



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

### PRESIDENCIA

### DOÑA ROSA MARÍA RUBIO MARTÍN

Sesión celebrada el día 21 de junio de 2021, en Valladolid

---

### ORDEN DEL DÍA

1. Comparecencia de D. Carlos Martín Santoyo (Director del "Diario Palentino").
2. Comparecencia de D. Ángel Cuaresma Renedo (Delegado en Castilla y León del "Grupo Intereconomía").

### SUMARIO

	<u>Páginas</u>
Se inicia la sesión a las once horas cinco minutos.	15469
La presidenta, Sra. Rubio Martín, 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.	15469
<b>Primer punto del orden del día. Comparecencia.</b>	
La letrada, Sra. Seseña Santos, da lectura al primer punto del orden del día.	15469
Intervención del compareciente, Sr. Martín Santoyo, director del Diario Palentino, indicando que no utilizará su turno inicial.	15469
La presidenta, Sra. Rubio Martín, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	15469



	<u>Páginas</u>
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Martín Santoyo, director del Diario Palentino.	15469
Intervención de la procuradora Sra. García Sánchez (Grupo Popular) y del compareciente, Sr. Martín Santoyo, director del Diario Palentino.	15472
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Martín Santoyo, director del Diario Palentino.	15473
Intervención final del compareciente, Sr. Martín Santoyo, director del Diario Palentino.	15482
La presidenta, Sra. Rubio Martín, suspende la sesión.	15482
Se suspende la sesión a las once horas cuarenta minutos y se reanuda a las doce horas cuarenta minutos.	15482
La presidenta, Sra. Rubio Martín, reanuda la sesión.	15482
 <b>Segundo punto del orden del día. Comparecencia.</b>	
La letrada, Sra. Seseña Santos, da lectura al segundo punto del orden del día.	15482
Intervención del compareciente, Sr. Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía, indicando que no utilizará su turno inicial.	15482
La presidenta, Sra. Rubio Martín, abre un turno para la formulación de preguntas u observaciones por parte de los portavoces de los grupos parlamentarios.	15482
Intervenciones de la procuradora Sra. Bermejo Santos (Grupo Ciudadanos) y del compareciente, Sr. Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía.	15483
Intervención del procurador Sr. García Nieto (Grupo Popular) y del compareciente, Sr. Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía.	15494
Intervenciones de la procuradora Sra. Barcones Sanz (Grupo Socialista) y del compareciente, Sr. Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía.	15496
Intervención final del compareciente, Sr. Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía.	15507
La presidenta, Sra. Rubio Martín, levanta la sesión.	15507
Se levanta la sesión a las trece horas cincuenta y cinco minutos.	15507



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

LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

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

### Comparecencia

LA LETRADA (SEÑORA SESEÑA SANTOS):

Primer punto del orden del día: **Comparecencia de don Carlos Martín Santoyo, director del *Diario Palentino*.**

LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

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 cinco minutos... de diez minutos?

EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

No. Buenos días. Gracias por la bienvenida. No, no necesito hacer ninguna exposición. Gracias.

LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

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.

No hay ningún procurador del Grupo Parlamentario Mixto. Así que, por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Alba Bermejo Santos.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Muchas gracias, señora presidenta. Me gustaría dar la bienvenida al compareciente, a don Carlos Martín Santoyo, como el director del *Diario Palentino*, a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre el ejercicio dos mil catorce y dos mil diecinueve.

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



EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Hola, buenos días. Pues mis competencias, lógicamente, son la dirección del periódico, la dirección editorial, ¿no?, marcar un poco la línea editorial de... de *Diario Palentino* y organizar diariamente el trabajo de... de toda la redacción, ¿no?, marcar los cometidos, los objetivos de... de cada día, y, en definitiva, pues poner en marcha lo que es hacer un periódico cada 24 horas.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿En algún momento fue usted el enlace directo con la Consejería competente en relación a la contratación o adjudicación de las partidas de publicidad institucional de la Junta?

EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Jamás. Ya le he dicho que mi cometido es única y exclusivamente la dirección editorial que... en el periódico.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y conocía usted cómo se justificaba por parte de la Junta de Castilla y León el reparto que había a cada medio, en su caso, al *Diario Palentino*? ¿Y se le pedía el número de... de lectores o de suscriptores a su medio?

EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

No. Ya le digo que yo me dedico a... a dirigir el periódico y no tengo ninguna relación con temas comerciales, ni a nivel institucional ni a nivel de clientes comerciales normales de la... de la provincia.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Conocía las partidas que se destinaban a medios similares al suyo por provincias?

EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

La verdad es que no. La verdad es que, a raíz de... de esta Comisión, pues he leído algunas cosas, pero yo jamás he tenido ni contacto ni he tenido conocimiento, porque no es... no es mi... mi incumbencia ni... ni mi... ni mi trabajo ese.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y en cuanto a los datos económicos, sin entrar en... en datos concretos y objetivos, porque al final es una empresa privada y no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión en cifras, la publicidad institucional, tanto la que anualmente se le daba por parte de la Junta de Castilla y León al *Diario Palentino*, ¿suponía un porcentaje lo suficientemente alto e importante como para hablar de unas... como para hablar de unas cifras de negocio importantes?



**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Partimos de la base que no conocía las partidas, pues, obviamente, no sé si eran importantes, mucho, poco o regular. Yo sé que tenía que hacer diariamente un periódico y que al final de mes hay que pagar unas nóminas y, lógicamente, pues ahí habrá una cuenta de resultados en la que hay una serie de ingresos con lo que se paga la nómina, pero no tengo ni idea de dónde provienen, porque no es mi cometido.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento ese reparto de la publicidad institucional pudo estar relacionado con la línea editorial de su medio de comunicación?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Para nada. Yo llevo muchísimos años en... en esta profesión, llevo no sé si 19 años de director del *Diario Palentino*, y... y jamás... jamás he tenido influencias de nadie. Yo creo que precisamente cuando se llega a una edad veterana, como es mi caso, el primer día que tuviera yo una presión pues abandonaría el puesto, no... no lo soportaría.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entonces, por esa respuesta, la que usted me ha dado, ¿en ningún momento recibió llamadas o avisos de ningún miembro de la Junta de Castilla y León insistiendo en el criterio de proporcionalidad informativa de las noticias de *Diario Palentino*?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

En ningún momento, se lo puedo asegurar.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿En algún momento estuvo usted reunido en el despacho de la Presidencia del exconsejero José Antonio de Santiago-Juárez?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Nunca. La verdad que no... no tuve ni el gusto ni el disgusto de conocerle, ni... ni personalmente en su despacho, ni siquiera creo que llegué a hablar nunca por teléfono con él.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Realizaba *Diario Palentino* en el período objeto de esta Comisión de Investigación alguna acción de patrocinio financiada por la Junta de Castilla y León?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Que yo sepa, no. Pero vamos, en todo caso, si había alguna partida de esa... de esa índole, estaría realizada o... o marcada desde... desde el Grupo Promecal, no desde el *Diario Palentino* como... como periódico provincial.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Bueno. Pues por parte del Grupo Parlamentario Ciudadanos eso es todo. No hay más preguntas. Le agradezco mucho su visita a las Cortes de Castilla y León, que sé que ha sido la primera, y, por tanto, será muy bienvenido en los próximos días igualmente. Muchas gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora Bermejo Santos. Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora doña Leticia García Sánchez.

**LA SEÑORA GARCÍA SÁNCHEZ:**

Muchas gracias, presidente. Buenos días a todos. Bienvenido, señor Martín Santoyo. Muchas gracias por su comparecencia. En nombre de mi grupo quisiera expresarle dos consideraciones que le hacemos de forma indistinta a todos los comparecientes en esta Comisión.

En primer lugar, ¿cuál es el objeto de esta Comisión para el Grupo Popular? Para nosotros, el objeto de esta Comisión de Investigación es el cumplimiento de lo establecido en el punto decimotercero del acuerdo del Gobierno de esta Comunidad entre el Partido Popular y Ciudadanos, con el fin de conocer y, sobre todo, demostrar que la gestión de la contratación y la financiación de los planes de medios de la Junta de Castilla y León durante el período investigado fue impecable.

El Grupo Popular no solo no tiene ninguna duda o sospecha del buen funcionamiento de los planes de medios y de la contratación de las diferentes campañas de comunicación, sino que, además, está plenamente convencido que las cosas se hacían bien y se... y se hacían con anterioridad. Pero no nos negamos a investigar. Facilitamos el trabajo para demostrar precisamente la impecable gestión del Gobierno regional en esta materia. Conocíamos de antes la gestión y el desarrollo del plan de medios, pero, después de asistir a las distintas comparecencias y consultar la documentación, tenemos la tranquilidad que se actuaba con escrupuloso respeto a la legalidad vigente. Se actuaba siempre con la máxima transparencia y siempre con equidad y con criterios de eficiencia.

La segunda consideración es que queremos dejar claro que para el Partido Popular tan solo ha pedido la comparecencia de tres personas: el consejero de la Presidencia, el secretario general de la Consejería de Presidencia y el director general de Comunicación de la Junta de Castilla y León durante el período investigado. Por lo tanto, no hemos registrado ninguna solicitud de comparecencia ni de representantes de los medios de comunicación. Por lo tanto, que quede claro que para nosotros han comparecido ya todos los responsables políticos que han tenido competencias y responsabilidad en el período investigado.

Usted está aquí hoy a solicitud del Grupo Socialista. Nosotros no hemos sentado a ningún medio de comunicación, a ninguno. Para el Partido Popular ha culminado el objeto principal de lo que estamos investigando en lo que llevamos de desarrollo de esta Comisión por la documentación investigada y por las comparecencias.



Y a pesar de que ahora el Partido Socialista le dirá que no nos tomamos en serio esta Comisión de Investigación, o quizá no se lo diga, esta... este grupo se toma muy en serio esta Comisión. Y es que no nos oponemos a que se investigue. Para nosotros ha concluido el objeto con las comparecencias políticas y la documentación investigada.

Nosotros no hemos puesto el foco sobre ningún medio de comunicación. El Partido Socialista lo ha hecho sobre todos los medios de comunicación.

Por lo tanto, podemos concluir dos cosas: que la Junta de Castilla y León no tiene nada que ocultar y que se ha actuado con transparencia y equidad; y que este grupo no tiene ninguna sospecha ni duda respecto de los responsables de los medios de comunicación que prestan el servicio público.

Por tanto, para este grupo es muy importante señalar que creemos en su independencia, en su objetividad, en su integridad y en la libertad de expresión, y creemos que la libertad de prensa no debe ser sometida a control parlamentario.

Por todas estas razones que le he expuesto, este grupo no va a formular ninguna pregunta en este turno de palabra, agradeciéndole de nuevo su comparecencia y su aportación y también su trabajo. Muchas gracias.

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora García Sánchez. Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora señora Virginia Barcones Sanz.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Muchas gracias, presidenta. Buenos días. Bienvenido, señor Martín Santoyo. Muchas gracias por su comparecencia esta mañana aquí en una Comisión de Investigación que, como mínimo, es... es peculiar, dado que quienes han querido crearla, intentando trasladar la responsabilidad de su propia gestión a los medios de comunicación, como ve, tienen poco que decir o, en algún caso, hasta incluso nada que decir.

