento autonómico de Castilla y León y uno de los instrumentos que mayor contundencia tienen es una Comisión de Investigación.

No me extraña que en el Partido Popular tengan que hacer esa petición de disculpas previas porque es muy difícil de explicar lo que está ocurriendo aquí, y es muy difícil que uno para justificar su pacto de Gobierno, denominado por nosotros "pacto de la rapiña", ponga de manifiesto que tienen que someter a este estrés a los medios de comunicación de Castilla y León; ellos hubieran estado dispuestos a todo por gobernar, y esto es buena prueba, que como uno puede decir en la misma frase: todo está bien hecho, pero creamos una Comisión de Investigación, porque lo importante era seguir en las sillas, aunque tengamos este sainete y este dislate cada día en una Comisión de Investigación que -sí- se crea por ese acuerdo de la rapiña, en la que quien la crea, vienen los comparecientes y no les formulan ninguna pregunta; algo que para nosotros es una falta de respeto.

Pero, sobre todo, la falta de respeto hacia las instituciones de Castilla y León. Una Comisión de Investigación es una cosa muy seria. Podían haber hecho un grupo de trabajo. Llevan 33 años haciendo grupos de trabajo, que hubieran hecho otro, y así le habíamos preguntado las preguntas que le han formulado hasta este momento. Porque las preguntas que le han realizado son más propias de un grupo de trabajo, donde se quiere conocer cuál es el parecer de... de los expertos, de los máximos responsables de los medios de comunicación de nuestra Comunidad para mejorar un... para mejorar un modelo, pero no una Comisión de Investigación. Porque una Comisión de Investigación, precisamente, y como su propio nombre indica, investiga posibles irregularidades, en este caso desde el ámbito y de la... desde la responsabilidad política.

Claro, cuando intentan justificar el... el que vengan los medios, es que esto ha llegado a un esperpento tal que quien creó la Comisión de Investigación pretendía, además, que solo vinieran algunos medios de comunicación, que eso era algo que, lógicamente, el Grupo Socialista no iba a consentir de ninguna de las maneras porque ya suficiente deterioro de la propia imagen de las instituciones se está produciendo sin ninguna necesidad.

Yo sí que le digo y le anticipo que por parte del Grupo Parlamentario Socialista seguimos teniendo la misma opinión que teníamos. Y es que Castilla y León necesita una ley de publicidad institucional que recoja la transparencia y la objetividad como garantía, pero como garantía para los ciudadanos de Castilla y León, para la ciudadanía de Castilla y León, para los medios de comunicación y también para las propias instituciones. Esto se podría haber solucionado. Se podría haber solucionado hace muchos años, cuando nosotros ya trajimos a este Parlamento esa necesidad. Porque lo cierto es que, a la vista de la documentación obrante de... que se nos ha facilitado en esta Comisión de Investigación, lo que queda claro es que no hay criterios objetivos o que no se han explicado para el reparto. Y ahora le preguntaré sobre eso.

Pero, claro, sí que quería comenzar con la constitución de esta Comisión de Investigación, y algo que para nosotros es muy grave y... y que queremos, bueno, pues que nos dé su parecer, aunque el nuestro es claro.



Se ha intentado hacer una responsabilidad compartida, entre la Administración y los medios de comunicación, de cómo se efectuaba el reparto. Para el Grupo Parlamentario Socialista es algo unilateral de la Junta de Castilla y León, y eso ha quedado comprobado por la documentación obrante. La Junta decidía cómo y a quién le otorgaba la publicidad institucional. Pero, claro, quien hoy es vicepresidente de la Junta de Castilla y León, consejero, vamos, lo es todo, él... él lo es todo en esta... en la Junta de Castilla y León, ha hecho declaraciones diciendo: "Sin la libertad real de los medios no tendremos una Comunidad libre". Y esto es muy grave de alguien que ostenta la responsabilidad que ostenta.

