

La casa de Carlitos

Carlos Bermúdez Urbina, el publicista y estratega de medios de la gobernadora Jenniffer González Colón, factura día y noche por controlar la proyección pública de la mandataria y de su administración.

By  Luis Valentín | Publicado: 25 de agosto 2026 a las 06:00 AM



En la noche del miércoles 17 de diciembre de 2025, la gobernadora Jenniffer González Colón llegó hasta el Cuartel de Ballajá para presenciar el desfile de cierre de San Juan Moda. Allí le preguntaron cómo aporta el evento al turismo, y ella contestó que muchísimo, pues la moda es parte del desarrollo económico y de lo que Puerto Rico ofrece al mundo.

Antes de esa respuesta, González dijo que estaba allí para ver las maravillas que hace su amigo Carlitos, quien estaba a su lado vistiendo un traje Louis Vuitton negro, camisa negra satinada, corbata negra y su pelo teñido de blanco.

Carlos Bermúdez Urbina —a quienes algunos llaman “Carlitos” o “Bermu”— es un publicista, consultor de medios, empresario y manejador de artistas. En ocasiones, lo identifican como relacionista público, aunque no tiene licencia para ello. Desde 2012, preside y organiza San Juan Moda, un evento que reúne cada año a diseñadores, modelos y celebridades puertorriqueñas.

Fuera de las pasarelas, Bermúdez ha sido uno de los principales asesores de comunicaciones dentro del Partido Nuevo Progresista (PNP) durante más de 30 años, y ha estado con la Gobernadora durante gran parte de su carrera política.

Media docena de fuentes cercanas a La Fortaleza, al PNP y al publicista lo describen como una figura central detrás de González. Varias de estas personas confirmaron al Centro de Periodismo Investigativo (CPI) que su rol incluye la coordinación y estrategia detrás de conferencias de prensa y las apariciones públicas de la Gobernadora.

Añadieron que sus relaciones dentro de la industria de los medios le permiten intervenir en las decisiones de pauta publicitaria del Gobierno y controlar la cobertura sobre la administración. Esto último se refleja de distintas formas: desde coordinar entrevistas exclusivas o coberturas especiales, hasta realizar llamadas telefónicas a editores y jefes de medios para quejarse de alguna foto, titular o historia cuya línea se perciba como negativa a la Gobernadora. Esto fue también validado por varios directivos o editores de medios.

Bermúdez realiza estas gestiones sin tener ningún cargo oficial dentro del Gobierno. Lo hace por medio de OEIL, Inc., una compañía de la cual es presidente y su único dueño.

“No trabajo para La Fortaleza”, dijo Bermúdez al CPI. “La corporación que represento y para la cual trabajo presta servicios que se extienden a las agencias del gobierno que así lo soliciten, incluyendo La Fortaleza, donde la corporación ofrece asesoría y recomendaciones de estrategia”, añadió.

Aunque “mantiene contacto con periodistas, editores y otros profesionales de los medios” como parte de sus gestiones, negó que intervenga para impedir que un medio publique una historia.

La portavoz de la Gobernadora, Marieli Padró, dijo al CPI que Bermúdez ofrece “servicios de apoyo y asesoría” a la Oficina Central de Comunicaciones y Asuntos Públicos. Aseguró que La Fortaleza no da “instrucciones para intervenir o procurar influir en la cobertura editorial de los medios de comunicación”.

Distinto al trabajo que realizó durante la administración de Ricardo Rosselló Nevares —donde con otros *brothers* que dictaban su proyección y la política pública fue parte del notorio Chat de Telegram— Bermúdez ha tenido un papel mucho más protagonista en la administración de turno, según las fuentes consultadas.

Pero más que una clienta, la Gobernadora es su amiga. Entre ambos existe una estrecha relación de amistad que se remonta a más de 30 años, desde que ella estaba en escuela superior.

Esa cercanía ha permitido que el círculo de amistades y clientes privados de Bermúdez también goce de un acceso privilegiado a La Fortaleza y a recursos del Gobierno, confirmaron al menos cuatro fuentes al CPI. Personalidades como María del Pilar ‘Maripily’ Rivera y el presentador de televisión Jaime Mayol han conseguido acceso VIP a la Mansión Ejecutiva y participado en campañas publicitarias del Gobierno. Espectáculos de la productora Soraya Sánchez, su amiga y socia de negocios, según confirmó el CPI, han logrado auspicios de la Compañía de Turismo. Publicidad Tere Suárez, la agencia que lleva el nombre de otra de sus amigas, mantiene algunas de las cuentas de Gobierno más lucrativas.