Pero yendo al... al fondo del asunto, el vicepresidente de la Junta de Castilla y León dijo que sin la libertad real de los medios no tendremos una Comunidad libre. ¿Usted cree que los medios no tienen una libertad real y que no vivimos en una Comunidad libre?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Yo, desde mi puesto de director de *Diario Palentino*, sí que creo en... en la libertad de mi medio, porque en ningún momento he sentido presión por parte de nadie, ¿no? Y entonces, en ese sentido, yo me considero libre.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Pues lo curioso de esta Comisión de Investigación, que no es un grupo de trabajo, es uno de los instrumentos más serios, rigurosos, por lo menos para el Grupo Socialista y para el propio respeto a las instituciones, es que quien ha promovido esta



Comisión de Investigación sobre la financiación y los planes de medios  
de la Junta de Castilla y León - X LEGISLATURA  
DS(C) - N.º 395 21 de junio de 2021 Pág. 15474

Comisión de Investigación considera que los medios no tienen libertad real y que no vivimos en una Comunidad libre. Pero además, añade, cuando le preguntan que si cree que el estado de salud de la comunicación en nuestra Comunidad, dice que el apoyo tiene que ser objetivo, medible, evaluable, con criterios objetivos, y en ningún caso arbitrario, opaco y no transparente. ¿Usted cree que hasta ahora ha sido arbitrario, opaco y no transparente, como así manifiesta el vicepresidente de la Junta de Castilla y León?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Pues, sinceramente, no lo sé, porque, como he dicho anteriormente -creo que usted no había llegado-, yo me dedico a dirigir editorialmente el periódico, a marcar la línea editorial del periódico y a organizar el trabajo de la redacción del periódico. Nada más. Los temas comerciales o posibles ayudas institucionales, etcétera, no son de mi competencia, con lo cual, lo desconozco.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Y para acabar con estas manifestaciones del vicepresidente y promotor de esta Comisión de Investigación -no sé, en su calidad de director-, él dice que el Ejecutivo autonómico ha tratado de manera diferente en función del grado de relación con uno u otro medio y que esto es un hecho comprobable. ¿A usted le consta que en esta Comunidad se ha tratado diferente a los medios en función del grado de relación con uno u otro?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

No me consta. De hecho, antes, a pregunta de... de su compañera sobre si yo me había reunido alguna vez con... con el vicepresidente, ni me he reunido ni he hablado con él en mi vida durante ha sido... mientras ha sido consejero o vicepresidente. Con lo cual, yo me he dedicado a dirigir el periódico lo mejor que puedo, en unos momentos difíciles, que es mi... mi misión y mi cometido.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Por lo que sabemos a estas alturas ya de la Comisión de Investigación, y en otro orden de cosas, bueno, lo que sabemos hasta ahora es que se reunían los secretarios generales, y el secretario general de Presidencia le daba un papel sin membrete, sin firma, pero un papel, donde desde la Secretaría General de Presidencia se le decía a cada Consejería lo que tenía que dar a cada medio a lo largo del año. ¿Ustedes sabían esto? ¿Les constaba que esto era así?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

En absoluto. Ya... ya digo que yo me dedico a dirigir el periódico, y cuando hay alguna publicidad de... de la Junta, como si es de un comercio o de... o de otra institución, viene en una planilla la publicidad que tenemos que insertar ese día y simplemente me limito a... a marcarla en las maquetas para que salga. Pero no tengo ni conocimiento pero en absoluto de ello.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Y usted, en representación de... de su medio, ¿no conocía cuáles eran los criterios objetivos de reparto o de contratación? ¿Tenían algún tipo de información, más allá



de que se le solicitaba realizar una determinada campaña, pero ustedes no sabía... no sabían por qué criterios se repartían esas campañas de publicidad?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Aunque suene reiterativo, le puedo asegurar que... que no; si no, le diría otra cosa, pero es que en absoluto, vamos.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Ustedes eran conscientes de que la Junta de Castilla y León a la prensa escrita les tenían clasificados? Le voy a leer literalmente documentación que hemos encontrado en una de las carpetas de la Junta de Castilla y León, en una de las Consejerías: "Prensa. Periódicos de tirada regional y provincial, estableciéndose cuatro grupos en función de su difusión media: grupo 1, medios con difusión media de hasta 5.000 ejemplares; grupo 2, medios con difusión media de 5.000 a 10.000 ejemplares; grupo 3, medios con difusión media de 10.000 a 15.000 ejemplares; y grupo 4, medios con difusión media superior a 15.000 ejemplares. El reparto en función del grupo es el siguiente: tres inserciones mínimas en todos los medios y después en función de al grupo al que se perteneciera".

¿Usted tenía... ustedes tenían alguna constancia de que la Junta de Castilla y León les tenía clasificados por grupos?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

No.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

¿Me podría decir a lo largo de estos años, o si ha habido variaciones, cuál es la... la tirada media que tiene su medio, el *Diario Palentino*?

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Pues no le sabría decir exactamente; pero, vamos, hay dos medidores: OJD, que son las ventas, que yo creo que es a lo que se refiere ahí con los grupos; y el EGM, que es una medida más... -sobre todo, en provincias- más importante, y ahí hemos estado sobre unos 30.000, normalmente. En provincias pequeñas la implantación de... del periódico a través del EGM es mucho mayor que en las provincias grandes. O sea, desgraciadamente, Palencia, por ejemplo, que es una provincia pequeña, el norte de la provincia, que está muy distanciado y mal comunicado, pues a lo mejor hay pueblos de 100 o 200 habitantes que tienen un teleclub y un periódico, un *Diario Palentino*. Ese *Diario Palentino* le van a leer los 100 o 200 habitantes de ese pueblo, con lo cual, yo nunca he creído tampoco en los EGM, pero los EGM y los OJD nos han dado de líderes en la provincia durante muchos años.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, el sistema es el OJD, como usted sabe, por mucho que se empeñen en decirlo. En la Ley de Publicidad Institucional y en las directrices se dice quién puede



contratar con la Junta de Castilla y León, no cómo se efectúa el reparto. Bueno, de hecho, el Grupo Socialista por dos veces ya hemos intentado que la Ley de Publicidad Institucional contuviera criterios objetivos, pero la... la derecha, el Partido Popular y sus conversos se resisten otra vez, una vez tras otra, a que haya criterios objetivos y todo el mundo sepa en base a qué se reparte la publicidad institucional.

Pero resulta que nadie sabía cuáles eran los criterios que se establece o dicen ellos, ¿no?, "se hace por el OJD". Vemos que aquí hay unas clasificaciones, pero claro, lo más curioso, su grupo, su periódico, el *Diario Palentino*, está clasificado en el grupo 1, con tres inserciones, pero lo más curioso es que luego esto no se corresponde con las cantidades. En el mismo expediente hacen esta clasificación, lo hacen con el OJD, establecen los grupos y establecen las inserciones, pero luego no se corresponde. Y, es más, en su caso, ni tan siquiera el reparto está asociado a su propio medio, sino a los grupos de su medio, y les incluyen en un paquete de Promecal con *Diario de Ávila*, *Diario de Burgos* y el *Diario Palentino*, y, además, como les digo, sin ningún tipo de coincidencia entre este tipo de clasificaciones, el tipo de tirada que tiene cada uno según se ha establecido en el grupo y el reparto.

¿Ustedes de esto no sabían absolutamente nada, ni el cómo, ni el porqué, ni que lo hacían de esta forma? Aunque ya le digo que luego tampoco sirve para explicar las cantidades porque no se corresponde.

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Evidentemente, no... los directores, por lo menos de mi grupo, somos directores editoriales, no con perfil comercial, y... y estamos intentando sacar todos los días el mejor producto, mantener los puestos de trabajo a base de ofrecer un buen producto y, en definitiva, pues organizar el periódico. Los demás temas a nosotros no nos competen porque nosotros pertenecemos a un grupo de comunicación y hay otras personas responsables de esos cometidos.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. En su momento vendrán los responsables de... del Grupo Promecal. Pero era si ustedes, como directores, ¿tenían algún tipo de noticia?, ¿sabían algo?

Del año dos mil catorce al año dos mil diecinueve, ¿ustedes han tenido algún incremento sustancial de su tirada conforme al OJD? ¿Ustedes han tenido un crecimiento exponencial de dos mil catorce a dos mil diecinueve?

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Pues, sinceramente, no lo sé, pero vamos, la... el OJD, normalmente, como le decía antes, como el EGM, son... son unos medidores válidos hasta cierto punto, ¿no?, y, entonces, yo creo que... que se ha mantenido durante esos años más o menos la misma tirada, porque los medios, en el caso nuestro, yo creo que lo hemos mantenido y en ocasiones superado, sobre todo en EGM, cuando la tónica general en el país a lo mejor ha sido bajar el OJD en las ventas de periódicos nacionales, pero los provinciales estamos manteniendo el tipo.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Fíjese, lo que nosotros hemos dicho muchas veces: la irresponsabilidad del Partido Popular y de los dirigentes de la Junta de Castilla y León de no dar explicaciones



ciertas de cuestiones que, probablemente, puedan ser explicadas. Pero esa actitud infantil de “todo está bien, no hay que investigar nada”, cuando han creado ellos la Comisión, y vemos que de Ciudadanos hoy, no sé si por la proximidad, también tenían muy poco que... que preguntar, pero hay cosas que la Administración, que es quien decide con quién contrata y cómo contrata, debería de explicar. Y es que, en su caso, de dos mil catorce a dos mil diecinueve se ha triplicado las contrataciones con su medio, se ha triplicado el importe global de publicidad institucional. Me imagino que esto, si adoptaran esa... una actitud más responsable, darían cuenta de por qué sucede con su medio, igual que ha sucedido con otros medios, y no ponerles a ustedes a los pies de los caballos, que es lo que pretenden o han pretendido con esta Comisión de Investigación.

¿Usted sabe por qué se produjo ese crecimiento exponencial en la publicidad institucional con respecto a su medio, que, como le digo, se triplicó de dos mil catorce a dos mil diecinueve?

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Lógicamente, como vengo diciendo a lo largo de esta comparecencia, si no sé cómo se realizan esos... esos acuerdos, porque yo me dedico a la dirección editorial del periódico, lógicamente no puedo saber por qué ha habido ese incremento, si es que lo ha habido. Es que lo desconozco totalmente si ha habido incremento, descenso o si no ha habido nada.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Muchas gracias. Como le digo, que, si fueran un poco más responsables, estas explicaciones las deberíamos de tener desde hace muchos días y no ponerles a usted como... a ustedes, como les han puesto, a los pies de los caballos.

Le preguntaré por cuestiones entonces más de... de gestión. Hemos visto que especialmente este año -había ocurrido algún otro año de manera puntual en el período investigado, pero este año ya ha sido demasiado- el hecho de que se acumulen hasta ocho campañas de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León en un mismo día o en un mismo fin de semana. ¿Usted considera que esto es una buena programación de la publicidad institucional? Porque cuando uno coge un periódico o escucha una emisora de radio o está viendo la televisión y de repente aparecen ocho anuncios, todos seguidos, de la Junta de Castilla y León, no sé si se pierde un poco esa... esa relación que tiene que haber para que sea eficaz, para que sea eficiente el mensaje que se intenta trasladar. No sé qué opinión le merece.

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Nosotros nos limitamos a incluir la publicidad que nos llega, pero quizás en ese aspecto sí que... sí que tenga razón, que a lo mejor se acumula mucho en los últimos meses del año y a lo mejor hubiera sido mejor esas publicidades, pues más espaciadas o más distribuidas en... a los doce meses.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Se lo digo porque, además nosotros, como le decía, por dos veces hemos intentado la modificación de la Ley de Publicidad Institucional: primero, para establecer criterios objetivos, que para nosotros eso es fundamental, dado que nadie sabe cómo



se repartían y por qué se repartía de esta manera, y esto ha quedado, vamos, más que constatado a lo largo de la Comisión de Investigación; pero también nuestra propuesta de la Comisión de Publicidad Institucional, como estaba en la ley antes que... de que, de manera unilateral, el Partido Popular lo retirara, porque ahí cabía la participación no solo de la Administración autonómica, sino también una representación de los medios de comunicación, al objeto de hacer una mejor gestión de algo que, evidentemente, el que en un día, en un fin de semana, se acumulen ocho campañas de publicidad institucional, nosotros entendemos que debe de haber una mejor gestión, pero sobre todo por eso, por no perder eficacia y eficiencia en el empleo del dinero público.

No... no sé qué valoración le merece el hecho de que la programación no se haga de manera unilateral solo por la Junta de Castilla y León, que vemos que programar no programa nada... nada bien para que surjan estas cosas, sino que haya esa Comisión de Publicidad Institucional en la que estén presentes también la representación de los medios y se pueda hacer una mejor gestión de mucho dinero público que se destina a la publicidad institucional.

#### **EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Yo insisto que no puedo ni... ni entrar ni... ni salir, porque no es... no es mi cometido. Lo único, pues incidir en lo que he dicho antes, que sí, que seguramente estaría mejor esa distribución por meses y no todo dejarlo, sobre todo, para la última parte del año. En ese sentido, sí que le doy la razón. En lo otro, donde... de las Comisiones o unilateralidad o no, eso no es... eso no es mi competencia.

#### **LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Muchas gracias. Luego no sé si usted ha podido apreciar también desde la línea... como usted lleva más la parte editorial, porque nosotros sí que, a lo largo de toda esta Comisión, del análisis de los datos, vemos un importante desequilibrio entre lo que son las dos partes de la publicidad institucional: por una parte, la información que es necesario trasladar a la ciudadanía, que es necesario trasladar a los ciudadanos; y, por otra, lo que es la promoción en... en todos sus vertientes y aspectos. No sé si usted ha percibido un cierto desequilibrio entre la parte de la publicidad institucional de promoción y de información.

#### **EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Pues, sinceramente, tampoco me he puesto a... a pensarlo, porque insisto que la publicidad pura y dura nos llega, nosotros la maquetamos y la incluimos el día que nos señalan, pero tampoco podemos entrar o salir a valorar cuál es lo mejor en ese aspecto.