¿Usted considera que no ha habido libertad real de los medios de comunicación en Castilla y León?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo creo que ha habido libertad en los medios de comunicación, y los medios hemos sido libres, y particularmente nosotros, que es el que puedo hablar en primera persona, somos libres. Hemos sido y somos libres.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Muchas gracias. También, quien es vicepresidente, consejero de todo, todo en esta Comunidad, ha dicho, sobre el estado de salud de la comunicación en nuestra Comunidad, que... que tiene que ser objetivo medible, evaluable, con criterios objetivos, y en ningún caso arbitrario, opaco y no transparente. ¿Usted considera que el reparto de la publicidad institucional era arbitrario?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo... yo no puedo evaluar que fuera arbitrario en ningún momento, porque no me consta. O sea, sé las campañas que recibíamos nosotros, y... y es de lo que puedo venir a hablar aquí. Es decir, campañas que recibíamos nosotros, a través de las... las convocatorias que se hacían en muchos casos, nuestra negociación con Asuntos Económicos o con el secretario general, pero a mí no me consta que hubiera arbitrariedad en el reparto.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

También el vicepresidente, consejero de todo, todo en la Junta de Castilla y León, asevera que se ha tratado de manera diferente en función del grado de relación con uno u otro medio y que esto es un hecho comprobable. Nosotros lo que hemos podido comprobar es que no se han expresado criterios objetivos, que probablemente hasta los haya, pero... pero no se han expresado. Pero, claro, decir que es un hecho comprobable que, en función del grado de relación con uno u otro medio, se ha dado distinta financiación a través de la publicidad institucional, de quien es el vicepresidente de la Junta de Castilla y León, nos parece muy preocupante. ¿Usted ha percibido esto de alguna manera?

**EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):**

Le reitero lo dicho anteriormente, yo no lo he percibido. En cualquier caso, sobre ello tendrá que dar cuenta el propio vicepresidente, de por qué ha hecho esas afirmaciones y en qué contexto las ha hecho.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro, el problema de hablar tanto es que se dice lo... se dicen tantas cosas, claro. Lo... lo que para nosotros sí que es importante es discriminar y discernir claramente en esta Comisión de Investigación si la responsabilidad es exclusiva de la Junta de Castilla y León o había complicidad de los medios. Porque, lógicamente, para influir, uno no solo tiene que intentar influir, sino que haya otro que se deje influir. Y es que, a la vista de los hechos, lo que ha quedado claro es que era la Junta de Castilla y León quien, en la reunión de secretarios generales, sin membrete y sin firma, daba a cada secretario general de cada Consejería una relación con lo que iba a percibir cada medio a lo largo del año.

Es decir, el procedimiento de contratación, la concurrencia competitiva, el esfuerzo, la capacidad que hubiera a lo largo del año, eso daba igual, porque a principio de año se decía: "Para la COPE va a haber esto y va a haber esto, para esRadio va a haber esto y va a haber esto, y para cada medio va a haber lo que va a haber, y punto y se acabó". Por lo tanto, claro, intentar... decir o insinuar o hacer preguntas tendentes a que los medios participaban de alguna manera, máxime teniendo en cuenta, y... y esta es la pregunta: ¿cómo lo valoraron ustedes, cuando en dos mil catorce la... de forma unilateral, el Partido Popular, al frente de la Junta de Castilla y León, decide acabar con la Comisión Autónoma de Publicidad Institucional, donde estaban representados los medios y donde se hacía, bueno, pues de manera participada ese reparto de la publicidad?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

No es que no quiera contestarle, es que no recuerdo la participación en ninguna reunión de aquel... de aquel órgano. Es que no lo recuerdo, sinceramente.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, sí, es porque intentaron que eso no se llegara nunca a producir, que son los mismos señores que... que hubieran cerrado la Comisión de Investigación la misma mañana que la abrieron para decir que todo estaba bien, en una actitud que nosotros consideramos muy infantil, porque crear una Comisión de Investigación porque te lo ha pedido tu primo, para decir a los cinco minutos que todo estaba bien hecho, pues demuestra una actitud muy infantil y, desde luego, falta de seriedad.

