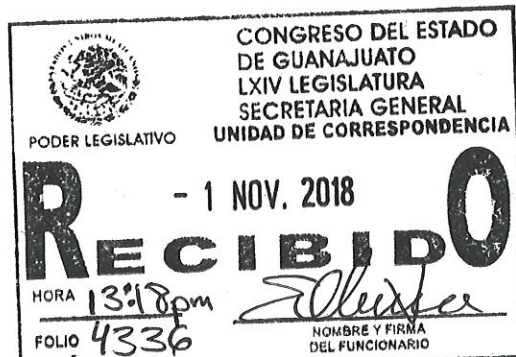




H. CONGRESO DEL ESTADO
DE GUANAJUATO



DIPUTADA LORENA DEL CARMEN ALFARO GARCÍA
PRESIDENTA DEL H. CONGRESO DEL ESTADO DE GUANAJUATO
SEXAGÉSIMA CUARTA LEGISLATURA
PRESENTE

Los que suscribimos, la Diputada y el Diputado integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México de esta Sexagésima Cuarta Legislatura del Congreso del Estado de Guanajuato, con fundamento en el artículo 204 fracción III de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Guanajuato, nos permitimos someter a la consideración de esta Asamblea, la presente propuesta de **Punto de Acuerdo**, para que el Pleno acuerde ***exhorto al titular del Poder Ejecutivo del Estado de Guanajuato, para que remita a este Poder Legislativo un informe detallado de las acciones implementadas para remediar los excesos reportados en el informe especial sobre asignación y contratación de publicidad oficial que emitió la Comisión Nacional de los Derechos Humanos; así como las acciones y criterios que se tienen planeados y programados para el Presupuesto General de Egresos del Estado de Guanajuato para el ejercicio 2019 en este rubro, con la finalidad de garantizar los elementos de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez en la aplicación de su presupuesto.*** Lo anterior de conformidad con las siguientes:

CONSIDERACIONES

“La publicidad institucional se define como aquella, que a través de contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio, emanadas de una consignación presupuestaria de alguna de las distintas administraciones públicas, busca informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las mismas, informar a la ciudadanía sobre su derechos y obligaciones; fomentar comportamientos de las y los ciudadanos en relación con los bienes y servicios públicos; difundir las actividades, proyectos y resultados de los servicios prestados por las diferentes administraciones públicas o sensibilizar a la ciudadanía fomentando hábitos y conductas que generen bienestar social”.¹

¹ Prieto Mora, Ulises Hermes. “La publicidad oficial en la construcción de culturas de paz: el caso del Gobierno Federal Mexicano (2006-2012) en el marco del conflicto del narcotráfico”. Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz. Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Tesis doctoral. Castellón, España. 2016. Pág. 101.



**H. CONGRESO DEL ESTADO
DE GUANAJUATO**

El pasado mes de mayo de 2018, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, presentó un informe especial sobre asignación y contratación de publicidad oficial, con la finalidad de exponer la situación actual de las prácticas realizadas por las entidades federativas respecto a la asignación y contratación de la publicidad oficial, a la luz de los Principios sobre regulación de Publicidad Oficial en el sistema interamericano de protección de los derechos humanos que establecen estándares internacionales sobre el tema.

De este informe, se desprendió que el Gobierno del Estado de Guanajuato:

- *No establece reglas, criterios y/o directrices para la contratación y asignación de publicidad oficial.*
- *No establece procedimientos de evaluación y supervisión de normatividad sobre la selección de los medios.*
- *De los registros, se observa que todas las contrataciones incorporadas en el portal de transparencia se han realizado mediante adjudicación directa, con el señalamiento de que la justificación de dicha modalidad es "Por cobertura".*

No obstante, en ningún apartado de ese portal se dan a conocer los medios, instrumentos, o herramientas empleados por la autoridad para arribar a tal determinación y tampoco se establecen distinciones en relación con la población objetivo, para discernir si la cobertura debe ser la única variable para la selección del medio.