#### **LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Claro, yo... yo lo digo viendo los propios datos de la publicidad referentes a su medio. Como usted ha dicho, usted es el periódico escrito de mayor tirada en la provincia de Palencia -si no me equivoco, así lo ha dicho-, y, claro, nosotros vemos que Consejerías que, fundamentalmente, sus campañas están dedicadas a dar información, como es la Consejería de Sanidad, pues cribado de cáncer colonorrectal, las mamografías para las mujeres, es decir, es información que... que el ciudadano necesita y debe conocer: "Comienza la campaña de la vacunación de la gripe". Y, claro, vemos que... que, de media, el dinero que va desde su medio para Sanidad



está en el entorno de los 30.000 euros. Pero vemos como en esos mismos ejercicios, por ejemplo, Agricultura y Ganadería en los últimos años, no sé si tendría algo que ver, que es el *Diario Palentino*. Pero le pondré otro ejemplo, Economía y Hacienda, hasta 80.000 euros, es decir, casi triplicando lo que es la información con lo que es... bueno, pues la parte más de promoción. O hasta incluso en... en otras Consejerías -le podría decir Cultura y Turismo-, que más que triplican la cantidad que va destinada a Sanidad. Por eso, no sé si ustedes habían percibido esto, ese desequilibrio entre información y promoción que hay en la publicidad institucional.

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Se puede percibir el desequilibrio cuando sabes de qué va la historia. Pero es que, reitero, insisto por enésima vez, que yo no tengo ni idea de lo que se percibe por Consejerías, ni idea de lo que se percibe como *Diario Palentino*, porque ese no es mi cometido. Aquí hay un... esto es un grupo de comunicación, que hay personas responsables de ese cometido. El mío es exclusivamente, única y exclusivamente, la dirección editorial del periódico y la organización del periódico y que el periódico pues cada día salga lo... lo mejor posible para que esos datos de... de audiencia pues sean cada vez un poquito mejores.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, pero cuando meten los anuncios verán el contenido, verán si lo que se está es promocionando un producto o promocionándose a sí mismo, porque la Junta de Castilla y León tiene bastante costumbre de promocionarse a sí misma, o... o se está dando información al ciudadano. Le pondré el último ejemplo, que es más evidente, que es este año, un año COVID, no sé si... si no había percibido que se gaste más en Cultura que en Sanidad, Servicios Sociales y Educativos juntos. Es decir, las tres Consejerías de servicios públicos básicos y esenciales -Sanidad, Educación y Servicios Sociales- tienen menos publicidad institucional entre las tres que Cultura, en un año en el que, desgraciadamente, por la pandemia no hemos podido tener ningún tipo de evento cultural, me refiero más al contenido. O sea, que cuando ustedes insertan los anuncios, ¡jajolín!, pues publicidad. Venga, otra vez, Junta de Castilla y León. Y luego en pequeñito va información: comienza la vacunación. No sé si esto nunca les ha llamado la atención.

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Pues insisto que mi cometido es dirigir el periódico. Y el periódico, editorialmente, y sobre todo a nivel provincial, que es lo que... para lo que está la redacción, porque luego hay otras informaciones de tipo regional, que hay otra... otro equipo que las... que las realiza y que a nosotros nos... nos la llega, con un servicio para todos los periódicos del grupo, pero vamos, la... la información de Palencia, que es la que me ocupa y me preocupa, pues está por encima de... de mirar si ese día en la página hay una nota pequeña de cultura o es más grande la del COVID. O sea, que para mí eso, con todos mis respetos, es poco relevante para el momento que... que está viviendo la prensa, y que lo que nos interesa es ofrecer un buen producto, sobre todo apostar por... por lo palentino, porque el compromiso le tenemos en el nombre, y, por supuesto, también apostar por... por Castilla y León, ¿no? Pero... pero insisto, en temas económicos, de lo que se gasta, de lo que no se gasta, no sé ni cuánto vale una página, si... si han



metido tres del COVID y valen no sé qué y las otras de Cultura vale no sé cuál, es que no tengo ni idea, porque yo me... me dedico a dirigir el periódico.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Seré un poco reiterativa, pero otra pregunta de... [murmillos] ... otra pregunta de este tercio. ¿Ustedes percibieron -me imagino que sí- que de dos mil catorce a dos mil diecisiete la Consejería de Cultura y Turismo no contrató publicidad institucional con su medio? ¿Ustedes percibieron esto?

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Si le soy sincero, yo, personalmente, no me acuerdo, ni lo percibí. Además se lo digo con absoluta honestidad.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Bueno, pues a nosotros nos ha llamado poderosamente la atención que a lo largo de estos cuatro ejercicios en el *Diario Palentino* -que cuando decimos el *Diario Palentino* hablamos de los palentinos, dado que ustedes son el primer medio y, por lo tanto, con esa capacidad de llegar a un número importante de los vecinos y vecinas de la provincia de Palencia- que no hubiera nada de Cultura y Turismo en su... en su medio de comunicación y de repente pasáramos de la nada a más de 100.000 euros en el ejercicio dieciocho y diecinueve. No... no tiene...

#### EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):

Como no sé lo que nos daban en ese otro período, ni si se dio eso en el siguiente, es que desconozco totalmente qué partidas presupuestarias ha habido en esos años a los que se refiere esta Comisión de Investigación; ni esos, ni los de ahora, ni los anteriores, y llevo casi 20 años de director.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Bueno. Pues entonces, a modo de... de conclusión, para no seguirle reiterando preguntas que no... no me va a poder contestar, sí decirle que hay muchas incógnitas, que desde el Grupo Parlamentario Socialista lamentamos la incomodidad y sabemos, bueno, pues la... el desasosiego que puede provocar venir a una Comisión de Investigación, porque creo que, excepto el Partido Popular y Ciudadanos, el resto somos conscientes de lo importante que es una Comisión de Investigación, del desasosiego que puede producir venir a... a declarar a una Comisión de Investigación, y por eso se lo agradecemos de una manera especial.

Nosotros no somos responsables de la irresponsabilidad del Partido Popular y de sus conversos. Quisieron crear una Comisión de Investigación sobre el plan de medios. Quizás lo que querían era un grupo de trabajo, pero les quedaba más espectacular decir que era una Comisión de Investigación y... y no les importan en sus objetivos arrastrar a la Comunidad, arrastrar a los medios de comunicación de la Comunidad y hacer pasar mal rato a un montón de gente que no va a poder explicar muchas de estas cuestiones, porque quien lo hacía -y eso lo tenemos bien claro desde el Grupo Parlamentario Socialista-, quien tomó las decisiones, fue la Junta de Castilla y León del Partido Popular.



Por eso nos hubiera gustado que, en vez de ser tan infantiles y tan irresponsables de venir aquí a decir “todo estaba bien, no tenemos nada que decir”, si hubieran trabajado un poco y hubieran visto los datos, los datos que se nos han tenido que dar desde la Junta de Castilla y León, hubieran comprobado como a su medio desde el año... del año dos mil catorce al año dos mil diecinueve se ha triplicado la contratación de la publicidad institucional. Y estamos seguros de que algún motivo debería de haber, pero quien lo tenía que explicar eran ellos, porque esto ha sido así. Lógicamente, su medio lo que quiere es hacer el mayor número de contratos con la Junta de Castilla y León o con cualquier otro que quiera o publicitarse o dar información a través de su medio, y esto es algo más que legítimo. Quien debería de dar esta explicación es los que ahora se callan, después de haberles traído hasta aquí.

Y lo mismo nos pasa con la pregunta que le hacía de Cultura y Turismo. ¿Por qué de dos mil catorce a dos mil diecisiete no se contrata por parte de esa Consejería publicidad institucional en el principal medio escrito de la provincia de Palencia –es algo que no entendemos– y, de repente, se salta a más de 100.000 euros en contrataciones desde esa misma Consejería? Tendría que haber un motivo. Y nos gustaría que alguien nos explicara por qué se pasa de la nada a 100.000 euros, siendo un 20 % del total de la contratación que hizo la Junta. Es que... es que hay cosas que alguien debería de explicar. Por qué se pasa de cero y la nada a un 20 % del total de lo que se contrató con su medio ese año. Cuál era la estrategia. Por qué los palentinos no recibían la promoción ni cultural, ni de productos... Es decir, algo que debería de ser explicado. Y lo mismo ese desequilibrio entre información y promoción, que tampoco conseguimos que nos sea explicada de ninguna de las maneras.

Así que, sin ánimo de seguirle incidiendo en preguntas que... que vemos que no nos va a poder contestar, para nosotros lo que... lo que queda claro es que no había criterios objetivos, que nos parece muy irresponsable que no se den las explicaciones debidas ante cosas que saltan a la vista cuando uno hace un trabajo mínimo y saca toda la información. Y muy agradecidos por su presencia en esta Comisión de Investigación.

Desde el Grupo Parlamentario Socialista seguiremos trabajando para que haya una Ley de Publicidad Institucional con criterios objetivos para que nadie más pueda volver a extender esa sombra de duda que han generado los que irresponsablemente han venido gestionando hasta ahora. Y seguiremos trabajando para que además se haga desde órganos participados, que hagan que se gestione bastante mejor de lo que se ha hecho hasta ahora; que, como vemos, en un solo día han sido capaces de acumular hasta nueve campañas de publicidad institucional, algo que ni es eficiente ni es eficaz, y que muchas veces se olvidan de que el dinero no es suyo. El dinero es de todos los castellanos y leoneses, de todos los palentinos y de todas las palentinas, que tienen derecho a recibir esa información de la manera en la que mejor se rentabilice para todos ese dinero que estamos invirtiendo.

Así que, muchísimas gracias por su presencia. Muchas gracias por sus respuestas. Sentimos si hemos sido reiterativos, pero nosotros no quisimos la Comisión, pero nuestra obligación, una vez que se ha creado, es ser responsables con los ciudadanos, que son quien nos... nos han elegido y nos pagan, para intentar esclarecer lo que otros han manchado. Muchísimas gracias.

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

Gracias.



**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchísimas gracias, señora Barcones Sanz. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, el señor compareciente don Carlos Martín Santoyo.

**EL SEÑOR MARTÍN SANTOYO (DIRECTOR DEL DIARIO PALENTINO):**

No tengo ya nada más que decir. Yo creo que... que ha quedado claro todo, ¿no?, que mi cometido es la dirección editorial de un periódico, y todas estas otras cuestiones pues van más allá de... de mis competencias. Gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias. Finalizada la comparecencia, despedimos al señor compareciente, reiterándole nuestro agradecimiento por su valiosa aportación, que puedan servir a los trabajos de esta Comisión. Se suspende la sesión por un tiempo máximo, pues como una hora.

*[Se suspende la sesión a las once horas cuarenta minutos y se reanuda a las doce horas cuarenta minutos].*

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Se reanuda la sesión. Por la señora letrada se dará lectura del segundo punto del orden del día.

## Comparecencia

**LA LETRADA (SEÑORA SESEÑA SANTOS):**

Segundo punto del orden del día: **Comparecencia del señor don Ángel Cuaresma Renedo, delegado en Castilla y León del Grupo Intereconomía.**

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

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?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues yo creo, señora presidenta, buenos días, que... que no es necesario. Estoy a su disposición, contesto a... a sus preguntas y a las preguntas de sus señorías, y entiendo que no necesito hacer ninguna exposición inicial. Si... en fin, que me limito a responder a lo que... a lo que ustedes necesiten preguntarme.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias. Para fijar posiciones, formular preguntas o hacer observaciones, se procede a la apertura de un turno de... de los portavoces de los distintos



grupos parlamentarios. Durante las intervenciones se podrán formular preguntas que serán contestadas, en su caso, por el compareciente.

Como por el Grupo Parlamentario Mixto no ha... no ha venido nadie a la Comisión, procedemos por el Grupo Parlamentario Ciudadanos, que tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la señora Bermejo.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Buenos días. Muchas gracias, señora presidenta. Buenos días al compareciente. Ante todo, darle la bienvenida a esta Comisión de Investigación sobre la financiación y planes de medios de la Junta de Castilla y León entre el dos mil catorce y el dos mil diecinueve.

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

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Sí. Muy bien. Pues mire, fundamentalmente eran tres las funciones que yo desempeñaba en aquel momento en el Grupo Intereconomía, y también en el... en el período actual. Una de las funciones era la coordinación de todas las informaciones de Castilla y León que se aportaban a los distintos medios del Grupo Intereconomía, y, fundamentalmente, o más en concreto, a la web, en aquel momento gaceta.es, en este momento intereconomía.com, y a nuestro... y a nuestra red de emisoras Radio Intereconomía. La segunda de las funciones era la... la gestión y el tráfico, por utilizar un término técnico, de la publicidad, tanto de la publicidad institucional como de la publicidad privada. Y, en tercer lugar, me ocupaba, como es el caso en este momento, de las relaciones institucionales del grupo.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entonces, entiendo que por los cargos que usted ostentaba y sus funciones era usted enlace directo de su medio de comunicación con la Consejería competente en relación al proceso de adjudicación de la publicidad institucional por parte de la Junta de Castilla y León.

