

**DEL SEN. RENÁN CLEOMINIO ZOREDA NOVELO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, LA QUE CONTIENE PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL TITULAR DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL A INFORMAR ACERCA DEL GASTO EN MATERIA DE PUBLICIDAD GUBERNAMENTAL EJERCIDO DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE DICIEMBRE DE 2006 Y EL 20 DE MAYO DE 2010.**

El suscrito, Renán Cleominio Zoreda Novelo, Senador integrante de la LXI Legislatura del Senado de la República, de conformidad con lo previsto por el artículo 58 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, somete a la consideración de esta Comisión Permanente la siguiente proposición con punto de acuerdo, al tenor de la siguiente:

### **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

El pasado 23 de mayo se dio a conocer en los medios de comunicación un estudio de la organización denominada Fundar, Centro de Análisis e Investigación, A. C., a través del cual se da cuenta que el gasto en comunicación social y publicidad del gobierno federal se disparó 500% en términos reales.

De conformidad con el referido estudio, durante el último año de la administración de Vicente Fox se gastaron 819.7 millones de pesos, habiéndose llegado a 4,927.7 millones en 2009, con Felipe Calderón.

Con el monto erogado el año pasado se hubiese pagado, por ejemplo, el costo promedio de 11,931 instrumentos médicos del IMSS, cuyo importe es de 4,662 millones de pesos, según lo afirmó Diego de la Mora, investigador del área de Presupuestos y Políticas Públicas de la referida organización no gubernamental.

El estudio de referencia establece que tradicionalmente el gasto es mayor de lo que se presupuesta: en 2007 se proyectaron 611.3 millones de pesos, pero al final se emplearon 1,683 millones; mientras que en 2008 se planearon 955 millones y se usaron 3,313 millones.

El documento dado a conocer señala que la reasignación de recursos para publicidad, cuando la crisis obligó al gobierno a realizar recortes por alrededor de 80,000 millones de pesos, es contraria a lo que estipula el artículo 21, fracción III, inciso a) de la Ley de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, el cual establece que en caso de que durante el ejercicio fiscal disminuyan los ingresos previstos en la Ley de la materia, el Ejecutivo Federal podrá ajustar, en primer lugar, en los gastos de comunicación social.

Para Fundar, hay dos hipótesis del disparo del aumento de recursos en lo que va de la actual administración. La primera de ellas considera que el apretado triunfo electoral del PAN para la Presidencia motivó un gasto extra para fortalecer la imagen del nuevo gobierno, y la segunda, que se busca compensar a los medios de comunicación por las pérdidas que les significó la reforma electoral de 2007, la cual prohibió a los partidos contratar tiempos.

Ahora bien, lo señalado por la ONG de mérito no es un hecho aislado. Recordemos que hace apenas una semana, la Comisión de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral (IFE) acordó de manera cautelar, suspender la difusión de dos promocionales del gobierno federal, uno en radio y otro en televisión, en 13 estados de la República donde se llevan a cabo campañas electorales locales.

De conformidad con el organismo autónomo, el objetivo de dicha resolución fue el de cesar los actos o hechos que constituyan infracciones, evitar la producción de daños irreparables, la afectación de los principios que rigen los procesos electorales o la vulneración de los bienes jurídicos tutelados por las disposiciones contenidas en el COFIPE.

En este sentido, y toda vez que el incremento y uso indebido de la publicidad oficial con fines electorales ha sido acreditada por una organización de la sociedad civil y el órgano autónomo federal encargado de la organización de los comicios, resulta entonces necesario que la administración federal se ciña a lo previsto en la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la cual afirma que la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atentan contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley.

En este sentido, el Gobierno Federal debe fijarse objetivos muy concretos respecto de su publicidad, los cuales deben ser, entre otros:

- Difundir las políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales, así como las leyes, reglamentos y decretos que afecten la vida de los ciudadanos, en lugar de promover los logros de la administración;
- Promover el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes de la ciudadanía;
- Incidir en el comportamiento social y estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública, e
- Informar sobre cualquier hecho que sea de relevancia pública.

En esta tesitura, y frente a la gravedad de los señalamientos efectuados tanto por FUNDAR como por una de las comisiones del IFE, resulta menester exhortar al gobierno del Lic. Felipe Calderón Hinojosa para que haga un ejercicio de transparencia, y explique ante esta Soberanía la certeza de los cuestionamientos que le han sido formulados, así como también la manera en que ha venido ejerciendo el presupuesto en el ramo de publicidad oficial.

Por todo lo anteriormente expuesto, y con fundamento en el artículo 58 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, sometemos a la consideración de esta Honorable Asamblea, la siguiente proposición con:

### **PUNTO DE ACUERDO**

**ÚNICO.-** La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta a Titular del Poder Ejecutivo Federal, a través del C. Secretario de Hacienda y Crédito Público, a efecto de informe acerca del gasto en publicidad gubernamental ejercido durante el periodo comprendido entre el 1º de diciembre de 2006 y el 20 de mayo de 2010.

**A t e n t a m e n t e,**

**SEN. RENÁN CLEOMINIO ZOREDA NOVELO**

Salón de sesiones del Senado de la República, a los 26 días del mes de mayo de 2010.