- *No cuenta con un Programa Anual de Comunicación Social, sino una presentación que refiere "objetivo, misión, visión y valores" de la Coordinación General de Comunicación Social.*
- *No existe un proceso de evaluación del gasto, así como para identificar los parámetros o condiciones que determinan la selección de medios objeto de contratación y asignación de publicidad oficial.*



**H. CONGRESO DEL ESTADO
DE GUANAJUATO**

Aunado a lo anterior, consideramos que la centralización del ejercicio presupuestario y el área directa de la Coordinación de Comunicación Social de Gobierno del Estado propicia el uso discrecional y excesivo de la asignación y contratación de publicidad oficial con fines ajenos a la utilidad pública que debiera tener ésta, puesto que la publicidad oficial debe tener como fin mantener informada a la población sobre los planes, programas y acciones de la Administración Pública Estatal. El tema no es menor, estamos hablando que el ejercicio fiscal anterior se aprobó un presupuesto de \$174,336.819 para comunicación social del gobierno del Estado de Guanajuato y en ese mismo año se ejerció la cantidad de \$390,019,234. Y, en los años, 2015 y 2016, el gasto en medios ascendió a 235 y 223 millones de pesos, superando notablemente el promedio de los ejercicios anteriores.

Como podemos observar compañeras y compañeros diputados, del estudio realizado para elaborar el informe antes referido se desprende que no tenemos actualmente los instrumentos o mecanismos para dar transparencia, certidumbre y legalidad a la aplicación de los recursos económicos que se asignan al Gobierno del Estado en el rubro de comunicación, ya que los procesos y proyectos plasmados en sus metas no nos dicen nada, son solo enunciativos.

El uso discrecional del recurso público, alejado de la eficacia, transparencia y honradez, y sobre todo cuando este se utiliza como medio para "premiar" o "castigar" a ciertos medios de comunicación, es corrupción, por lo tanto, y toda vez que las distintas fuerzas representadas en esta Asamblea nos hemos pronunciado ininidad de ocasiones como comprometidos con el combate a ese grave flagelo que es la corrupción, es necesario que se tomen acciones determinantes y eficaces para soportar el andamiaje normativo, administrativo y operativo de la asignación y contratación de publicidad oficial.

Es importante señalar, que el pasado 11 de mayo de este año, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Comunicación Social, la cual tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos ***a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.***



**H. CONGRESO DEL ESTADO
DE GUANAJUATO**

Es decir, las dependencias no podrán influir en los periodistas o coberturas noticiosas; la asignación de recursos se hará con criterios de eficiencia y transparencia económicas; se vigilará y fiscalizará el destino de cada presupuesto en pauta publicitaria; y, los medios pelearán la pauta oficial con base en su cercanía con la sociedad, no por sus relaciones con el poder.

Esta ley entrará en vigor el 1o. de enero de 2019, y el Estado, deberá armonizar su legislación, en un plazo no mayor a 90 días a partir de la publicación.

Por ello, no podemos seguir postergando la transparencia en la aplicación del gasto público en Comunicación Social del Gobierno del Estado. En este preciso momento, es necesario conocer las acciones y criterios que se tienen planeados y programados para el presupuesto de egresos del ejercicio 2019 en este rubro, para cumplir no solamente con el informe de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, sino para garantizar a la sociedad, que Guanajuato cumple con los elementos de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez en la aplicación de su presupuesto.

Asimismo, comprobar que el Gobierno del Estado ha avanzado en la implementación de lineamientos generales en materia de comunicación social; objetivos específicos; criterios de distribución; planificación adecuada; mecanismos de contratación; transparencia y acceso a la información; y, control externo de las acciones publicitarias.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, solicitamos a esta Honorable Asamblea se apruebe el siguiente:



H. CONGRESO DEL ESTADO
DE GUANAJUATO

ACUERDO

ÚNICO. La Sexagésima Cuarta Legislatura del Honorable Congreso del Estado Libre y Soberano de Guanajuato, hace un respetuoso *exhorto al titular del Poder Ejecutivo del Estado de Guanajuato, para que remita a este Poder Legislativo un informe detallado de las acciones implementadas para remediar los excesos reportados en el informe especial sobre asignación y contratación de publicidad oficial que emitió la Comisión Nacional de los Derechos Humanos; así como las acciones y criterios que se tienen planeados y programados para el Presupuesto General de Egresos del Estado de Guanajuato para el ejercicio 2019 en este rubro, con la finalidad de garantizar los elementos de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez en la aplicación de su presupuesto.*

Guanajuato, Gto., 1 de noviembre de 2018

La Diputada y el Diputado integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México

Dip. Vanessa Sánchez Cordero

Dip. Israel Cabrera Barrón