



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS
SECRETARÍA GENERAL
REGISTRO GENERAL

14 MAR. 2022 18:08:35

Entrada **201059**

PE- Presupuesto en comunicación y publicidad institucional

Competencia	Competencias de la Cámara
Subcompetencia	Control e información
Tipo Expediente	184-Pregunta al Gobierno con respuesta escrita.

Fdo.: María MUÑOZ VIDAL
Diputada

Fdo.: María Carmen MARTÍNEZ
GRANADOS
Diputada

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Dña. María Muñoz Vidal y Dña. Mari Carmen Martínez Granados, diputadas del Grupo Parlamentario CIUDADANOS, al amparo de lo establecido en el artículo 185 y siguientes del vigente Reglamento de la Cámara, presentan la siguiente pregunta, para la que se solicita respuesta por escrito, **sobre los gastos en materia de publicidad y comunicación institucional para el ejercicio 2022.**

Congreso de los Diputados, a 14 de marzo de 2022.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El pasado febrero se publicaba el *Plan 2022 de Publicidad y Comunicación Institucional del Gobierno*. Este Plan cuenta con un presupuesto de algo más de 158 millones de euros, 35 millones más que el Plan de 2021 (123 millones), que ya vió su financiación enormemente aumentada con relación a los 66 millones del ejercicio anterior 2020. El enorme incremento experimentado entonces, se imputó por el Gobierno a la intensa campaña publicitaria en favor de la vacunación contra el COVID-19 que era necesario llevar a cabo con el fin de concienciar a la población de los beneficios de la protección frente al virus, si bien lo cierto es que esta campaña publicitaria de vacunación fue presupuestada en tan solo 10 millones de euros.

Pues bien, en el presente ejercicio 2022 ya no es necesaria una inversión de las mismas características en publicidad pro-vacuna y, sin embargo, el presupuesto en publicidad institucional no solo no ha disminuído, sino que ha aumentado en más de 35 millones de euros, con respecto al ejercicio anterior, un 28% más.

De acuerdo al Plan publicado, el objetivo que ocupa el primer lugar en cuanto a la inversión prevista es el de “comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”, donde se especifica que el 42% irá destinado a campañas en materia de concienciación en ciberseguridad y digitalización, sin que se especifique qué “actuaciones públicas” se comunicarán para ocupar el 60% restante de esta parte del presupuesto.

Por estos motivos, y por la querencia del Gobierno a aumentar la financiación en materia de comunicación y publicidad institucional, no es de extrañar que suenen las alarmas cuando nos enteramos de que el Presidente del Gobierno participará en una serie documental que pretende sacar a la luz “*el día a día de la Presidencia del Gobierno y la dimensión más personal y humana de La Moncloa (...) mostrando la faceta institucional y humana de Pedro Sánchez*”, en lo que no parece ser otra cosa que un intento arrogante y absolutamente inoportuno de autobombo gubernamental, una frivolidad, en medio de una de las mayores crisis económicas, sociales y de estabilidad internacional, de nuestra historia reciente.

Con relación a estos asuntos, se solicita que el Gobierno dé respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Le parece al Gobierno que en la situación actual de crisis económica y escalada de precios, inflación en niveles desconocidos desde hace décadas, o el precio de la luz, los carburantes o los productos básicos ya fuera del alcance de cada vez un mayor número de españoles, es razonable y entendible incrementar el presupuesto del Gobierno en publicidad y comunicación institucional en más de un 28% con respecto al año anterior, hasta un total de más de 158 millones de euros?
2. Dado que en el ejercicio 2021 el Gobierno justificó el enorme incremento en publicidad institucional con relación a 2020 (de 66 a 123 millones) en la necesidad de efectuar una potente campaña de vacunación contra el coronavirus, y dado que dicha campaña ya no es necesaria en el presente ejercicio, ¿a qué se debe que el presupuesto en publicidad y comunicación institucional, no solo no haya disminuído, si no que haya aumentado en más de 35 millones de euros?
3. ¿Cuáles son las campañas publicitarias concretas que persiguen el objetivo prioritario del Gobierno, en cuanto a la inversión prevista, de “comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”, aparte de las relativas a concienciación en materia de ciberseguridad y digitalización?
4. ¿Puede el Gobierno garantizar a los españoles que, habida cuenta del presupuesto desorbitado que va a dedicar a la publicidad institucional, las arcas públicas no financiarán en modo alguno el documental que se está preparando sobre la figura del presidente Pedro Sánchez?

María Muñoz Vidal
Diputada
G.P. CIUDADANOS

Maricarmen Martínez Granados
Diputada
G.P. CIUDADANOS