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Sí. Sí... bueno, el término enlace vale, perfecto. Es... es un término que puede... que puede resultar correcto para definir la... la función o la relación que el grupo y yo mismo teníamos en aquel momento con... con la Consejería que usted menciona.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Esa relación que tenía usted con la Junta de Castilla y León era a través de todas las Consejerías o solo a través de la Consejería de Presidencia?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues mire, en aquel momento era fundamentalmente, no exclusivamente, pero fundamentalmente con la Consejería de la Presidencia. El grueso de la... -el grueso también es una forma de hablar, ¿eh?- el grueso de... de la publicidad institucional de la Junta que en aquel momento teníamos, o contratábamos, era con la Consejería de la Presidencia, anualmente, pero bien es verdad que, de manera circunstancial y muy minoritaria, había alguna orden de publicidad menor con alguna de las Consejerías, que en aquellos cuatro años podían ser -y le hablo de cantidades muy pequeñas- la Consejería de Agricultura y Ganadería, y la Consejería de Cultura y Turismo. Pero, como usted bien dice, el... el grueso de la relación publicitaria era con la Consejería de la Presidencia.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y cómo eran esas relaciones? En este caso, la relación más potente era con la Consejería de Presidencia, ¿cómo... cómo se llevaban a cabo esas reuniones o... o esas comunicaciones? ¿Eran de... de carácter anual, en una reunión presencial, o eran pequeños contactos vía telefónica, telemática o presencial, incluso? ¿Y cómo fueron los... los contactos con... con las Consejerías que usted menciona, como, por ejemplo, Agricultura y Cultura?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues mire, en el caso de la... de la Consejería de Presidencia -y le quiero insistir mucho en que me estoy circunscribiendo al... al período que están ustedes investigando, es decir, el período dos mil quince-dos mil diecinueve-, las relaciones eran exclusivamente vía telefónica y con un... entiendo que es correcto definirlo como funcionario de la Consejería. Es decir, este... este funcionario, de manera telefónica o por correo electrónico, a principios de año nos decía el... el importe de cada una de las campañas que se nos iban a asignar a lo largo del año, y, en función de ese importe, nosotros, a principios de año, teníamos que explicarle la contraprestación que le íbamos a facilitar. Y a partir de ahí era ese funcionario el que vía telefónica o vía correo electrónico iba ordenando a lo largo de... bueno, de los meses, las diferentes campañas de publicidad.

No sé si me lo va a preguntar después, pero ya me adelanto a la pregunta. No teníamos mucho margen de maniobra. Es decir, las campañas eran las que eran, el precio era el que era, determinado por la... por la Consejería en... en su momento, y... y sí le puedo decir que, insisto, en el período de tiempo que se está investigando, yo realmente no sabía cuál era la cantidad global que se me iba a asignar al... al final de... al final del período, al final de cada uno de los años. Eso en cuanto a la Consejería de... de la Presidencia.

En cuanto a las otras dos Consejerías que yo le he citado, la verdad es que eran campañas muy pequeñas, o al menos en mi criterio eran... eran muy pequeñas. En el caso de Agricultura, se circunscribían a la promoción de... de los productos acogidos a la... a la marca Tierra de Sabor, tanto la leche marca Tierra de Sabor como otros productos privados que llevan la... la etiqueta. Y en el caso de Cultura y Turismo, pues, si me permite que le hable de memoria, probablemente serían campañas muy



muy concretas, referidas, por ejemplo, a Semana Santa o a algún acontecimiento puntual que se celebraba en ese momento. Pero ya le digo que eran, en mi criterio, campañas muy pequeñas.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y conocía usted cómo justificaba la Junta de Castilla y León cuál era el reparto que había hacia cada medio de comunicación?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

En el caso de mi medio, a mí, con cierta periodicidad, se me exigía o se me pedía que la empresa les certificara la... la audiencia de la radio a través del EGM; y la audiencia de nuestro medio digital, que, como le he dicho, en aquel momento era gaceta.es y en la actualidad es intereconomía.com, a través de... del medidor comScore.

Para la medición de la audiencia de los medios de información digitales hay en España tres... tres medidores comúnmente aceptados, que son comScore, OJD Media y Google Analytics. Nosotros trabajábamos con... con comScore en aquel momento también, pero sí que hubo un momento de... de este período, de estos cuatro años, que mi empresa decidió trabajar con... con Google Analytics. Pero bueno, tuvimos que volver a... al medidor comScore porque la... la institución, la Administración autonómica, entendía que el... que el medio fiable por el que tenían que tomar nuestro baremo, y el de los demás medios, supongo, era comScore, y es el medidor autorizado con el que trabajábamos y seguimos trabajando.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y esos datos se los facilitaban ustedes a... a la Junta de Castilla y León, en este caso a la Consejería de Presidencia? ¿Los datos de los medidores se trasladaban por parte del medio de comunicación a... a la Junta de Castilla y León o eran solicitados por la Junta de Castilla y León?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Nosotros los trasladábamos cuando eran solicitados. Es decir, en... previamente no los trasladábamos porque ya le he dicho que nosotros no hacíamos ofertas de publicidad ni presentaciones de publicidad, porque no se nos requería, y de manera ordinaria tampoco se lo facilitábamos. Otra cosa es que en el momento en que un funcionario de la Consejería de la Presidencia nos hacía un requerimiento, pues mis... mis compañeros de... de los servicios informáticos de la empresa preparaban el... preparaban el informe. Cuando digo "preparaban el informe" quiero decir descargaban los datos de... de comScore, se ponían en un ..... y se le enviaban en un documento, probablemente sería un PDF, a la... a la Consejería de la Presidencia.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Hace unos segundos argumentaba usted que, bueno, que...

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Discúlpeme un momento, señora Bermejo, ¿se puede acercar un poco más al micro? Porque es que desde aquí no se le...



LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿No se oye bien?

LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

... no se le oye... no se le... se le entiende mal; se le oye poco y se le entiende mal. Entonces, intente acercarse un poco más al micro. Gracias.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Vale. ¿Así mejor?

LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Sí. Así, perfecto.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Pues disculpe si no me ha entendido bien durante mis preguntas anteriores. Como le decía, durante una... una de sus respuestas añadía usted que... que en el período objeto de la Comisión, que, efectivamente, es lo que se está investigando en esta Comisión de Investigación, es el dos mil catorce al dos mil diecinueve, que se desconocían cuantitativamente los datos en publicidad institucional, el global, el montante global. Entiendo que usted está al corriente y es una persona bastante informada, pero, ya que atañe a este... a este objeto, ya en el año... a últimos de agosto del año dos mil diecinueve, la Junta de Castilla y León por primera vez hace públicos ese detalle del gasto para... de la Administración autonómica destinada a la publicidad institucional en los distintos medios.

¿Usted supo de esta noticia y fue al portal de transparencia de la Junta de Castilla y León para comprobar los datos globales de su medio y también del resto?

EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Sí, claro.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Perdón.

EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Sí, claro. En cuanto... en cuanto los datos se publicaron en el portal de transparencia, pues... pues sí, claro que fui a... a comprobar, más que los datos de mi medio, que ya lo sabía, pues los de... los de los demás. Claro que sí.

LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y qué ocurre en ese momento? ¿Qué sensaciones percibe un director de un medio cuando puede tener una cuantía en cuanto a la inversión positiva o negativa, en cuanto al reparto de publicidad institucional, hablando de que el reparto se hacía con unos... unos criterios?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues mire, señoría, es que a mí todo lo que me dé la Administración autonómica, cualquier otra Administración -digo a mí, a mi empresa- o... o cualquier empresa privada, a mí siempre me va a parecer poco. Entonces, claro, si yo entro en el portal de transparencia, veo los datos de mi empresa, que ya conozco, me parecen pocos, y... y, bueno, pues cuando veo los de los demás, pues... pues son diferentes, son diferentes.

Claro, es que me dice usted qué sensación tiene. Es que las sensaciones son muy... son muy subjetivas. Entonces, bueno, pues claro, a mí me gustaría siempre que a mi empresa le dieran mucho más. Insisto, tanto las Administraciones como las empresas privadas. Y si son las empresas privadas, mucho mejor. Pero... pero lo de... es que lo de la sensación, si... si me permite que se lo conteste así, es una cosa tan... tan subjetiva... Los datos objetivos puedo valorarlos, las sensaciones ya me cuesta un poquito más, si me permite que se lo conteste de esta manera.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera que las distintas acciones en los distintos medios de publicidad que entraban en el plan de publicidad institucional de la Junta de Castilla y León y el plan de medios, había igualdad en el reparto por medios?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues, evidentemente, si... como estábamos diciendo en la respuesta anterior, si entramos en el portal de transparencia o en... o en cualquier otro documento que nos informe de... del reparto y vemos que... que unas empresas reciben unas cantidades y otras reciben otras, pues... pues claro, no... no hay igualdad. Pero como dato objetivo, insisto, no... no como sensación.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Y como dato objetivo, había un reparto objetivo del plan de medios de la publicidad institucional en cuanto a los criterios?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues, mire, habría que hacer muchos números y muchas cuentas. Si... si cogemos dinero en relación a EGM, dinero en relación a comScore, dinero en relación a cualquier otro medidor, pues, bien, podríamos sacar una conclusión de si el reparto era objetivo o no, pero la verdad es que yo... yo creo que ni yo ni nadie hemos hecho ese... hemos hecho ese reparto.

Voy a contestar, voy a contestar. Aunque me estoy resistiendo, voy a contestar a lo que usted me está preguntando. Yo tengo la sensación, ya que me preguntaba usted -y se lo contesto con mucho respeto, ¿eh?, y con mucho cariño-, yo tengo la sensación, ya que me pregunta usted por sensaciones, de que quienes gestionaban, repartían o administraban la publicidad tenían... tenían un concepto muy... muy local, muy local de dónde se... de dónde se insertaba la publicidad. Y los que representamos a medios, que es verdad que estamos en las localidades



y en la Comunidad Autónoma, pero somos medios fundamentalmente de alcance nacional, pues igual no... no accedíamos en esa igualdad de condiciones al reparto.

Insisto, ya que me ha preguntado por sensaciones, pues... pues, claro, mis sensaciones, hombre, si estamos hablando de... de vender turismo, pues lo normal es venderlo fuera de Castilla y León. Qué le voy a decir yo que represento a un medio de comunicación nacional, y que se oye y se lee y se ve fuera de Castilla y León. Claro, supongo que si pregunta usted a un medio que es exclusivamente de Castilla y León o de una ciudad, provincia o pueblo de la Comunidad, pues dirá que no, que... que es mejor que... que la publicidad se ponga en medios locales.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Mire, al hilo de eso que... que usted está contando en esta Comisión de Investigación, en la comparecencia del señor Juárez, cuando pasó por aquí, contó a esta... a estos procuradores, a todos mis compañeros y a... y a la Mesa que... que ciertamente también había un criterio subjetivo, y un criterio subjetivo que estaba vinculado directamente al regionalismo. ¿En algún momento desde la Presidencia se le trasladó a su medio, ya que tenía una difusión nacional, este criterio?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

No, no se me trasladó, porque le decía en la... en la primera respuesta a la primera de las preguntas que, en el período que es objeto de investigación, la relación es que no fue más que telefónica o por correo electrónico con un... con un funcionario de la... de la Consejería de la Presidencia. Insisto en el latiguillo, en la muletilla, "en el período que estamos investigando", o que están ustedes investigando. Si me hablaran de otro período, pues la respuesta probablemente fuera otra, pero creo que no es objeto de... en este momento hablar.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y usted considera que, además de ese criterio subjetivo, que además se informó a esta Comisión sobre... sobre el mismo, ¿cree que pudiera existir en algún momento algún otro criterio de cara a ese reparto de publicidad institucional a distintos medios, como bien dice, más locales?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Yo... yo entiendo que... que había... Entiendo... -son los datos, ¿no?, que usted dice, y es verdad que están en el portal de transparencia- yo entiendo que siempre ha habido un... un interés por... bueno, pues llámelo usted apoyar, utilice el verbo que... que usted considere más oportuno, a los medios estrictamente locales o estrictamente regionales o autonómicos y no a los que, además de ser locales y autonómicos, somos nacionales. Pero, bueno, ya le digo que yo tengo que defender el criterio de... de mi medio, que es un medio nacional, y que si usted preguntara a... a quien representa un medio meramente local, pues... pues su opinión será... será contraria.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Entiendo que la partida presupuestaria que destinaba la Junta de Castilla y León a su grupo, al Grupo Intereconomía, ¿estaba desglosado por... por



medios, porque entiendo que también se puede partir la tarta en distintos medios, o era una cifra globalizada como... como una adjudicación conjunta?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

No. Es que, si había una adjudicación conjunta o una idea conjunta a principios de año, como yo le decía al principio, yo no lo sabía. Es decir, yo sabía las... las campañas que me iban llegando, bueno, no sé, cada equis días, cada equis semanas o cada equis meses. Pero ya le digo que en esos cuatro años yo nunca sabía el global hasta que llegaba el treinta y uno de diciembre y... y hacía... y hacía la cuenta.

