



## El Gobierno aragonés gastó en un año 12 millones en publicidad

► El Ejecutivo regional reduce esta partida a menos de la mitad para el presente ejercicio

ROBERTO PÉREZ  
ZARAGOZA

La publicidad institucional del Gobierno regional le costó a los aragoneses decenas de millones de euros durante la pasada legislatura. El año pasado el Ejecutivo presidido por el PSOE se reservó 11,7 millones de euros para gastos de promoción y de divulgación en partidas de lo más diverso, desde contratos de publicidad con medios de comunicación —la parte más visible y abultada— a publicación de revistas de departamentos del Gobierno o de organismos públicos, material divulgativo o patrocinios de eventos, entre otros conceptos.

Las cantidades fueron manejadas desde diversos ámbitos. Unas, centralizadas y controladas directamente por el gabinete de Marcelino Iglesias; otras, a través de las consejerías

—ocupadas en la pasada legislatura por la coalición PSOE-PAR, que se rompió tras las elecciones autonómicas de mayo y que ha dado lugar a una nueva alianza PP-PAR—; y otra parte del abultado presupuesto para publicidad e imagen se gastaba a través de la nada escasa lista de institutos y entes públicos controlados por el Ejecutivo regional.

Una de las vías con las que se gestionaban estos presupuestos de promoción era la denominada «publicidad centralizada», contratos que eran gestionados y abonados por el Departamento de Presidencia para publicidad institucional. Solo por este concepto, en la anterior legislatura (2008-2011) el Gobierno aragonés gastó 27 millones de euros. De ellos, 5,4 millones se fueron solo para «creatividad», para diseñar y dar contenido a los anuncios: 1,6 millones de euros en 2008, otro tanto en 2009, 1,4 millones en 2010 y, en los seis primeros meses de 2011, hasta la elecciones autonómicas de mayo, 812.500 euros. Y otros 21,6 millones de euros se gastaron en insertar esa «publicidad centralizada»: 6,4 millones en 2008, otros tantos en 2009, 5,6 millo-

### Control centralizado

Los gastos oficiales de publicidad, promoción e imagen del Gobierno aragonés han venido siendo de lo más diverso, igual que ocurre en otras comunidades autónomas. Van desde la típica inserción publicitaria en prensa, radio o televisión, hasta cuestiones como la edición de revistas oficiales, objetos promocionales con el logo oficial de la institución, agendas, bolígrafos... Este año, además de reducirse drásticamente las partidas dedicadas a todos estos gastos, el Gobierno aragonés ha decidido implantar un sistema de gestión de ese dinero, con el objetivo de tener un control centralizado y una planificación anual de los gastos de promoción de toda la Administración autonómica.

nes en 2010 y más de tres millones de euros en el primer semestre de este año, justo antes de que las elecciones hicieran cambiar el Gobierno regional.

Y, a pesar del gran volumen de presupuesto reservado a publicidad, promoción y divulgación del Gobierno autónomo y de sus organismos, el Ejecutivo autónomo dejó en la pasada legislatura una significativa deuda por facturas de publicidad que no se habían abonado porque se había gastado por encima de lo que había presupuestado. En total, un par de millones de euros en facturas pendientes por servicios publicitarios.

### Drástico recorte

El actual Gobierno PP-PAR presidido por Rudi ha anunciado un drástico recorte en estos gastos de promoción, en un momento en el que la tijera se extiende de forma generalizada por todas las partidas, con más o menos intensidad. A falta de que quede definitivamente perfilado el proyecto de presupuestos de la Comunidad autónoma para este año, la previsión apunta a un descenso del 57 por ciento en el dinero que se dedicará a publicidad institucional. De los 11,7 millones de euros que quedaron reservados para este fin en los presupuestos de 2011 se pasará a unos cinco millones de euros, casi siete millones menos que los que se consignaron para publicidad oficial el año pasado.