Nosotros, como ya hicimos la pasada legislatura, hemos vuelto a traer a este Parlamento una propuesta de modificación de la Ley de Publicidad Institucional, porque consideramos que tiene que ser un derecho para todos tanto la objetividad como la transparencia en todo el proceso y la necesidad de que haya control parlamentario, así como que la Comisión Autónoma de Publicidad Institucional esté compuesta también por las organizaciones representativas de... del sector de los medios y por



expertos independientes, y que no sea solo una cocinita que se hacen los secretarios generales, donde uno manda a los demás, sino que el propio sector esté también representado y participe de esa programación. Porque, luego, a veces pasan cosas, como hemos asistido este año en el mes de diciembre, que en un mismo fin de semana hay siete campañas de publicidad institucional, que uno ya no sabe si es el informativo de la Junta o es que se ha equivocado uno al poner la radio o al abrir el periódico, por la falta de programación, de anticipación y, desde luego, la falta de capacidad de gestión.

¿Usted valora que sería positivo recuperar, tener esa Comisión Autonómica, donde los propios medios estuvieran representados, así como expertos del sector?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Yo creo que todo aquello que redunde en una... en dar más claridad a los asuntos, todo aquello que redunde en dar más eficacia a la... a la propia publicidad institucional, todo aquello que redunde en... a fin de cuentas, en lo que yo creo que es un objetivo que... común, en este caso, de todos, que es el bien de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, bienvenido sea.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Muchas gracias. Centrándonos ya en concreto en... en la radio, en cómo ha sido el reparto, cómo ha sido con su medio. Claro, lo que tenemos claro hasta ahora, lo que hemos... a través de las distintas comparecencias, y también de la documentación, porque nosotros sí que hemos ido a todas las Consejerías a ver los expedientes. Y fíjese que hasta en alguno hemos podido comprobar como hecho cierto -porque lo hemos visto con nuestros ojos- cómo el secretario general de Presidencia, intuimos, daba al resto de secretarios generales un papel sin membrete, sin firmar, donde les decía lo que le iban a dar a... a cada medio. Y, de hecho, aquí aparece su medio, las radios, cuánto iba a percibir en una Consejería determinada, en un ejercicio determinado. Y, claro, y nosotros vemos, por ejemplo, COPE Castilla y León, ese año en esa Consejería, 6.000 euros. Castilla y León esRadio, por ejemplo, 5.000. Una diferencia muy pequeña.

Pero, claro, es que en el mismo expediente nos encontramos cómo repartía, o sea, cómo tenía clasificada la Junta. Y nos dicen: "Plan de Medios. La compra de medios se realizará atendiendo a los siguientes criterios...". Ya lo de la compra de medios deja mucho de qué pensar. Pero, bueno, entendemos que será en un lenguaje coloquial. Aquí sí que hay membrete, por cierto, de la Junta de Castilla y León. Y dice: "Emisoras... emisoras de radio generalistas con emisión en circuito regional. Se ha establecido un sistema de tramos de audiencias para la compra, número de cuñas, hasta medios de menos de 75.000 oyentes, y número de cuñas, cada 75.000 oyentes, con el siguiente resultado. Diez cuñas por medio, incluyendo las que tengan menos de 75.000, y dos cuñas más por medio cada 75.000 oyentes más", y nos dicen que es en función al Estudio General de Medios.

Y, claro, aquí vemos, por ejemplo, COPE Castilla y León, *La Mañana*, 184.000 de difusión; esRadio Castilla y León, *Noticias*, 40.000 de difusión. Pero, claro, es que cuando vemos lo que se le otorga a cada medio, nos sorprende cómo es posible



con 184.000, 6.000 euros; y con 40.000, 5.000. Es decir, esto no... no tiene ninguna proporción ni ninguna lógica.

Y, claro, es que nos dicen en el Partido Popular que está bien claro, porque está en la ley. La ley no dice cómo se reparte. Está en las directrices generales, que ahí dice quién puede acceder. Es decir, qué medios pueden, tienen capacidad para contratar con la Administración publicidad institucional. Pero es que nadie nos dice en función a qué se hace el reparto. Y, claro, cuando uno se molesta en ir a las Consejerías, en ver expediente, expediente, y ve esto, uno dice: "Que alguien me lo explique".