El presentador de televisión Jaime Mayol y su ahora esposa Carolina Vale Pendás tuvieron una sesión fotográfica en La Fortaleza. El acceso a múltiples rincones de la Mansión Ejecutiva para este tipo de eventos privados es muy poco común.

Además, algunos de los comunicadores y relacionistas de su confianza se convirtieron desde enero de 2025 en empleados y contactos de prensa en varias agencias gubernamentales, según las personas entrevistadas.

Para esta historia, las fuentes pidieron hablar bajo anonimato por las posibles implicaciones en sus trabajos.

Bermúdez rechazó categóricamente que haya coordinado o facilitado contratos gubernamentales, auspicios o acceso al Gobierno para sus clientes y personas cercanas. Sobre el reclutamiento de asesores de prensa, sostuvo que su rol se limita a “ofrecer opiniones o recomendaciones”, pero que no tiene autoridad para realizar nombramientos y contrataciones. También negó que haya participado en la contratación de agencias de publicidad durante esta administración.

La Fortaleza aseguró que las agencias contratan directamente a las personalidades para campañas y eventos, y que Bermúdez no participa en ese proceso.

En el caso de Sánchez, la productora negó cualquier intervención o gestión de Bermúdez en los auspicios e incentivos del Gobierno recibidos por su compañía.

La publicista Suárez no atendió preguntas del CPI.

La facturación

Desde que González asumió el cargo de la gobernación, Bermúdez ha dedicado día y noche a la imagen de su administración, literalmente.

Entre marzo y diciembre de 2025, la compañía del publicista facturó 1,688 horas, a razón de \$100 y \$120 cada una, según facturas examinadas por el CPI. En total, son \$185,450 en 10 meses, es decir, poco más de \$18,500 mensuales en promedio.

Durante ese periodo, hubo al menos 31 días en los que, según su facturación, Bermúdez habría trabajado 12 horas o más. Incluso, de acuerdo con el tiempo facturado, en 12 ocasiones superó las 15 horas de trabajo por día. Algunas de estas extensas jornadas de trabajo para el Gobierno habrían coincidido con su participación en actividades de San Juan Moda y con eventos fuera de Puerto Rico, como La Casa de los Famosos en México, donde acompañaba a su amiga y clienta, Maripily Rivera, a participar del *reality show*.

Bermúdez sostuvo que OEIL tiene “distintos recursos profesionales” y que las horas facturadas “pueden corresponder al trabajo realizado por más de una persona y no necesariamente representan una jornada de trabajo individual”.

Aunque inscribió la compañía en 2016, el publicista dijo al CPI que la entidad cuenta con más de tres décadas de experiencia.

A preguntas del CPI sobre cuántos empleados tiene OEIL, contestó que tiene “tres personas dedicadas” a los asuntos del Gobierno, además de dos recursos adicionales, según requerido.

“Aunque buena parte del trabajo se realiza presencialmente, la naturaleza de los servicios contratados también puede requerir consultas, análisis, llamadas y coordinaciones fuera del horario regular, durante las noches o los fines de semana, así como trabajo remoto cuando sea necesario”, agregó.

Según Bermúdez, las labores de su compañía para el Gobierno incluyen “evaluar ideas y recomendar estrategias, mensajes, el momento y los canales adecuados para comunicarlos, así como apoyar en el manejo de situaciones y la coordinación entre equipos”.

En este cuatrienio, OEIL ha tenido contratos con el Departamento de la Vivienda bajo la exsecretaria Ciary Pérez Peña, la Compañía de Turismo bajo la dirección de Willianette Robles Cancel y la Autoridad de Asesoría Financiera y Agencia Fiscal (AAFAF) durante la incumbencia de Francisco Domenech Fernández.

Los contratos con estas tres entidades públicas sobrepasan los \$626,000.

Las facturas de OEIL revisadas por el CPI no reflejan labores realizadas por más de una persona o subcontratadas. Esto último requeriría el aval de AAFAF, y los pagos a subcontratistas deberían quedar reflejados en las facturas. En el caso de OEIL, no se detalló en ninguna factura.