Sí es verdad, sí es verdad, puedo hacerle una excepción, que esto que le estoy diciendo se refiere a las cantidades que llegaban vía Consejería de la Presidencia. Sí creo recordar que las cantidades que llegaban vía Consejería de Agricultura, que, como le he dicho, eran bastante inferiores, ahí sí que creo que teníamos un pequeño presupuesto medio cerrado, ¿eh?, que a lo mejor se repartía en... en tres meses o en cuatro o en dos y no a lo largo de todo el año.

En todo caso, si... si ustedes necesitaran el... el dato concreto, pues nosotros se lo podríamos facilitar en otro momento y buscarles la documentación. Pero, bueno, entiendo que... que ahora lo que quieren es un poco la generalidad de los datos.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Sí. Mi pregunta es si en esa... en esas relaciones anuales, como bien usted dice -voy a hablar generalizar-, mire, un 10 % va a ir destinado a la... a Radio Intereconomía y un 10 % a prensa escrita, por ejemplo. ¿Era así desglosado o... o era en conjunto?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Sí. Perdona, que es que no se lo había contestado, pero sí que lo había preguntado usted. A ver, es muy sencillo. El grueso de la publicidad era para nuestra web, que, como le digo, en aquel momento era gaceta.es, hoy intereconomía.com. Eso era el grueso que llegaba de la Consejería de la Presidencia. Y lo que no llegaba de la Consejería de la Presidencia, es decir, lo que yo antes les decía que era Consejería de Agricultura y Consejería de Cultura y Turismo, eso se aplicaba a la... a la radio, a nuestra cadena de emisoras Radio Intereconomía.

Entonces, por resumir, publicidad digital venía de la Consejería de la Presidencia, y publicidad en radio, pues de estas otras dos Consejerías que le he dicho: Agricultura y Cultura.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Sí que es cierto que en el período objeto que estamos investigando había más partida presupuestaria destinada a prensa escrita, a emisoras de radio, y menos a... a la... a la publicidad en... en medios digitales, que era el caso de... de Intereconomía. ¿Usted en algún momento, como director del... del Grupo Intereconomía, aludió a ese déficit de... de publicidad institucional que podía haber hacia los medios digitales?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues no. Ya le digo que es que no... es que no hubo, en ningún momento de estos cuatro años no hubo una... una relación comercial o política; periodística la había, pero en el apartado de... de redacción. Pero en el apartado exclusivamente dedicado a la publicidad, no hubo relación con... con ninguna persona en aquellos cuatro años que no fuera el... el funcionario con el que... con el que tratábamos, y que, bueno, pues que tampoco es ningún secreto. Si en algún momento ustedes requieren el nombre de este funcionario, pues yo se lo facilito, que tampoco entiendo que haya ningún problema de protección de datos ni... no lo sé. No... no lo sé.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Y ya, sin entrar en datos concretos, porque al final su empresa es privada y no tiene por qué rendir cuentas ante esta Comisión, la publicidad institucional, tanto la que anualmente se le daba desde las distintas Consejerías, como hemos dicho, Cultura o Agricultura, en este período objeto de la... de la Comisión de Investigación, o el... el montante más grande, que era desde la Consejería de Presidencia, o como aquellas otras acciones que se pudieran hacer de... por parte de la Junta de Castilla y León, ¿qué porcentaje suponía los... para... para el medio que hemos mencionado, y si era lo suficientemente importante dentro de sus cifras de negocio?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues, mire, el... el porcentaje, que yo en este momento no tengo ni siquiera de memoria, pero que se lo podía haber mirado con mucho gusto, sí le puedo decir que, dadas las circunstancias económicas por las que ha atravesado España en los últimos años, y dadas las circunstancias económicas por las que ha atravesado el mundo de la prensa en general, y dadas las circunstancias específicas por las que ha atravesado el Grupo Intereconomía, el... el porcentaje de publicidad institucional no solo de la Junta de Castilla y León, también de... de otras Administraciones provinciales y locales de la Comunidad, era un porcentaje muy alto; era un porcentaje muy alto.

Yo, si usted necesita el dato, yo se lo busco, pero no le voy a ocultar en ningún momento que era un porcentaje muy alto, y que, por supuesto, a la empresa también le hubiera gustado tener mucha más publicidad privada, que teníamos y tenemos, pero no en... en las ratios que nos gustaría tener, siendo además un medio que, como probablemente ustedes conozcan, pues defiende la... la iniciativa privada y la libertad de empresa. Pero no... en ningún momento vamos a negar que las... las circunstancias del mercado en aquel momento y en el momento presente son muy difíciles, son muy complicadas, para la venta de publicidad en... en todos los medios de comunicación.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

De ser así, entonces, como bien me dice, al ser un impacto bastante alto, ¿ese impacto sobre la viabilidad económica de su medio podría hacer que en algún caso, o no, afectara a algún tipo de tratamiento en las informaciones del medio de comunicación, informaciones que tenían que ver con la Junta de Castilla y León? Y lo digo porque, de ser así, si la publicidad institucional suponía un importante porcentaje para mantener esa viabilidad, las noticias menos amables para la Junta de Castilla y León podrían ser tratadas de otra forma, ¿o no?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues es que usted lo ha definido perfectamente: podría ser, o no. Es verdad que en mi medio podría ser, o no, y en otros medios, que los desconozco, podrían ser... podrían ser, o no. Pero, bueno, yo de lo que... de lo que estoy muy satisfecho -entre comillas, ¿eh?, siempre, y todo muy relativo- es de que, como no hubo relación en ese período de tiempo, relación política o relación contractual, o administrativa, o... o llámelo equis, pues... pues tampoco había... tampoco había lugar a... a que se produjera eso que usted dice, o no.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera usted que en algún momento el reparto de la publicidad institucional en su medio u otros medios pudo estar relacionada con la línea editorial de los medios en cuestión?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues probablemente, digo probablemente, esa sea una práctica que puede estar... que puede estar extendida, ¿no?, en... en toda España y en todo el mundo y en el ámbito de todas las Administraciones. Digo "probablemente" y digo... y digo "puede". No sé si le sirven los adverbios y los condicionantes que estoy utilizando en... en mi respuesta, pero, bueno. Bueno, puede que sea una práctica, pero muy extendida en todas las... en todas las Administraciones de... de distinto signo político. Pero lo digo en tono absolutamente condicional, no... no con ninguna certeza.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Una práctica que usted vincula o podría vincular a... -en modo condicional- a las... a las Administraciones públicas, ¿y qué hay de los medios de comunicación?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

¿A qué se refiere? ¿Cuál... cuál es la pregunta en concreto? Perdóneme.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Si los medios de comunicación pudieran utilizar esa misma práctica, esa misma praxis, a la hora de tratar la información en relación a la partida que les haya podido destinar una Administración en cuanto a la publicidad institucional, por ejemplo.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pero... pero es que eso no es tan sencillo, porque, claro, un medio de comunicación... yo le he hablado antes de... de las distintas Administraciones que... que, bueno, que conforman el... el Estado, ¿no?, reconocido en la Constitución; es decir, hay Administración autonómica, locales, municipales. Y en el caso de Castilla y León, como de otras Comunidades, las Administraciones son de distinto signo político, y de todas ellas o de muchas de ellas recibes publicidad. Entonces, pues es muy complicado el



condicionar, o no, la... la publicidad, porque es que la publicidad llega de Administraciones de distinto signo político. Y luego, dentro de las Administraciones del mismo signo, del mismo partido político, quiero decir, también entre ellos hay... hay sectores, hay clanes, hay rencillas y... y entonces sería un cacaó, ¿no?, si tuvieras que estar pendiente de... de agradar a todos.

Entonces, yo creo que es mejor que pensemos que... que no nos dedicamos a... a condicionarnos, porque es muy difícil agradar a todos, incluso a los del mismo signo político.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Considera que el Grupo Intereconomía ha tenido una plena libertad de prensa y plena libertad de expresión en relación a... a sus informaciones?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Sí, sí. Y, además, es que, mire, señorita, a esa pregunta siempre se contesta que sí, porque si realmente tienes plena libertad, como es el caso, pues contestas que sí. Y si no tienes plena libertad y estás condicionado, pues como no tienes plena libertad, pues también tienes que contestar que sí. Entonces, en este caso, pues sí; sí, sí, hemos tenido plena libertad.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Entiendo que por todas sus respuestas anteriores, pero permítame la redundancia en las preguntas, ¿en algún momento recibió avisos o llamadas por parte de algún miembro de la Junta de Castilla y León, que no fuera funcionario, insistiendo en el criterio de proporcionalidad a la hora de hacer o tratar informaciones que... que vinculaban a la Junta de Castilla y León o que trataban temas de la Junta de Castilla y León?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

No, no. Ya le digo que en el... en el período que estamos investigando, en ningún momento yo he recibido una llamada de nadie que no fuera funcionario, ni tampoco, por supuesto, de... de funcionarios, condicionando alguna información que... que dependiera o que afectara a la Junta de Castilla y León o a... o a sus adversarios políticos, ¿no?, a la Oposición.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

¿Realizaba su grupo de comunicación algunas acciones de patrocinio financiadas por la Junta de Castilla y León?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Sí. El... el modo de absorber o de distribuir la publicidad, bueno, son muchos, pero fundamentalmente dos, para no... para no cansarles. Uno es la difusión de la



publicidad pura y dura, que en el caso de los medios digitales son los *banner* con su *link* y su clic correspondiente, y en el caso de la radio, pues son las... lo que comúnmente llamamos las cuñas de radio. Pero existen, como usted muy bien dice, otro tipo de patrocinios, y sí los... sí los hacíamos, muy pocos.

Pero en el caso... por ejemplo -yo creo que... yo creo que en aquel momento no había más casos que este que le voy a decir-, en el caso de la promoción de los... de los productos Tierra de Sabor, la acción comercial no se circunscribía a la emisión de cuñas, sino que se llegó a emitir algún programa explicando las características de los productos Tierra de Sabor.

¿Cómo fueron aquellos programas? En este momento no se lo puedo certificar, pero probablemente fuera una entrevista con algún alto cargo de la... de la Consejería de Agricultura de entonces, o con algún técnico de... del ITACYL, o incluso a lo mejor con alguna empresa privada acogida a la... a la marca de garantía, que podía haber sido seleccionada por la... por la institución patrocinadora o por nosotros, por la... por la emisora. Esos eran los dos canales, y siguen siendo, de... de difusión de la publicidad.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

¿Y estas acciones de patrocinio se les comunicaban también en... en esa conversación que tenían ustedes anual o... o esporádicamente, en este caso, que fue una vez en concreto, se lo comunicó la Consejería de Agricultura o a través del ITACYL?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues ahora mismo no... no podría decírselo con exactitud, pero yo creo... yo creo que las relaciones con la... con la Consejería de Agricultura no se hacían con un funcionario. Ahí sí se hacían o... o con la consejera, no sé si había viceconsejera o viceconsejero en aquel momento, pero desde luego se hacían con... con un alto cargo, y después se... se tramitaban, se formalizaba un... un contrato -que entiendo que es público- con el ITACYL.

#### LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:

Y ya, por último, ¿por qué cree que se ha creado esta Comisión de Investigación?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

A ver cómo se lo contesto de la forma más educada, más educada posible, ¿no? Bueno, de la forma más educada posible entiendo que se... que se constituye esta Comisión porque cualquier político que representa a cualquier votante o a cualquier ciudadano tiene derecho a conocer los mecanismos de funcionamiento de su Administración y a los criterios con los que se... con los que se gasta el dinero público. Esa sería la contestación educada. Y, bueno, pues es que... es que, claro, dice "¿por qué cree usted?", pues es que yo no... no la he creado ni la he pedido, ¿no? Pero, bueno, entiendo que cuando se crea, se crea de buena fe, como le he dicho, para que ustedes, como representantes de los ciudadanos, conozcan el... el buen fin o el buen destino de... del gasto público.