Claro, ¿qué sería lo lógico, en un sitio lógico, con instituciones y responsables políticos lógicos? Que quien gestiona se siente ahí y explique por qué se ha hecho. Porque, si no, se intenta trasladar esa sombra de duda al medio, cuando el medio no participaba de nada de esto y, probablemente -ahora me lo confirmará-, ustedes ni lo supieran. Porque aquí nadie sabía lo que recibía el vecino ni... ni por qué criterio. Pero, claro, es que aquí tenemos por escrito con el membrete de la Junta que de 40.000 a 184.000, es que es cuatro veces más.

Y luego, la diferencia en dinero. Es decir, multiplicamos oyentes por cuatro, pero luego resulta que la cantidad solo es de 5.000 a 6.000. ¿Alguien nos puede explicar cómo repartían la publicidad institucional en la Junta de Castilla y León, que tan bien lo hacía?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Lo primero que le diré es que yo tengo... en este momento me entero de esas... de esos criterios que totalmente desconocía. Y luego, en la forma de... de las campañas, había Consejerías que estaban en unos medios y no estaban en otras, en otros medios. Entonces, yo no sé. Es que como no conozco el criterio de reparto que tenía la Administración, pues no le puedo dar respuesta a esa pregunta, ni mucho menos.

Es decir, yo le garantizo que me preocupaba de lo mío, de que las campañas se gestionaran bien, de que tuvieran buenos resultados en la medida de lo posible, de cumplir lo pactado, y poco más. Es que no le puedo decir más. Yo... estos datos me los está contando usted. Yo no los conozco.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro, esto es lo que nosotros venimos reclamando desde el principio de la Comisión de Investigación. Es decir, el Grupo Socialista nunca ha pedido una Comisión de Investigación. Lo que ha pedido ha sido criterios objetivos y conocidos por todos y participados para acabar con el runrún de la publicidad institucional y ser una garantía. Si nosotros lo que queremos es que haya una garantía para los medios, para las instituciones, para la ciudadanía, para todos.

Pero, claro, cuando uno abre una Comisión de Investigación y no un grupito de trabajo, tiene que... que ser honesto, sentarse y explicar las cosas bien, para no trasladar o no querer trasladar esa responsabilidad a los medios de comunicación. Porque a nosotros esta actitud infantil de quien gobierna esta Comunidad, y lo lleva



haciendo desde hace 33 años, de venir aquí y decir: "No, es que estaba todo bien". Oiga, que es que nosotros no queríamos la Comisión, pero la Comisión está abierta y hacemos nuestro trabajo. Y vamos a las Consejerías y sacamos los expedientes y los hemos visto uno a uno. Y hasta en alguna Consejería eran tan diligentes que por fin hemos encontrado cosas escritas de cómo lo hacían. Pero es que las cosas escritas no tienen una lógica, que a lo mejor hasta nos la explican y llegamos a entender cómo hacían todo este reparto. Pero es que no tiene una lógica.

Y siguiendo con la falta de lógica, y seguimos con los datos. Vemos, que es algo que... que nos sorprende, que mientras algunos medios de comunicación, de dos mil catorce a dos mil diecinueve, hasta triplican la cantidad que reciben de publicidad institucional, las radios son muy constantes, no... no se producen incrementos significativos. Pero, fíjese, en dos mil dieciséis advertimos una bajada importantísima. Y advertimos cómo las radios pasan de 407.000 euros a 294.000, de dos mil quince a dos mil dieciséis. Es decir, la radio, la publicidad institucional en la radio, en su conjunto, experimenta una bajada de un 25 %. Y decimos: vamos a los datos generales; es que a lo mejor hubo una bajada de un 25 % en toda la publicidad institucional. Pero no, pasamos en dos mil quince de 13.387.699,87 -que hemos sacado hasta los céntimo-, a 12.400.834,04. Es decir, baja un 8 %.

