

**23/09/2020**

## **El consejero de Hacienda y Administración Pública destaca la transparencia del Plan de Publicidad institucional**

**Celso González afirma que el Gobierno de La Rioja actúa escuchando las sugerencias y propuestas de mejora del sector**

**El consejero recuerda que la publicidad institucional ha servido también para aportar información y proteger la salud pública durante la pandemia**

El consejero de Hacienda y Administración Pública, Celso González, ha comparecido ante la Comisión Institucional de Desarrollo Estatutario y de Régimen de la Administración Pública del Parlamento de La Rioja para informar sobre el Plan de Publicidad Institucional para el presente año 2020.

Celso González ha explicado que “el Gobierno actúa, también en el ámbito de la publicidad, con ejemplaridad y con transparencia. Y siempre de la mano del sector, de sus empresas y asociaciones representativas, escuchando sus sugerencias y propuestas de mejora”. El consejero ha señalado que el Gobierno de La Rioja considera que la publicidad es “una herramienta vital para trasladar una información útil y veraz del servicio público al ciudadano y para avanzar en los grandes retos estratégicos que tiene ante sí La Rioja. Retos como la sostenibilidad, la digitalización, la innovación, el reto demográfico, la lengua, la enorregión y el proceso de modernización de la administración pública”.

El consejero ha explicado que el plan de publicidad para este 2020 incluía campañas de diferente índole y contaba con un presupuesto de 1.795.377,63 euros. Celso González ha aseverado que “buena parte de esta planificación la hizo saltar por los aires la pandemia”. A partir de ese momento, el consejero ha dicho que el ejecutivo “hizo un esfuerzo enorme para que la publicidad también fuera un instrumento clave en la lucha contra el coronavirus”.

Así, ha relatado González, desde el primer momento se desarrollaron campañas enfocadas a la población de La Rioja ante el riesgo que suponía en aquellos momentos la no disponibilidad de información. Celso González ha asegura que “lo que se ha buscado siempre ha sido aportar la máxima información al ciudadano y concienciar sobre la importancia de cumplir con las recomendaciones de las autoridades sanitarias”. El consejero de Hacienda y Administración Pública ha afirmado que el Gobierno de La Rioja “ha realizado desde el primer momento una intensa labor de comunicación a la población de la Comunidad Autónoma sobre los riesgos del coronavirus. También, ha informado sobre las cuestiones permitidas y cuales seguían restringidas en las diferentes fases de la desescalada y en la situación de nueva

normalidad, enfocando cada mensaje publicitario a la necesidad epidemiológica que debía trasladarse en cada momento a la población”.

El consejero ha afirmado que el presupuesto que se ha invertido en las campañas relacionadas con la pandemia es de 388.196,90 euros. González ha explicado que “no se ha ampliado el presupuesto para las campañas sobre el coronavirus, sino que lo que se ha hecho ha sido redirigir el dinero previsto para otras campañas que se ha considerado que no eran tan prioritarias como la campaña sobre COVID”.

Celso González ha relatado ante la comisión parlamentaria que, además de la campaña del coronavirus, se han desarrollado dos campañas más de carácter extraordinario. La primera de ellas ha estado dirigida a evitar posibles casos de explotación de los trabajadores temporeros que han llegado a nuestra comunidad autónoma. La segunda de estas campañas ha estado relacionada con la concienciación en la lucha contra la LGTBI fobia.