En su mayoría, las facturas incluyen descripciones genéricas de las labores realizadas, como “asesoría en comunicaciones”, “peticiones de medios”, “servicios de fotografía”, “seguimiento a proyectos” y reuniones de calendario o con el equipo de comunicaciones de La Fortaleza.

Pese a que Bermúdez alegó que el trabajo realizado corresponde a más de una persona, las labores fueron facturadas bajo una misma tarifa por hora: \$100 en AAFAF y \$120 en Turismo y Vivienda. Esto implica que todas las personas en OEIL cobrarían la misma tarifa que Bermúdez.

Con el aval de Domenech, la AAFAF pagó gran parte del trabajo que Bermúdez realiza en la mansión ejecutiva, aun cuando sus servicios no estaban relacionados con esta agencia. A cuenta de AAFAF, OEIL asesoró sobre las conferencias de prensa denominadas En Récord, que se hacen en La Fortaleza dos veces por semana, y “Asunto Semanal” los domingos, moderadas por el secretario de Asuntos Públicos Jean Peña Payano. También asesoró sobre las visitas de La Fortaleza a distintos alcaldes llamadas “Cumpliendo Contigo” y ofreció servicios relacionados a otras agencias como la Autoridad de Puertos y el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio, pese a que no tenía contrato con ellas.

Eventos navideños, la campaña Sounds of Puerto Rico y la feria de turismo Fitur figuran en las reuniones facturadas tanto a la AAFAF como a Turismo. Todas conllevaron el montaje de espectáculos musicales, algunos de los cuales contaron con la participación de artistas allegados a Bermúdez.

La práctica de facturar al presupuesto de una agencia trabajos que no son propios de esa entidad, como en el caso de AAFAF, no es la norma y requiere una dispensa del Secretario de la Gobernación o un acuerdo interagencial, según la Oficina del Contralor. La directora de AAFAF, Vicky González Vega, sostuvo que, en el caso de OEIL, se realizó bajo un acuerdo interagencial con La Fortaleza que certificaba los servicios brindados por el publicista antes de pagarle.

Aunque OEIL mantiene vigente sus contratos con Turismo y Vivienda, el de AAFAF venció el pasado 31 de julio y no fue renovado “a petición del consultor”, indicó la agencia.

A preguntas del CPI sobre bajo qué contrato Bermúdez rinde servicios actualmente a la Gobernadora, ya que no está contratado en AAFAF, La Fortaleza contestó que lo hace “mediante acuerdos colaborativos de las agencias [a las] que brinda servicios y según sea requerido”.

Un cafecito con Su

Suzanne Ujaque Guzmán tiene un podcast llamado Un Cafecito con Su, en un estudio decorado como si fuera la sala de Barbie.

En abril de 2025, luego de haber sido parte del comité organizador de la Toma de Posesión de la Gobernadora, Ujaque se convirtió en la asesora de prensa del Departamento de Asuntos del Consumidor. Tuvo contrato allí por medio de su compañía Holistic Marketing & Communications, que sumó \$205,000 y estuvo vigente hasta el pasado 30 de junio.

En el verano de 2023, antes de llegar al Gobierno, Ujaque tuvo de invitado en su podcast a su amigo, Carlos Bermúdez.

Son pocas las entrevistas con él que se encuentran en línea y la mayoría están relacionadas a su rol en San Juan Moda o como manejador de artistas. Según él, no nació para estar frente a una cámara, sino que trabaja para que otros puedan lucir bien.

“Esto no es una entrevista, esto es una conversación entre amigos”, dijo Ujaque sobre quien considera el Zar de la moda en Puerto Rico y un hombre muy exitoso.

Bermúdez contó que, desde niño, organizaba eventos y juegos durante el verano con sus primos en el Barrio Sonadora de Guaynabo. Allí era él quien ponía las reglas y establecía cómo se iba a hacer todo, día por día. Asegura que, desde entonces, siempre ha querido ser líder, alguien que atiende a la gente y que organiza todo. Luego de graduarse de la Escuela Central de Artes Visuales de Santurce, quiso estudiar arquitectura y pintura en la Universidad de Puerto Rico. Terminó en comunicaciones y política, y dice que no se equivocó con su decisión.