¿Ustedes saben, o alguien les dio una explicación, por qué si la publicidad institucional global en Castilla y León bajaba un 8 % a las radios bajó un 25?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Explicaciones no se nos dieron en ningún caso. Y, en cualquier caso, la afirmación o los datos que usted aporta solo hacen que fortalecer la afirmación o la percepción que yo antes le hacía pública de que la radio era tratada en inferioridad de condiciones con otro... con relación a otros medios. ¿Por qué? Hay que preguntárselo a quien lo hacía.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, en relación a... a esto que me dice, esto es algo que nosotros preguntamos al vicepresidente, porque nosotros podemos entender que haya medios que tengan mayores costes de producción, y que eso, de alguna manera, se hubiera intentado compensar, y esperábamos una explicación. Pero no, solo se dijo: mayores costes de producción. Claro, y es que es muy difícil entender cómo a lo largo del período investigado, de 80 millones de euros en publicidad institucional, a la radio solo va un 9,45 %, teniendo en cuenta si sumamos toda la difusión y todos los oyentes que... que tiene nuestra Comunidad.

Es que estaríamos hablando que en torno del total... del total de la población de Castilla y León, estaría en torno a un 40 % a lo que llega la radio, que yo creo que eso es algo muy difícil que... que ningún otro medio, por decirlo de alguna manera, pudiera llegar a ese tanto por ciento de la población. Y claro, vemos que de 80 millones solo llegan 7,5 millones a la radio -es un 9,45 %-, y choca mucho con otros medios, por ejemplo, la prensa escrita. Hombre, que... que inicialmente uno podría decir: "Hay mayores costes de producción, de alguna manera se ha compensado". Pero, claro, en este caso estamos hablando de 35 millones de euros, de un 43,5 %.



¿En algún momento alguien les explicó estas... estas diferencias tan extremas? Porque puede haber una pequeña diferencia que puede ser justificada, que... que puede tener su sentido. Es decir, hay mayor coste de producción. Pero, claro, para ser tan, tan, tan elevada esta diferencia. Y luego, cómo se... esa sería una pregunta. Y la otra sería: ¿cómo un medio de comunicación que tiene capacidad de llegar en torno al 40 % del total, solo se destina un 9,5 % del total de los recursos? Es que estas son cosas que no conseguimos entender ni que nadie nos las explique.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Como comprenderá, yo... yo tampoco se la puedo explicar. O sea, eso está más claro que el agua. Hay un hecho que... que sí hay que tener en cuenta y que yo creo que... que es evidente: la radio es... es hoy día uno de los medios con más penetración en la Comunidad de Castilla y León. Lo hemos defendido siempre y lo... y lo seguiremos defendiendo, porque... porque es así.

Nosotros, le insisto, nos dedicamos a gestionar las campañas que se nos encargaban. Es decir, esas campañas les dábamos difusión y nos preocupábamos de lo nuestro, de lo nuestro. Las... las cifras las hemos conocido años después. Es que no le puedo decir. Eso tiene usted que preguntárselo a quien hizo el reparto.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Es que, señor Jaramillo, tenemos un panorama. Los que nos han gobernado 33 años, todo está bien, no hay nada que explicar, porque todo estaba chupi y esta vez no han hecho de las suyas. Y claro, si hubieran trabajado media hora, verían que es que aquí hay cosas que explicar. No los medios, que no lo conocían, sino quien hacía el reparto que sea capaz de decir claramente por qué. Es decir, por qué, de 80 millones, va menos de un 10 % a las radios, pero no a la radio porque sea la radio, sino a quien tiene una capacidad de penetración en torno al 40 % de la población, que eso no llega ningún otro medio.

Es decir, se nos podría dar una explicación de "hay mayor coste de producción, en no sé qué tanto por ciento". En algún momento alguien estudiaría cuál era el mayor coste de producción. De hecho, el Grupo Socialista ha registrado esa necesidad de modificación de la Ley de Publicidad Institucional, donde consideramos que lo que tiene que primar, el... el principal criterio objetivo tiene que ser el número de oyentes, el número... el número de ciudadanos al que llega cada medio, pero también tiene que haber criterios correctores como el coste de producción, las condiciones laborales. Pero también la capacidad, en un territorio tan extenso, tan disperso, tan envejecido como tenemos en Castilla y León, de llegar hasta el último del vecino y vecina de esta Comunidad, que tenga garantizado ese derecho constitucional de acceso a la información.