**LA SEÑORA BERMEJO SANTOS:**

Muy bien, pues por parte del Grupo Parlamentario Ciudadanos, le agradecemos, señor Cuaresma, todas sus respuestas. Estoy convencida de que servirán de alguna manera para crear las conclusiones de esta Comisión de Investigación. Y... y por mi parte eso es todo. Muchas gracias. Y gracias por sus respuestas.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues muchas gracias a usted también.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señora Bermejo Santos. Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, el procurador señor García Nieto.

**EL SEÑOR GARCÍA NIETO:**

Buenos días. Gracias, señora presidenta. Buenos días, don Ángel. Bienvenido. Espero que esté... esté bien, después de lo pasado, que es lo más importante.

Pues, mire, yo le voy a contestar, precisamente, a esa pregunta que le acaban de hacer, porque le voy a hacer dos consideraciones. Y ya le digo que... que mi intervención va a ser la misma que hacemos con todos los comparecientes que han pasado antes -que no han sido pocos- por aquí, haciéndole, como digo, dos consideraciones. La primera, que le da respuesta a esa pregunta de por qué se ha creado esta Comisión, pues le quiero decir que esta Comisión responde precisamente 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, dos mil catorce-dos mil diecinueve, a nuestro... manera de ver, fue impecable, se actuó siempre con absoluta legalidad y con criterios objetivos de reparto, buscando la mayor eficacia, 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 tenemos el convencimiento de que las cosas se hacían bien. Pero, evidentemente, no nos vamos a negar a investigar, y facilitamos el trabajo para demostrar la impecable gestión del Gobierno regional en esta materia.

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

Y la segunda consideración que le quiero hacer es dejarle claro que el Grupo Popular tan solo ha pedido la comparecencia de tres personas. Solo de tres personas: el consejero de la Presidencia, el secretario general de la Consejería de Presidencia y el director general de Comunicación de la Junta de Castilla y León. En consecuencia, este grupo parlamentario no ha registrado ninguna solicitud de comparecencia ante esta Comisión de representantes o responsables de los medios de comunicación.



Por lo tanto, insisto, que le quede claro que nosotros no hemos pedido su presencia ni la de ningún otro responsable, ningún compañero suyo responsable de medios de comunicación. Está usted aquí -creo que lo sabe, pero, si no, yo se lo digo- por... a solicitud del Partido Socialista. Para nosotros han comparecido ya todos los responsables políticos que tenían competencias en materia de comunicación en el período que investigamos. Y le repito que de sus comparecencias hemos podido deducir que, en materia de contratación y de gestión de medios, las cosas, a nuestro modo de ver, se han hecho bien -algo que ya sabíamos-, y que, a la vista de la documentación examinada y de los distintos testimonios -que insisto que no han sido pocos- hemos podido verificar que esto es así.

Por lo tanto, para nosotros el objeto de la Comisión prácticamente ya ha culminado. A estas alturas podemos afirmar dos cosas. Primero, que la Junta de Castilla y León no ha tenido nada que ocultar ni tiene nada que ocultar; ha actuado con transparencia, con equidad, con eficacia y con respeto escrupuloso a la legalidad. Y la segunda, 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... que se presta por ustedes, que no deja de ser un servicio público.

Creemos en su independencia, en su objetividad, en su integridad, en la libertad de expresión, y creemos que la libertad de prensa no debe ser sometida al control de ningún Parlamento. Ahora le van a decir algunas cosas que ya le avanzo: le va a decir el Partido Socialista que ellos no son los responsables de que... de que esté usted aquí. Pues ya le digo yo que usted está aquí porque le ha pedido el Partido Socialista. También le van a decir que... que nosotros hemos querido ponerles a los pies de los caballos. Pero si nosotros no les hemos citado, a nadie, a ningún medio. Por tanto, nosotros no hemos querido poner a los pies de los caballos a nadie. Y también le pueden decir, le van a decir, que el Partido Popular, que el Grupo Popular, ha querido sentar solo a algunos medios y no a todos. Insisto, nosotros no hemos pedido la presencia de ninguno, de ningún medio de comunicación. Por tanto, no hemos puesto el foco en ningún medio de comunicación.

Y le pueden decir, seguramente le dirán, que ahora... -porque es que le ha dado ahora al Partido Socialista por decir esto- que el Partido Popular tiene una actitud infantil por decir todo lo que se hacía bien, es decir, por decir la verdad. Le aseguro que nosotros decimos lo que sentimos y lo que libremente pensamos. Y, desde luego, no permitimos que nada ni nadie condicione nuestras opiniones. La fase infantil ya la pasamos hace mucho tiempo, algunos más que otros. Desde luego, le aseguro que somos serios y nos tomamos muy en serio nuestro trabajo.

Así es que terminé diciéndole que 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 que le... que requiere la Junta de Castilla y León y, por tanto, y en base a esto, el Grupo Popular no le va a formular a usted ninguna pregunta.

Lo que sí voy a hacer es agradecerle mucho su trabajo, agradecerle su colaboración y agradecerle su independencia, que conozco de primera mano desde hace mucho tiempo.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues, muy bien. Muchas gracias, señorita. Muchas gracias, y también quedo a su disposición.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchas gracias, señor García Nieto. Por el Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, por un tiempo máximo de treinta minutos, la procuradora Barcones Sanz.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Muchas gracias, presidenta. Bienvenido, señor Cuaresma. Me alegro mucho de verle, de ver que está bien. Y gracias por comparecer en una Comisión de Investigación, que es algo que a los que me han precedido se les ha debido de olvidar y, sobre todo, se les ha debido de olvidar de que esta Comisión de Investigación la han creado ellos. Será porque tenían sospechas, por lo menos unos de los otros, de si la gestión había sido conforme a derecho y si la gestión había sido conforme a los términos de eficacia y eficiencia. Pero, además, hablando entre periodistas, lo que acabo de oír, esto es, "que la verdad no te perturbe tu titular", y el escrito, este panfleto, que le leen a todos los que pasan por aquí.

Bueno, yo creo que a estas alturas ya de la Comisión de Investigación ya sobra decir que, en esa perversión, en ese manoseo que se ha convertido ya en un... en una constante de las instituciones de Castilla y León, ni al Partido Popular ni a sus conversos de Ciudadanos les ha importado arrastrar, hasta incluso a una Comisión de Investigación, a todos ustedes, con tal de su objetivo de... de seguir en el sillón.

Pero bueno, aquí estamos, y, a diferencia de ellos, el Grupo Socialista sí que se toma en serio su trabajo y ha sacado toda la información que era necesaria. Pero casi por empezar, porque me llama la atención que un día tras otro repitan que han podido verificar que... que todo se hacía por criterios objetivos. Entonces, mi primera pregunta es: ¿usted conoce... -porque a lo mejor hoy es donde encontramos estos criterios que... que dice el Partido Popular- usted conoce los criterios objetivos por los que la Junta de Castilla y León repartía la publicidad institucional?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Buenos días. Y gracias también, señora Barcones. Pues mire, como le decía a la señora Bermejo, los criterios que a nosotros, al Grupo Intereconomía, se nos requerían era dos certificados con determinada periodicidad, que eran el certificado del... del EGM, al menos de estar inscrito en el EGM, para la publicidad de la radio, y el certificado de comScore, que es el que mide las... las audiencias digitales, que, como decía antes, en algún momento mi empresa decidió cambiar a... a Google Analytics y se nos... se nos indicó que no era un medidor autorizado para la Administración autonómica y... y volvimos a comScore. Era... eran los dos criterios que teníamos, al menos para nosotros.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Entonces, según lo que ustedes sabían, la publicidad institucional de la Junta de Castilla y León se repartía en función a los oyentes, en función a las mediciones. ¿Es así?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

En principio, es el criterio que a nosotros se nos... bueno, se nos decía. Como le he dicho, tampoco... tampoco se nos decía cuántos oyentes necesitábamos tener



o cuántos lectores digitales necesitábamos tener. Simplemente, que ya... que no era poco, se nos pedía el certificado de estar dados de alta en el EGM y en comScore, y, periódicamente, la medición del EGM y de comScore, que, como le he dicho, pues era un trabajo que tenían que hacer nuestros compañeros informáticos, que tenían que descargar los datos y... y enviárselos a... a la Administración.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Bueno, pues en esta supertransparencia de la que habla el Partido Popular, que no ha abierto ni tan siquiera el índice de la Comisión de Investigación, su... su grupo podríamos decir en Castilla y León que consta de... de dos medios: Radio Intereconomía y la parte del periódico digital *Gaceta de Negocios* -se llamaba antes-.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

En aquel momento se llamaba gaceta.es, y en la actualidad, se llama intereconomía.com.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Pero a nivel de contrataciones, *Gaceta de Negocios*, ¿no?, aparece como tal, que... que luego el nombre es gaceta.es.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues yo creo que no, ¿eh? Mire, yo creo que en el... en estos... en estos cuatro años, la verdad es que nuestra empresa ha... bueno, ha atravesado pues por unos momentos empresariales bastante complicados, y en el período al que ustedes se están refiriendo, la contratación... es decir, la contratación no se hace con la marca comercial, sino con la marca... con la marca fiscal. Y... y yo no sé si en ese momento, como usted me está diciendo -claro, me lo tendría que saber yo mejor que usted, pero, bueno-, en... en aquel momento yo no sé si se llamaban *Gaceta*, *Gaceta de los Negocios* o grupo... igual se llamaba en aquel momento Grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones -me bailan los años-.

Yo no sé si tiene usted ahí -que debería tenerlo yo mejor que usted- el... el dato... el nombre fiscal de la empresa, que podía ser Grupo Negocios de... de Ediciones y Publicaciones y después pasó a llamarse, a efectos de contratación, NC Media. Pero la marca comercial era, como ustedes están diciendo muy bien, gaceta.es y Radio Intereconomía.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Muy bien, pues en esta transparencia que dice el Partido Popular, le voy a preguntar. Empecemos por Radio Intereconomía. ¿Ustedes conocían que la Junta de Castilla y León les tenía clasificados conforme al Estudio General de Medios por grupos?

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Bueno, nosotros estábamos en el EGM, y el EGM se lo facilitábamos a la... a la Consejería de la Presidencia y a quien nos lo pidiera. Es decir, el EGM es una



cosa que teóricamente tendría que ser solo de uso interno de los medios de comunicación que... que somos socios del EGM, pero la práctica habitual es que los datos se... se ofrecen a nuestros clientes o posibles clientes, tanto sean Administraciones como sean empresas privadas.

Ahora bien, si... si usted me... me pregunta si nos tenían adscritos como radio generalista o como radio temática, pues... pues ahora mismo no lo sé si nos tenían como generalistas o como... o como temáticos. Pero bueno, la verdad es que igual... no sé, a lo mejor da igual, ¿eh?, no lo sé.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Pues es que, fíjese, en esta transparencia del Partido Popular, que estaba todo tan perfecto, ni los propios medios sabían de qué manera lo hacían. Pero le voy a decir lo que hemos encontrado dentro de las carpetas que estaban en las Consejerías. Es que había que ir a verlas, y eso les debía de suponer mucho trabajo a los que han creado la Comisión de Investigación. Porque dentro de las carpetas lo que aparece es: "Plan de medios mínimo. La compra de medios se realizará atendiendo a los siguientes criterios. Radio. Emisoras de radio generalista 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 oyentes y dos cuñas más por cada medio que tenga más de esos 75.000 oyentes". Aparece SER Castilla y León informativos, Onda Cero (Herrera Onda), COPE Castilla y León (La Mañana), esRadio Castilla y León y Noticias.

Por lo tanto, su medio no aparece como un medio generalista. Pero me gustaría saber, por una parte, si usted sabe por qué y, segunda, usted... ¿ustedes conocían esto? Como dice el Partido Popular que es que es todo tan objetivo y lo conocían todo, no sé, a ver si es que a usted no se lo habían contado, porque, no se preocupe, que sería el primero que se lo habían contado porque no... esto no lo conocía nadie en esa supertransparencia.

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues, mire, yo este dato en concreto que usted... que usted facilita, yo lo desconocía. Pero, bueno, a lo mejor también es culpa mía por no haber preguntado.

Y... y en cuanto a la otra pregunta o la otra consideración que usted hacía de por qué no estamos incluidos en... en ese grupo que usted acaba de citar, yo, claro, yo a quien tengo que defender es a mi medio, no a la Administración. Pero, bueno, voy a... voy a imaginar una explicación, que... que puede ser la... la real, y es que nosotros no disponíamos en aquel momento, ni en el actual, de un circuito regional de emisoras, como usted acaba de... acaba de leer. Entonces, yo entiendo que, al no disponer de un circuito regional de emisoras, es decir, emitir en las nueve provincias y emitir programación regional, digo yo que tendrían que adscribirnos a otro tipo de... a otro grupo de... de emisoras.