Por casi 40 años, durante toda su vida adulta, incluso desde antes de graduarse de escuela superior, Bermúdez ha estado ligado al PNP. En su lista de clientes han estado el expresidente del Senado Roberto Rexach Benítez, los exalcaldes Jorge Santini, de San Juan, y María “Mayita” Meléndez, de Ponce, el ex presidente del PNP —y su primo hermano— Leo Díaz Urbina y el exgobernador Rosselló Nevares. En el caso de la Gobernadora, esta ha sido su cliente desde su paso por la Cámara de Representantes, luego como Comisionada Residente y ahora en La Fortaleza.

Aunque asegura que aprendió mucho con Rexach —a él le debe que apenas duerme, escribió en una columna tras su fallecimiento en el 2012—, su trayectoria en la política se la debe a la exlegisladora del PNP Albita Rivera, a quien conoció durante un evento mientras todavía estaba en la escuela superior.

“Yo de presenta’o le digo, ‘yo la conozco a usted’. Yo tendría 15 o 16 años, y ella se interesó mucho en la conversación conmigo. Era un nene. Y le digo, ‘yo soy estadista como usted’”, recordó. En ese momento, le ofreció trabajar en su oficina como parte de un internado de verano y, desde entonces, trabajó con ella durante el resto de su carrera.

“La bestia Bermúdez”

El lunes 3 de diciembre de 2018, el entonces gobernador Rosselló Nevares comenzó el día molesto. Su idea de convertir escuelas cerradas en centros de servicios gubernamentales apenas apareció en los periódicos de ese día.

“Está cabrón que esta sea la nota de los planteles”, escribió el mandatario a las 5:54 de la mañana en el Chat de Telegram que llevó a su salida en el Verano de 2019.

Rosselló pidió a su equipo circular la idea nuevamente.

“Bermu, toquemos base [con El Nuevo Día] para entrevista a fondo de proceso y nuevos proyectos con Gobe y Palou”, escribió Ramón Rosario Cortés, entonces secretario de Asuntos Públicos y uno de los 12 participantes del chat.

“Ya estoy coordinando con Primera Hora”, dijo Bermúdez.

“La bestia Bermúdez”, contestó Rosario Cortés.

Al día siguiente, se publicó una historia de portada en Primera Hora, de dos páginas, con una entrevista exclusiva al entonces gobernador y a la asesora de infraestructura de La Fortaleza, María Palou. El titular leía: De escuelas a centros de servicio.

“Brutal, Bermu”, dijo Rosario Cortés al ver la portada que compartió Bermúdez a las 4 de la mañana en el chat.

“De show”, contestó el publicista.

Ya desde el 2014, Bermúdez asesoraba a Rosselló Nevares en sus aspiraciones a La Fortaleza. Lo hacía al mismo tiempo que tenía como clientes a González, quien entonces era líder de la minoría en la Cámara y aspiraba a ser comisionada residente, y a su primo hermano, Leo Díaz Urbina, quien buscaba la alcaldía de San Juan. Pese a la relación familiar con Bermúdez, Díaz es hoy una de las principales voces opositoras de la Gobernadora dentro del PNP.

Rosselló y González ganaron sus contiendas en el 2016, y Bermúdez pasó a formar parte de sus equipos de comunicaciones, aunque la prioridad estaba en la Mansión Ejecutiva. Dos años más tarde, en el Verano del 2019, González fue una de las primeras figuras del PNP que pidió la renuncia de Rosselló y hasta se mencionó como opción para ocupar la vacante en la Secretaría de Estado y, por ende, la gobernación.

Más allá de los mensajes misóginos y burlas a opositores de la administración, el Chat de Telegram muestra cómo se operó mediáticamente desde La Fortaleza, desde el manejo de redes sociales hasta filtrar información y preguntas a ciertos medios en conferencias de prensa. Si había problemas con algún periodista, Bermúdez intervenía y luego compartía el resultado en el chat. Enviaba desde muy temprano las portadas de los periódicos y hasta mensajes de redes sociales que pudieran ser problemáticos para la administración Rosselló.

A La Fortaleza también llegaron exponentes del género urbano, incluido Ozuna, uno de los clientes del publicista para entonces. En diciembre del 2018, anunció en el chat junto a Rosselló que el reguetonero interpretaría “Llegó la Navidad” en un video auspiciado por la Compañía de Turismo.

La intersección entre La Fortaleza y el mundo del espectáculo era por diseño, en gran medida gracias a Bermúdez. Todo esto ocurría tras bastidores, hasta que en la madrugada del sábado 13 de julio de 2019, el CPI publicó 889 páginas del Chat en Telegram. El terremoto político llevó a la salida de Rosselló de La Fortaleza, en medio de protestas masivas y presiones desde el interior del PNP.