O sea, para... para nosotros eso sí que es una... una preocupación, y fijar criterios objetivos. Pero, claro, hay tantas cuestiones que hasta podrían tener explicación. Es decir, porque uno intenta buscar la explicación, pero... pero nadie nos la da. O sea, alguien haría en algún momento algún estudio de costes de por qué de esa publicidad institucional cada ejercicio había medios... porque, además, hacían



como... como paquetes estancos. Porque esa es otra de las cuestiones que también hemos encontrado en otro de los expedientes: las radios iban por un sitio, la prensa escrita por otra, los digitales iban por otro, porque los incorporaron después.

Es decir, no había una bolsa general de publicidad institucional a la que podían acceder todos los medios. No, hacían como compartimentos. ¿Usted considera que hay que hacer compartimentos o que hay que dar acceso en igualdad a todos los medios, estableciendo unos criterios objetivos, con criterios correctores, pero una bolsa general?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Me pide una opinión particular y técnica que yo... yo no puedo facilitarle en estos momentos, porque creo que, a la hora de definir una serie de campañas o una política de comunicación, hay que definir una estrategia. Y conforme a esa estrategia, hacer el reparto en qué tipos de medios, en qué forma y en qué manera de hacer esa... Entonces, si yo no tengo acceso a la estrategia y a... y al objetivo final, difícilmente le puedo orientar sobre el reparto y la forma de hacerlo.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro, es por eso que... que el Grupo Parlamentario Socialista insiste en esa modificación de la Ley de Publicidad Institucional, de la necesidad de la creación de la Comisión Autonómica de Publicidad Institucional, para que los representantes de los medios y los expertos en comunicación participen de una estrategia que ha ido sin rumbo o, desde luego, con... no con el rumbo debido, que era repartir la publicidad institucional de tal manera que se favoreciera el acceso de todos los vecinos y vecinas de esta Comunidad. Es que precisamente ese es uno de... de nuestros objetivos. Es decir, que los medios participen para que esto no sea algo que llega el secretario general de Presidencia de turno, empieza a repartir papeles, esto a un medio, esto a otro, sin orden, sin concierto, sin saber por qué, sin tener objetivos.

Entonces, para nosotros hay tres cuestiones fundamentales: uno, esa Comisión -donde participen los medios y los expertos-, criterios objetivos y control parlamentario. Que dicen: "No... no tiene que haber control parlamentario". Pero ¿cómo no va a haber control parlamentario del dinero público y... y de cómo se hacen esas... esas propias campañas? Porque luego, claro, los expedientes administrativos son para verlos: contratos menores a granel, ajustados a las cantidades para que no saltaran... Claro, es que al final, cuando uno hace las cosas de... de manera extraña, pues acaba haciendo de manera extraña -por ser muy fina en la expresión- absolutamente todo. Y nos pasa así con toda la publicidad institucional.

Los patrocinios. Vemos que había medios que hacían patrocinios. Pero, claro, a nosotros se nos abren las carnes al ver que algunos de esos patrocinios, hasta incluso alguno... que dos meses después fue nombrado ministro, del mismo partido del que gobierna en Castilla y León. Pero, bueno, esos patrocinios, que alguno de esos patrocinios suponían un importe superior a lo que recibían algunos medios, como eran las radios, en todo el año. Es decir, es que aquí al final estamos gestionando dinero público, y... y ese dinero público hay que optimizarlo en la rentabilidad social que acaba teniendo para nuestra Comunidad.



Entonces, nosotros lo que pedimos es una explicación de cómo se puede gastar más en un patrocinio para un foro de un día de un señor que acaba siendo ministro de lo que sea, o de quien sea, da igual, da igual. Es decir, ¿qué estrategia había para que en un patrocinio de un día gastes más dinero de lo que recibía su medio en todo el año? ¿Alguna vez les dieron acceso a los patrocinios, les explicaron por qué se hacía así?