Nosotros, en... en este período disponíamos de dos emisoras en Castilla y León, en las provincias de Burgos y Salamanca. Se emite programación local de Burgos, se emite programación de Salamanca y se emite programación nacional, que es



donde se emiten las cuñas de difusión nacional de la Junta de Castilla y León. Pero lo que no había y no hay en este momento es ese concepto que usted acaba de citar, leyendo el documento, que es el de circuito regional. Ya le digo que yo aquí no vengo a defender a la Administración, sino a mi medio, pero igual es esa la explicación.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Pero fíjese, en esta labor... No sé, como dicen los que han creado la Comisión que estaba todo bien hecho y que les hablamos de actitud infantil, es por no ser un poco más agresiva, dado que suelo ser bastante moderada en mis acepciones. Claro, ¿cómo uno explica que quien ha tenido la responsabilidad y ha gestionado ponga a los pies de los caballos a los medios por no dar las debidas explicaciones? Es que esto, si tuvieran un mínimo ya solo de decoro en cuanto a la gestión que han realizado, no someterían a... a los medios a este tipo de preguntas que hacemos, porque quien ha venido antes, que ha sido la Administración, no lo ha explicado.

Es que, si en vez de esa actitud infantil, y les vuelvo a llamar infantil, de decir "no, todo está bien, todo está bien", lo normal es que alguien llegue aquí y diga "mire, la publicidad para la radio había: medios generalistas, porque entraban en un circuito autonómico y se repartía de esta manera; medios especializados, se hacía conforme a esta manera y estos eran los baremos". ¿Cuál es el problema? Que es que yo ya voy a llegar a pensar, según avanza la Comisión, que es que ni ellos mismos saben cómo repartían la publicidad institucional, porque, si no, no hay manera. Y luego, claro, que, si se hubieran molestado en trabajar un poquito, hubieran visto que, al final, los datos les delatan, porque en alguna Consejería, que han sido más diligentes que en otras, sí que hemos ido encontrando información que corrobora lo que nosotros estamos diciendo.

Entonces, en esta supertransparencia sí que hemos encontrado para las radios generalistas, pero no hemos encontrado dentro de los expedientes nada de los medios especializados. ¿En algún momento a ustedes les dijeron cuáles eran los criterios objetivos por los que se repartía la publicidad para los medios especializados y qué correlación tenían con los medios generalistas?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues la verdad es que en ese período en concreto, no. No se nos dijeron los... los criterios. Como ya le he dicho, iban llegando las... las campañas, campañas que, aunque fueran modestas, eran muy bien recibidas, como entiendo que son bien recibidas en... en cualquier otra... en cualquier otra empresa.

Sí... sí le puedo decir como... como un poco excepción, que en el caso de... de Cultura y de Agricultura ahí entendíamos, tampoco hacía falta hablarlo mucho, entendíamos que el criterio era de... de difusión... de difusión nacional. Y en el caso de las... de las campañas de digitales, entiendo que eran más de difusión regional, porque en la... en la web a la que nos hemos referido antes, gaceta.es hoy intereconomía.com, existe una sección específica diaria, que se actualiza con... con mucha rapidez, de información de Castilla y León, como... como en cualquier otro medio... en cualquier otro medio digital.

Entonces, yo entiendo que el criterio era la publicidad, digamos, de contenido o de interés regional publicarla en... en un medio, que era nuestro medio digital,



que tiene una sección de Castilla y León, y entiendo que la publicidad de difusión nacional emitirla en un medio que no tiene difusión específica regional, pero sí tiene difusión nacional. Pero ya le digo que... que es más una conclusión que saco yo que... que otra cosa.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Porque en este galimatías que tienen -que, ya le digo, es que yo creo que no se aclaran ni ellos de cómo lo hacían-, la publicidad en medios nacionales está reservada solo para las campañas de promoción. Sabe que hay dos tipos de campañas, las de información y las de promoción. Las de información están reservadas a medios autonómicos y locales, por lo tanto, esa no podía ser la concepción, a no ser que estuviéramos hablando de campañas de promoción. Pero, claro, tienen tan semejante barullo que, al final, la ley, con las directrices, con las normas, con los repartos, no hay forma humana de saber cómo repartían la publicidad institucional.

Pero, bueno, para que conste a los efectos de nuestras propias conclusiones, ¿usted no conoce, ni por escrito ni verbalmente, con claridad cuáles son los criterios objetivos por los que su medio contrataba la publicidad institucional con la Junta de Castilla y León, o la Junta de Castilla y León con su medio?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

En ese momento, como le digo, el... el criterio global era los datos de EGM y los datos de... de comScore, y... y nada más.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Pero ¿los datos cómo se aplicaban al reparto? Es decir, está bien decir: no, los datos del EGM... los datos del EGM. Sí, pero ¿los datos del EGM cómo se trasladan en la contratación de la publicidad?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues... pues ya le digo que lo... que lo desconozco, que en... que, como le he dicho a la señora Bermejo, es que a principios de año, en el caso de la publicidad digital, no sabíamos el global de finales de año; sí lo sabíamos en el caso de la publicidad de... de radio de dos Consejerías específicas.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. Su medio, como hemos dicho, es un medio especializado. ¿En qué está especializado su... su medio?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues, mire, como su nombre indica, que es Intereconomía, somos un medio fundamentalmente económico, pero no exclusivamente económico. Es decir, la



economía es el... el objeto fundamental de... de nuestras informaciones, pero no nos cerramos en ningún momento a... y ustedes, bueno, pues tienen ocasión de leerlo o de oírlo, a hacer información general de... de este... de este Parlamento, de... de otras instituciones. Hay... hay contenidos que no solemos frecuentar, como son los sucesos, por ejemplo, pero otros temas como la sanidad, la... la pandemia, ahí no nos diferenciamos mucho de otros medios de comunicación generalistas, pero siempre dándole un... un toquecito, un aditivo de... de economía, claro.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí, gracias. La pregunta era casi retórica, porque nos ha llamado poderosamente la atención cuando hemos sacado todos los datos, que nosotros sí nos hemos molestado en sacarlos por años, por Consejerías, y de la Consejería que ustedes no han recibido un céntimo de dos mil catorce a dos mil diecinueve es de la Consejería de Economía y Hacienda. Claro, que un medio especializado –yo le sigo– fundamentalmente en temas económicos, ni en la parte del... del periódico digital ni en la parte de la radio ustedes han recibido un solo céntimo. ¿No le parece cuanto menos curioso cuando uno se pone a investigar que diga: un medio especializado en economía no recibe un céntimo de la Consejería de Economía?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

A mí solo se me ocurre una explicación. Pero, yo insisto, es que yo... parece que... que hablo por boca de la Administración, cuando yo solo puedo hablar por boca de mi... de mi empresa. Pero yo creo recordar que en... que, en aquel momento, nosotros –cuando digo “aquel momento” digo cuando empieza la... cuando empieza el año dos mil catorce; no la legislatura, que empezó en el quince, sino cuando empieza el año dos mil catorce– acabábamos de, desgraciadamente, cerrar nuestro periódico de... de papel, que era *La Gaceta*. Y al dejar de tener un periódico de papel y... y pasar a tener un periódico digital, que era casi el único producto que teníamos en aquel momento, yo creo, ¿eh?, creo recordar como que se nos dijo, insinuó, informó, de que la... el grueso de la publicidad o los paquetes de publicidad de la Junta estaban distribuidos de tal manera que la publicidad en medios digitales se contrataba o se centralizaba en la Consejería de la Presidencia, y la publicidad en otros soportes técnicos se podía contratar a través de... bueno, las otras, las que hubiera entonces, no sé si eran ocho o nueve, nueve Consejerías.

Entonces, ya que usted menciona en concreto la Consejería de Economía y Hacienda, sí tenía que haber, seguro, sería cuestión de buscar la documentación, sí tenía que haber, seguro, en el grueso de... o en el conjunto de campañas que ordenaba la Consejería de la Presidencia, tenía que haber campañas que se refirieran a actuaciones de la Consejería de Economía. Es decir, todas esas campañas que periódicamente nos contrataba la Consejería de la Presidencia, por decirlo en un lenguaje muy... muy llano, la... la Consejería de la Presidencia no anuncia nada o casi nunca anuncia nada, entonces, lo que hacía la Consejería de la Presidencia era anunciar cuestiones que serían competencia de otras Consejerías. Pongan ustedes el ejemplo que... que quieran, ¿no?, que les parezca más... más oportuno. Y seguramente, o digo, o probablemente, en ese conjunto de campañas ordenadas por la Consejería de la Presidencia habría campañas de actividades, de actuaciones, de la Consejería de Economía y Hacienda.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí. Como su grupo tiene dos medios –ahora hablaremos de los digitales–, sí que era así el procedimiento que utilizaban. Todo lo de los medios digitales, como si fuéramos completamente analógicos en dos mil diecinueve, se seguía gestionando a través de la Consejería de Presidencia y desde ahí replicaban a escala mínima las campañas que se hacían para el resto de medios desde todas las Consejerías. Es decir, que, en dos mil diecinueve Castilla y León analógica, los medios digitales, que han tenido un incremento exponencial, y ya no digo nada con toda la crisis que hemos vivido, pero en dos mil diecinueve... ya no hablamos de dos mil catorce, en dos mil diecinueve, adaptándonos a los nuevos tiempos, en Castilla y León había como una minirréplica de campañas desde la Consejería de Presidencia. Pero eso... de eso le preguntaré ahora, porque me quiero detener en la radio.

Es que en la radio tampoco, jamás, les han dado un solo céntimo de la Consejería de Economía y Hacienda. Vemos en dos mil diecinueve un poquitito en Presidencia, todos los años en Agricultura y Ganadería y, al principio, tres años, pero luego ya se lo quitaron, en Cultura y Turismo. Entonces aquí me surgen muchas preguntas. Una: ¿por qué de dos mil catorce a dos mil diecinueve más que duplican la cantidad de Agricultura y Ganadería, y si su medio no es un medio válido para el resto de campañas que hace la Junta de Castilla y León? Empezando porque de Cultura y Turismo, durante tres años sí que tuvieron publicidad, pero luego de repente también se la quitaron. Son dudas que a uno le surge en la cabeza. Dices: por qué un medio sí que es apto para Agricultura y Ganadería. Podríamos decir: no, como hablan de economía, pues el sector tiene algo que ver en la economía. Hombre, pues más tendrá que ver con la Consejería de Economía y Hacienda.

¿Y por qué Cultura, pero solo unos años? ¿Y por qué el último año meten un poco en Presidencia? Es que son todo este tipo de cosas, que, si hubieran sido mínimamente responsables, tendríamos respuestas antes de que vinieran ustedes. Pero el problema es que nadie da ninguna respuesta de cosas que a uno, cuanto menos, le llaman la atención cuando tiene todos los datos encima de la mesa. Lo mismo han sido muchas preguntas, pero creo que me ha cogido un poco la intencionalidad de las mismas.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Bueno, no... no sé muy bien esa... cuál es la pregunta exactamente, si... si me disculpa.

