

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Al amparo de lo establecido en el artículo 185 y siguientes del Reglamento del Congreso de los Diputados, el diputado que suscribe formula la siguiente pregunta dirigida al Gobierno para su respuesta escrita.

Es lógico que la Unión Europea (UE) o el Gobierno español difundan sus actuaciones y políticas. La publicidad y comunicación institucional deben concebirse al servicio de los intereses de la ciudadanía para facilitar el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de las obligaciones. Y todo ello, claro está, mediante un uso adecuado de los fondos públicos.

Pero cuando existen propuestas no ratificadas por la UE, como es el caso del Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP por sus siglas en inglés), es muy discutible que la propaganda sólo se realice posicionándose de un solo lado de la cuestión. Más aún cuando, como es el caso del TTIP, se trata de propuestas negociadas de manera poco transparente y sin ningún control democrático.

Es el caso del documento publicitario de la Comisión Europea 'TTIP: una gran oportunidad para las pymes españolas', y que cuenta con la colaboración de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad.

Este amplio folleto no da cabida a opiniones contrarias al TTIP o que mínimamente cuestionen sus supuestas bondades, por lo que podría entenderse que se utilizan recursos públicos para simplemente realizar propaganda 'sectaria'.

¿Va a realizar el Gobierno alguna campaña informativa para divulgar las opiniones contrarias al contenido de las negociaciones sobre el TTIP?

¿Considera el Gobierno acertado financiar con recursos públicos propaganda exclusivamente a favor de propuestas no ratificadas y de gran impacto para la ciudadanía?

Palacio del Congreso de los Diputados
Madrid, 12 de diciembre de 2016



Fdo.: Alberto Garzón Espinosa
(Izquierda Unida)
Diputado
GCUP-EC-EM