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

En... en la radio no hemos trabajado con la Junta de Castilla y León, en los últimos años, nunca con patrocinios. Tampoco los hemos planteado nosotros. Pero no lo puedo dar una respuesta; no... no la tengo. Nosotros no utilizamos ese sistema.

LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno, nosotros, un poco como conclusión y, por supuesto, agradeciéndole su comparecencia, agradeciéndole sus... sus respuestas en esta Comisión de Investigación, a modo de conclusión, sí que nos gustaría, ¿no?, el volver a poner de manifiesto que... que nosotros creemos que hay que... hay que objetivar a través de la ley porque la ley es la garantía.

Es decir, esto no se resuelve una mañana, para que no me pillen a contrapié, saco una orden. No, en la ley. La ley es garantía de objetividad y de transparencia. Es garantía de que todos sepamos, los medios, las instituciones, los vecinos y vecinas de Castilla y León, cómo se gasta nuestro dinero, el dinero de todos, de todos los vecinos y vecinas, en algo tan importante como es la publicidad institucional y, al final, la manera es por ley.

Para nosotros la ley tiene que tener tres cosas fundamentales. Criterios objetivos, para que no tengamos que volvernos a preguntar nunca las preguntas que nos estamos haciendo ahora, porque eso es algo que debería de conocer cualquier vecino de nuestra Comunidad que estuviera interesada. Segundo, consideramos que, en esa estrategia de publicidad institucional, en esa toma de decisiones tienen que estar representados los medios. Tiene que haber expertos para que no vuelva a pasar lo que ha pasado y lo que asistimos en el mes de diciembre. ¿Cómo puede haber en un fin de semana, en un día, siete, ocho campañas de publicidad institucional acumuladas? Pero si es que eso ni cumple el objetivo, es malo para el medio, para la ciudadanía, para la institución. Y... y nosotros consideramos que, a través de esa Comisión Autónoma de Publicidad Institucional, las cosas irían muchísimo mejor. Y ese control parlamentario.

Nosotros vamos a seguir trabajando en esa dirección. Hay cosas con los radios -que ya les hemos dicho- que no encontramos explicación, y que también nos preocupa el hacer esos departamentos estanco y que nadie nos explique por qué un medio que tiene capacidad de llegar casi al 40 % de la población, solo en ese reparto accede a un 9,5 % de los recursos, y cómo se explica que, teniendo clasificados a los medios por cuñas, por oyentes, luego haya estas discrepancias.

El objetivo final, al final, siempre tiene que ser mejorar, dirimir las responsabilidades políticas en el ámbito de una Comisión de Investigación. Lamentamos que se utilice de forma tan obscena instituciones y... y órganos tan serios como es



una Comisión de Investigación. Pero no es nuestra responsabilidad, no es nuestra decisión. Eso sí, asumimos siempre el trabajo con el mayor de los esfuerzos, pero la voluntad final del Grupo Socialista es la que ha sido siempre, mejorar Castilla y León, mejorar sus instituciones y, desde luego, preservar un derecho fundamental, que es la libertad de prensa. Muchas gracias por su comparecencia, y... y seguimos trabajando.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muchas gracias. Ahora, finalizado el turno de los portavoces, para cerrar la sesión, tiene la palabra, si lo desea, el señor compareciente, por un tiempo máximo de diez minutos.

EL SEÑOR JARAMILLO GUERREIRA (DIRECTIVO DE COPE EN LOS AÑOS DOS MIL CATORCE-DOS MIL DIECINUEVE):

Nada que añadir. Insisto, nos han llamado ustedes a nosotros; nosotros, aquí, lo que podemos aportar, lo que ustedes nos pregunten. Nada más.

LA PRESIDENTA (SEÑORA MONTERO CARRASCO):

Muy bien, gracias. Pues finalizada la comparecencia, despedirnos del señor compareciente, don Luis Jaramillo, y darle las gracias por su... por su valiosa aportación a esta Comisión.

No habiendo más asuntos que tratar, cerramos la sesión.

[Se levanta la sesión a las catorce horas cinco minutos].