**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

La pregunta, son muchas. Uno: ¿qué pasó de dos mil catorce a dos mil diecinueve para que más que se duplicara la contratación con Agricultura y Ganadería? Se las voy haciendo así, de una en una.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues mire, en... en ese... en ese período que usted me dice hubo un cambio en la... en la Consejería de... de Agricultura, un cambio en la titular de la Consejería, y la titular anterior decidió que la cantidad que se... que se aportaba a Radio



Intereconomía para las campañas de Tierra de Sabor era equis, el dato que... que tiene usted ahí, y después hubo... hubo un cambio en la Consejería y la... la siguiente persona responsable pues decidió que... que era otro... que era otra cantidad. Supongo que habríamos incrementado en ese período el... los datos del EGM o habría cualquier... cualquier circunstancia.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

¿Por qué la Junta de Castilla y León dejó de contratar publicidad institucional con Radio Intereconomía en la Consejería de Cultura y Turismo?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues no lo sé. Sí... ahí sí que hubo también un... un cambio, porque es que... es que supongo que se está usted refiriendo exactamente a la transición entre el año dos mil catorce y dos mil quince, que es cuando hubo elecciones y hubo un... un cambio en el Gobierno, no en... no en el... en el partido político que gobernaba, pero sí en... en las personas, y en... y en esa Consejería hubo un cambio. Fue una de las que cambiaron de titular y... y se decidió no poner publicidad. El porqué no lo sé. El porqué no lo sé.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Cualquiera diría que esto dependía del capricho de cada consejero, con qué medio o no se hacían las campañas de publicidad institucional. Y otra pregunta. ¿Su medio no era un medio válido para hacer publicidad institucional con el resto de Consejerías? ¿Sabían por qué no era... su medio no era un medio óptimo para hacerlas?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues yo entiendo... y aquí es que me va a tocar hacer el papel de Administración otra vez y de... y de hablar por boca de la Administración, de la Administración de entonces, pero yo entiendo, o quiero creer para... aunque solo sea para autoconsolarme, quiero creer que, al tratarse de un medio de difusión nacional -porque en este caso estábamos hablando de la radio, que, como le he dicho, no teníamos un soporte regional-, quiero creer que las cosas que se anuncian de... de difusión de la Comunidad de Castilla y León fuera de Castilla y León pues, bueno, igual eran más del ámbito de... pues eso, de los productos alimenticios o del turismo, que de... que de algo como la... como la Consejería de Economía, que, bueno, pues quizá... insisto, es que me... me siento un poco así como que estoy en el papel de Administración, ¿no?, pero que quizá... quizá era más raro o más difícil de anunciar fuera de Castilla y León cosas de... o actividades de la Consejería de Economía. Es... es el criterio que a mí se me ocurre.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Claro. Lo que pasa que a mí eso me rechina con que en dos mil dieciocho y en dos mil diecinueve no tuvieran publicidad institucional de Cultura y Turismo, tampoco de Fomento y Medio Ambiente, porque tenemos unos parajes naturales preciosos para poder dar a conocer, y su medio no debía de ser un medio válido dado que no



se contrató nada con el mismo. Pero, bueno, como ya sé que no puede hablar por boca de aquellos que gestionaron, y los que gestionaron, con esa actitud infantil de que lo hicieron todo bien, lo tienen resuelto, pues no tenemos nada más que hablar.

Así que pasará a la parte del digital. Un poco, bueno, pues eso, lo que le decía, esa gestión analógica que ha venido haciendo la Junta de Castilla y León y que nosotros no... no acabamos de entender. Fíjese, hemos sacado los datos globales y el total de la publicidad institucional de dos mil catorce a dos mil diecinueve supera los 80 millones de euros. Para prensa escrita va más de un 43 %, casi los 35 millones de euros; para las radios, un 9,41 %, siete millones y medio; para las agencias, tanto agencias de bases de datos como todo tipo de agencias, un 34 %, 27 millones de euros; televisión y otros, un 3,73; y para los digitales 7.000.000 de euros, un 8,87 %.

¿Usted cree que esto guarda una relación de equilibrio con la capacidad de llegar a la ciudadanía en términos de eficacia, de eficiencia de la gestión del dinero público? Porque a nosotros lo que nos preocupa es que por mucho que se piense el Partido Popular que la Junta de Castilla y León es suya y el dinero es suyo, no, es de los castellanos y leoneses. Y cuando gastamos 80 millones de euros, que es muchísimo dinero, lo que tenemos que asegurar es que en las campañas de información lleguemos al mayor número de vecinos y vecinas de nuestra Comunidad y en las campañas de promoción cumplamos el fin, el objeto, dar a conocer la belleza de nuestro territorio para que venga turismo, que se vendan muchos jamones de Guijuelo, que a la presidenta le encanta que ponga ese ejemplo. Es decir, el objetivo final del dinero público en términos de eficacia, de eficiencia y de reversión de lo que estamos invirtiendo. ¿Usted cree que, en atención a esto, hay un equilibrio en el reparto de la publicidad institucional por bloques de medios?

#### **EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues es que, claro, el... el "usted cree", volvemos otra vez al... a lo subjetivo. Si yo soy el responsable o el gestor, bueno o malo, de un medio digital, pues ¿qué le voy a contestar, no? Le voy a contestar que lo más importante para difundir cualquier cosa es un medio digital. Y yo le podría argumentar a usted y a los que... y sobre todo a los que ordenan o gestionan la publicidad, les podría argumentar muchas cosas que... que, pues yo qué sé, que mis hijos no ven jamás la televisión tradicional y que todo lo ven digital, en... en sus teléfonos móviles y en sus ordenadores.

Pero claro, eso se lo digo yo, que... que soy el responsable de un medio... de un medio digital y de una radio diferente y no el responsable de un medio tradicional. Pues, probablemente, si yo fuera el responsable de un medio tradicional, de... de los de... de los del siglo XX, pues igual le contestaría... le contestaría otra cosa, ¿no? Entiéndame que se lo diga así.

#### **LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

Sí, pero, para que me entienda, nosotros, ya sin valoraciones subjetivas, con criterios objetivos encima de la mesa, fíjese, con el Plan de medios mínimo de la propia Junta de Castilla y León, donde ya no hablando de una red especializada, sino de las generalistas, la propia Junta de Castilla y León reconoce, en función al EGM, que está



llegando a 1.000.000 de habitantes, es decir, estamos hablando casi del 40 % de la población de Castilla y León.

¿Cómo se puede hacer un reparto atendiendo a estos criterios que le reseñaba cuando en esta mano tengo a 1.000.000 de habitantes, tengo al 40 % de la población de la Comunidad, y aquí le estoy dedicando menos del 10 % del total de la publicidad institucional? Es que para nosotros ya no es una cuestión de una valoración subjetiva, es una cuestión de una valoración objetiva, que si quienes crearon la Comisión se hubieran molestado en poner los papeles encima de la mesa se darían cuenta que es imposible. Es imposible que haya un reparto objetivo cuando, en función a sus propios documentos y a sus propias estimaciones, esta es la parte.

Y nos pasa lo mismo con los digitales. Es decir, como valoración objetiva, la capacidad de penetración, como les llaman ustedes, la capacidad de penetración en la sociedad. ¿Cree que hay un reparto objetivo? Porque si siempre les han dicho a ustedes que el reparto era conforme al EGM, era el reparto conforme a las audiencias, yo le digo: 80 millones de euros; a los digitales un 8,87, a las radios un 9,41. ¿Usted cree que esto se compadece con la realidad de los datos objetivos, de la capacidad que tienen los digitales y las radios de penetrar en la sociedad?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Pues, yo insisto, es que mi respuesta está condicionada, por muy objetivo que yo quiera ser, mi respuesta está condicionada porque yo soy el responsable, entre otras cosas, de un... de un medio digital. Entonces, en el momento en que yo estoy condicionado, contaminado, porque soy el responsable de un medio de comunicación digital, pues... pues claro, tengo que decirle que, bueno, pues que... que no me parece objetivo. Pero es que yo dirijo un digital y una radio diferente.

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

Sí. En otro orden de cosas, y para ir acabando, usted decía que les comunicaban al principio del año cuánto iban a tener de publicidad institucional. Lo que nosotros hemos visto, tenemos constancia, porque lo han visto nuestros ojos, es ese papel sin membrete, sin firma, que daba el secretario general de Presidencia a todos los secretarios generales, donde se dice lo que va a recibir cada medio. Y lo que les decían es lo que iban a tener para ese año, si van a tener lo mismo, más o menos. ¿Cómo se puede esto armonizar con la Ley de Contratos del Sector Público? ¿Cómo antes de iniciar las contrataciones ya se puede saber lo que se va a contratar con cada medio?

#### EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):

Yo tengo que remitirme a lo que decía en respuesta a las preguntas de la señora Bermejo, y es que, a mí, en ningún momento, salvo en estas dos Consejerías específicas de las que hemos hablado, en ningún momento del año se me decía cuánto se iba a contratar. Es decir, yo en junio no sabía cuánto faltaba por... por contratar -y mucho menos en... y mucho menos en... bueno, ni mucho menos ni mucho más, ni en enero ni en ningún otro mes del año- en el caso de la... de la publicidad



digital. Sí sabía en algún momento determinado lo que se iba a contratar en estas dos Consejerías que hemos mencionado en... en radio. Entonces, ya, si había un papel de la... de la Consejería de... de la Secretaría General pues a mí no me constaba; al menos, como le digo, en la publicidad digital, ¿eh?

#### LA SEÑORA BARCONES SANZ:

En cualquier caso, y para acabar, es que era con las Consejerías con las que contrataba su medio. Claro, lo que no se lo iban a remitir era de Consejerías con las que no iban a contratar ni un solo céntimo; de Economía y Hacienda seguro que no le llamaron ningún año para hablarle de la publicidad institucional.

Pero bueno, ya para finalizar, y un poco a modo de conclusión, no sabemos cómo repartían el dinero con las radios especializadas, porque, fíjese, aunque con las generalistas no lo cumplían y no tiene ningún tipo de coherencia entre lo expresado en el total de los repartos los documentos que les hemos encontrado, es que en las radios especializadas, es que ahí ni tan siquiera; después de haber visto todos los expedientes, no tenemos ni la más mínima noción de... de conforme a qué. Porque uno dice: sí, era conforme al EGM. Sí, conforme al EGM, bien, pero conforme al EGM, ¿cómo se traducía eso en euros? ¿Cómo es posible que a principios de año les dijeran lo que iban a recibir de publicidad institucional si no se... no se habían abierto todavía los procedimientos de contratación? Es que hacían trajes a medida. Decían: usted va a recibir 20.000 euros, y después les invitaban a no sé cuántos contratos menores. Pero es que ya aparecía, ya sabían que iban a ser 20.000 euros. Entonces, al final estás vistiendo el santo, pero el santo ya lo tenías desde antes y... y haces trajes a medida.

Bueno, yo quiero agradecerle la sinceridad de... de todas sus respuestas, el que haya comparecido en esta Comisión de Investigación. La verdad es que yo creo que esta Comisión de Investigación va a pasar a la historia parlamentaria como la más atípica, como mínimo, por decirlo. Porque, fíjense, el vicepresidente decía: sin la libertad real de los medios no tendremos una Comunidad libre. Es decir, creía que los medios no eran libres porque se había estado, a lo largo de todos estos años, haciendo información... no se daba información, sino lo que se hacía era propaganda; era un hecho comprobable que se trataba diferente en función a la relación con un medio u otro; denunciaban que era arbitrario, opaco y no transparente, pero, al final, son los mismos haciendo las mismas cosas, porque lo único que ha cambiado a lo largo de estos dos años, y estamos a mitad de legislatura, es el montón de millones que han metido más en publicidad institucional.

No tenemos una ley con criterios objetivos, pese a que el Partido Socialista por dos veces ha traído a esta Cámara una ley que aclare todo esto de lo que estamos hablando. Si es que esto sería bien fácil: una ley con criterios objetivos, donde hubiera procedimientos de contratación, donde ya tuviéramos unos criterios, donde cada uno ya supiera, si se presenta a una licitación, conforme a qué iba a ser valorado. Y esto no... no ha sido así.

#### LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):

Señora Barcones, por favor.



**LA SEÑORA BARCONES SANZ:**

(Sí, acabo, acabo). Demasiadas incógnitas, porque, lamentablemente, esta actitud infantil está haciendo que no se esclarezcan todas estas cuestiones. Muchísimas gracias, señor Cuaresma. Y nos vemos.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

Pues, nada. Muchas gracias a usted, señora Barcones. Muchas gracias.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchísimas gracias, señora Barcones Sanz. Para cerrar la sesión, tiene la palabra, por un tiempo máximo de diez minutos, si lo desea, el señor compareciente, Ángel Cuaresma Renedo.

**EL SEÑOR CUARESMA RENEDO (DELEGADO EN CASTILLA Y LEÓN DEL GRUPO INTERECONOMÍA):**

No. Pues nada más. Agradecer a... a sus señorías, a la señora presidenta y... y a la señora letrada. Y, bueno, estoy a disposición de... de esta Comisión del Parlamento de Castilla y León. Y, bueno, pues espero que... que mi intervención y mis respuestas hayan podido aclarar las dudas que a ustedes les acucian y... y si puede resolver o avanzar en algo la Comisión de Investigación, pues... pues encantado. Y, como les he dicho, venimos como de memoria a la... a la Comisión y a sus preguntas. Si en algún momento desean algún tipo de documentación o soporte informático, pues entiendo que se puede solicitar a mi... a mi empresa y... y mis compañeros, pues se lo pueden... se lo pueden facilitar, si ustedes lo desean. Nada más. Agradecerles y... y a su disposición.

**LA PRESIDENTA (SEÑORA RUBIO MARTÍN):**

Muchísimas gracias. Finalizada la comparecencia, despedimos al señor compareciente, reiterándole nuevamente nuestro agradecimiento por su valiosa aportación a los trabajos de esta Comisión.

Se levanta la sesión.

*[Se levanta la sesión a las trece horas cincuenta y cinco minutos].*