El Consell emplea un millón de euros en publicitar su defensa del trasvase del Ebro

La campaña elude el concurso al hacerse a través de la Fundación Agua y Progreso

Julia Ruiz, Valencia

Un vaso frente a 20. González Pons, en la presentación de la campaña.

La Generalitat Valenciana tiene previsto gastarse a través de la Fundación Agua y Progreso un millón de euros en una campaña de publicidad de ámbito nacional para defender el trasvase del Ebro, derogado por el Ejecutivo socialista en junio de 2004. El portavoz del Consell, Esteban González Pons, presentó la campaña que estará presente a partir de hoy en prensa escrita, radio y televisión. El conseller aclaró que los anuncios podrán verse en todo el territorio español y que el Consell estudia incluirla también en la prensa de Cataluña y Aragón.

Servicios

Enviar esta página

Imprimir esta página

Atención al lector

Anterior **Volver** **Siguiente**

La campaña tiene por lema Claro como el agua y, de una manera muy gráfica, el Consell compara el volumen de agua que anualmente el río Ebro vierte al mar (7.000 hectómetros cúbicos) frente al que se pide para la Comunidad (350). Usa como elemento de comparación vasos de agua: veinte frente a uno. «El derecho del agua es de todos ¿Por qué tirar al mar el agua que necesita la Comunidad Valenciana?», continúa, a modo de conclusión, la publicidad. La campaña durará hasta el 18 de junio, aniversario de la derogación del trasvase.

En la presentación, González Pons acusó al Ministerio de Medio Ambiente de «utilizar la publicidad institucional para dar a conocer la posición política del Gobierno de Zapatero» en la campaña publicitaria sobre el agua que realizó hace unos meses.«La Generalitat no podía permanecer inactiva frente a esto », añadió.

La Generalitat ha utilizado a la Fundación Agua y Progreso, constituida en 2004 por el Consell como instrumento para su estrategia política en materia hídrica, para eludir el concurso público a la hora de adjudicar la campaña. Fuentes del Consell aseguraron que el procedimiento ha cumplido con la ley de contratos de las Administraciones Públicas ya que al tratarse de una Fundación no está obligada a convocar un concurso si el coste de la campaña no supera los 211.000 euros más IVA.

Según las mismas fuentes, el coste de la creatividad de la campaña no ha excedido de este tope, mientras que el resto de dinero hasta alcanzar el millón de euros corresponde a la distribución de la publicidad entre los medios, que correrá a cargo de la propia Fundación. La empresa de publicidad encargada de la campaña es BackSpin, una firma creada en 2003, que trabaja habitualmente con Agua y Progreso y que ha hecho otros trabajos para fundaciones públicas dependientes de la Generalitat.

Al margen del procedimiento, el gasto equivale a todo el presupuesto que esta fundación ,que se nutre de fondos públicos, tenía para el año 2005. Recientemente, el pleno del Consell autorizó una subvención a la citada entidad por 1 millón de euros para apoyar sus actividades. El PSPV en las Cortes tiene pedida ya la comparecencia del vicepresidente del Consell, Víctor Campos, patrono de la entidad,

para que aclare el destino de este dinero.
Cabe recordar que la propia existencia de la Fundación Agua y Progreso ha sido cuestionada por la oposición, que la considera un aparato de propaganda del Consell con fines partidistas.
Por su parte, la secretaria general del PP, Adela Pedrosa, tildó de «irreflexivas y atropelladas» las actuaciones de Aguas del Júcar por paralizar sin ningún fundamento las obras del trasvase Júcar-Vinalopó con la toma en Cortes.