Bermúdez renunció ese mismo día, tanto a su rol en La Fortaleza como al equipo de González, “para evitar distracciones”. Pero aunque formó parte del círculo cercano a Rosselló, al menos dos fuentes vinculadas a esa administración aseguraron que hubo asuntos que no se discutían frente al publicista. ¿La razón? Su relación y lealtad con González Colón.

El regreso a La Fortaleza

Una columna publicada en el verano de 2024 en un medio digital regional —El Sol de Puerto Rico— dice que Bermúdez tiene la fórmula del éxito. Entre sus destrezas, menciona que conecta figuras públicas con el pueblo, que crea narrativas auténticas, que entiende y capitaliza las necesidades emocionales del electorado. “En las campañas de Maripily Rivera y Jenniffer González, Bermúdez implementó una estrategia centrada en presentar a estas figuras como personas reales, mostrando aspectos íntimos y personales de sus vidas”, dice la columna.



La proyección de la Gobernadora ha sido consistente: ella está con “el pueblo” y así lo ha tratado de comunicar durante las contiendas electorales, como cuando llegó en un Can-Am a la Convención del PNP o en los anuncios de campaña donde aparecía montada en un *four track* o en una excavadora.

Es difícil pensar que cinco años antes, en el Verano del 2019, no tuvo la fórmula del éxito. Recibió “un cantazo duro” por el cual sufrió mucho, según dijo en la entrevista con Ujaque. Tras su salida de La Fortaleza por la puerta de atrás, el publicista se fue a vivir un tiempo a Miami, según fuentes, al igual que hicieron otros del chat, como el cabildero Elías Sánchez y el también publicista Edwin Miranda. Lejos de la política, Bermúdez regresó al ruedo público por medio de sus otras pasiones: la moda y la farándula. Mientras continuó por lo bajo los eventos de San Juan Moda, también estuvo activo en el mundo de los *reality shows*.

En el 2023 comenzó la tercera edición de La Casa de los Famosos, un *reality* producido por Telemundo en el que un grupo de figuras públicas convivía por tres meses en una casa con cámaras encendidas 24/7. Una de las participantes fue la ex reina de belleza puertorriqueña Madison Anderson Berríos, cuyo representante artístico era su amigo, Bermúdez.

Ese año, Bermúdez regresó al espacio público tras el Verano de 2019, y también al equipo de la entonces comisionada residente. En septiembre de 2023, se confirmó el secreto a voces de que habría primarias para la gobernación dentro del PNP. En aquel momento, también se confirmó que Bermúdez estaría en la campaña de la entonces Comisionada Residente como asesor de prensa. Como era de esperarse, su presencia en el equipo de González vino con cuestionamientos en torno a su participación en el Chat de Telegram.

“Todo el mundo tiene derecho a equivocarse”, contestó en aquel momento el codirector de la campaña, Ángel Cintrón.

Al año siguiente, en 2024, Bermúdez regresó a La Casa de los Famosos, esta vez de la mano de su amiga ponceña Maripily. El éxito del programa en Puerto Rico fue rotundo. El “Huracán Boricua”, como la apodaron, y su frase “Voto perdido” —en referencia a las veces que logró evitar su eliminación gracias al apoyo del público— acapararon los medios de comunicación y las redes sociales. El portavoz de todo lo relacionado al Huracán Boricua era su amigo y manejador, Carlos Bermúdez.

Ese año, mientras el país experimentaba el paso del Huracán Boricua, González movía sus fichas hacia La Fortaleza.



Carlos Bermúdez se dirige al público durante un panel del SME Puerto Rico en 2024 para hablar sobre La Casa de los Famosos.

Foto suministrada

Pese a que la consideraba una amiga, fueron varias las veces que Maripily negó que apoyara a González como candidata ya que, según ella, votaba en Miami y no quería entrar en temas de política en Puerto Rico. Pero a medida que se acercaba la elección general, con encuestas que apuntaban a una contienda más cerrada de lo anticipado, el Huracán Boricua comenzó a entrar en escena.

En octubre de 2024, Maripily estuvo de invitada en “De todo menos política”, el podcast que conduce González. Luego, a días de las elecciones, la entonces candidata a la gobernación **coincidió** con Maripily en una caminata política dentro de un centro comercial, donde compartieron y se tomaron fotos frente al público. Aunque la empresaria negó nuevamente que eso significara un endoso hacia González, ningún otro candidato tenía fotos junto al Huracán Boricua de cara a la elección.

El toque de Carlitos

Para la ex reina de belleza puertorriqueña Joyce Giraud, el certamen de Miss Universo es como el *Super Bowl* de los boricuas.

“De verdad, mi gente, cuando Carlitos [Bermúdez] me hizo cómplice de este secreto, que es el secreto más anhelado, yo no lo podía creer”, dijo Giraud el pasado 23 de septiembre, mientras conducía la conferencia de prensa en la cual la Gobernadora anunció que Puerto Rico sería la sede del concurso en el 2026.

La rueda de prensa se realizó en el Coliseo de Puerto Rico junto a ejecutivos de la organización. Una pantalla de fondo reprodujo un mensaje grabado del dueño de Miss Universo, el empresario mexicano Raúl Rocha Cantú, quien agradeció a González “por impulsar con decisión esta iniciativa”.

Bermúdez estuvo presente durante el anuncio. Es una de las personas clave en la organización del concurso en representación del Gobierno, según las fuentes. Por años, el publicista ha estado relacionado al mundo de los certámenes de belleza, incluidas las franquicias de Miss Universo y Miss Mundo en Puerto Rico.

“Vamos a explotar esto, en términos de pensar fuera de la caja y hacer eventos grandes para este certamen”, dijo la Gobernadora, quien ese día prometió un impacto de \$200 millones para la economía puertorriqueña.



La Gobernadora anunció que el certamen de belleza Miss Universe se celebrará en noviembre en el Choliseo. A la derecha, la modelo Joyce Giraud, quien representó a Puerto Rico en 1998 en el concurso internacional.

Foto suministrada

También dijo que, para obtener la sede del concurso de belleza, comprometió alrededor de \$9 millones en fondos públicos. De esa cantidad, la Compañía de Turismo desembolsó \$3 millones, en medio de varios escándalos dentro de la organización de Miss Universo, incluida una acusación de crimen organizado contra Rocha Cantú en México y una orden de arresto por fraude contra la otra dueña, Jakkaphong ‘Anne’ Jakrajutatip, en Tailandia.

En febrero, a pesar de no haberse resuelto las acusaciones, Turismo anunció que continuará con su plan de ser la sede mediante un nuevo acuerdo, que firmará, esta vez, con el CEO de Miss Universo, Ronald Day, un ejecutivo panameño que también estuvo presente durante el anuncio de la sede. Day se unió a Miss Universo luego de fungir como jefe de contenido en Telemundo, donde fue uno de los responsables de La Casa de los Famosos.

Varias de las fuentes dijeron que, más allá de sus servicios de asesoría, Bermúdez interviene de manera directa en la toma de decisiones dentro de Turismo, incluido Miss Universo y Fitur en Madrid, así como Sounds of Puerto Rico —una campaña y serie de conciertos gratuitos alrededor de la isla—, y la recién anunciada campaña de promoción turística: Yo te quiero Puerto Rico. Para la nueva campaña promocional, el Gobierno destinó más de \$2 millones, de los cuales sobre \$1.3 millones fueron a la participación de Daddy Yankee y Olga Tañón, otra amiga de Bermúdez.



La cantante Olga Tañón, en la foto junto a Carlos Bermúdez, forma parte de la nueva campaña promocional de la Compañía de Turismo.

Foto suministrada

Es un esquema similar al que se dio durante la administración Rosselló Nevares, cuando el reguetonero Ozuna, entonces cliente de Bermúdez, lideró campañas publicitarias del Gobierno de turno.

“Las decisiones administrativas, incluyendo las relacionadas con la concesión de auspicios, corresponden a los funcionarios de la Compañía de Turismo que tienen autoridad para tomarlas”, dijo Bermúdez al CPI.

Tanto el diseño del exhibidor de Puerto Rico en Fitur, como las campañas de Sounds of Puerto Rico y Yo te quiero Puerto Rico han estado a cargo de la agencia Publicidad Tere Suárez.

Pese a que esta agencia estuvo vinculada a la administración de Pedro Pierluisi, al menos tres fuentes aseguran que Bermúdez ha facilitado que la compañía obtenga contratos de publicidad bajo la administración de González por la relación de amistad que existe entre el publicista y la presidenta de esa agencia, Tere Suárez Castro.

En apenas año y medio, Publicidad Tere Suárez acumula casi \$24 millones en contratos en al menos una docena de agencias.

“No he realizado gestión alguna ante ninguna agencia del Gobierno para procurar, recomendar o favorecer la contratación de Publicidad Tere Suárez”, aseguró Bermúdez. Explicó que su gestión con agencias de publicidad “se limita a coordinar asuntos relacionados con proyectos en curso” y rechazó que participe en su “selección, contratación o adjudicación”.

La Fortaleza también negó que haya impartido instrucciones a Bermúdez para contratar a una agencia de publicidad.

Suárez no contestó preguntas del CPI.

El CPI solicitó desde febrero las facturas de Publicidad Tere Suárez en Turismo, pero la agencia nunca entregó los documentos.

Otra empresa que ha recibido el apoyo financiero de Turismo es Sorasan Productions, una compañía que pertenece a la productora Soraya Sánchez. Desde enero de 2025, la compañía ha recibido más de \$1.6 millones en auspicios de Turismo para producciones como Objetivo Fama 2025 (\$800,000) — en el que Maripily fungió como jurado invitada— y los Premios Tu Música Urbano 2025 (\$500,000).

Sorasan Productions también recibió \$150,000 en incentivos de cine del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio para potenciar la imagen de la Comisión de Cine. Del total, \$55,000 irían a “gastos de servicios de productor”, mientras que el resto se dividiría entre un *photobooth* (\$15,000), un panel de discusión (\$25,000), un mini documental llamado “Reggaeton Honors” (\$20,000) y un concurso de cortometrajes (\$35,000), cuya ganadora recibió un premio de \$1,000.

Tanto Sánchez como Bermúdez negaron cualquier intervención del publicista a favor de la productora y los auspicios otorgados por Turismo.

“Los auspicios que hemos recibido responden al valor de nuestros proyectos y a los beneficios que ofrecemos a cambio”, sostuvo Sánchez. Además, aseguró que los contratos, incentivos y auspicios que ha recibido del Gobierno “no comenzaron con la actual administración ni dependen de mi relación personal o profesional con Carlos Bermúdez”.

“Carlos es amigo mío desde hace muchos años y hemos mantenido una relación de amistad independientemente de nuestros respectivos trabajos. En el ámbito profesional, como ocurre entre muchas personas de la industria del entretenimiento, en ocasiones ha colaborado facilitando contactos o gestiones relacionadas con artistas con los que él tiene relación profesional, como Ozuna y otros talentos. Eso es completamente distinto a gestionar o facilitar contratos o auspicios gubernamentales para mi compañía”, dijo.

Además de una estrecha amistad, a Sánchez y a Bermúdez les une una relación de negocios. En el 2024, ambos coprodujeron la obra teatral “La Casa de Maripily: ¡Se vale todo!”. Ambos dijeron al CPI que los proyectos relacionados a Maripily son los únicos negocios que realizan juntos, y que ninguno ha recibido auspicio del Gobierno.

Más allá de la presencia de artistas en La Fortaleza y en eventos sufragados con fondos públicos, el toque de Carlitos también está en la proyección de la Gobernadora: desde un paseo en una motora en la autopista o bailando reguetón, hasta el uso de videos *live* y *reels* en los que se le muestra viviendo una vida feliz, *instagrámica*, como un cuento de hadas. Esto mientras el país atraviesa falta de agua y electricidad para grandes partes de la población, entre otras necesidades.

En abril de 2025, uno de estos momentos se hizo viral. En su podcast De todo menos política, González tuvo de invitado a su esposo, José Yovín Vargas.

“¿Y tú sabes que me tienes enchulá?”, dijo la Gobernadora.

“¿Qué?”, preguntó Vargas.

“Que tú me tienes enchulá a mí”, aclaró ella.

“Miau”, contestó él.

Más de un año después, la primera pareja volvió a maullarse durante un evento de recaudación de fondos de la Gobernadora con motivo de su cumpleaños. Nuevamente, el *reel* de este momento se hizo viral.

Ya lo dijo Bermúdez en el 2014 cuando tuiteó: “Un buen circo no solo depende de malabaristas, sino de buena carpa, sillas, piso, ujieres y popcorn del mejor. De lo contrario, es otro más”. En su segundo paso por La Fortaleza, el publicista se asegura de que la administración de González no sea otra más.