

EXCITATIVA DEL DIPUTADO JAIME FERNANDO CÁRDENAS GRACIA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PT, A LAS COMISIONES DE PUNTOS CONSTITUCIONALES, DE GOBERNACIÓN, DE PRESUPUESTO Y CUENTA PÚBLICA, Y DE CINE, RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA

El suscrito diputado Jaime Cárdenas Gracia, del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en la LXI Legislatura del honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por la fracción XVI del artículo 21 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos y con lo reglamentado por los artículos 4o., párrafo cuarto; 5o., inciso i), y 15 del Acuerdo de la Conferencia para la Dirección y Programación de los Trabajos Legislativos, relativo al orden del día de las sesiones, las discusiones de los dictámenes y la operación del Sistema Electrónico de Votación, solicita que formule una excitativa a las comisiones de Puntos Constitucionales; de Gobernación; de Presupuesto y Cuenta Pública y de Cine, Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados para que a la brevedad dictaminen la iniciativa con proyecto de decreto por la que reforma el artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y expide la Ley Reglamentaria de los artículos 6o. y 134 constitucionales que regula la publicidad del Estado y que les fue turnada el 1o. de diciembre de 2009, con base en los siguientes

Antecedentes

- I.** En sesión celebrada el día 1o. de diciembre de 2009, presenté al Pleno de la Cámara de Diputados, iniciativa con proyecto de decreto por la que se reforma el artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y expide la ley reglamentaria de los artículos 6o. y 134 constitucionales para regular la publicidad del Estado.
- II.** La Presidencia de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, el 1o. de diciembre de 2009, turnó la iniciativa de referencia para que emitan su dictamen las comisiones unidas de Puntos Constitucionales y de Gobernación, con opinión de las comisiones de Presupuesto y Cuenta Pública; y de Cine, Radio, Televisión y Cinematografía.

Consideraciones

Primera. En México se necesita una ley reglamentaria que regule la publicidad del Estado para evitar abusos de los gobiernos federales, locales y municipales que limitan la equidad política y la imparcialidad, no sólo en los procesos electorales, sino también en el ejercicio cotidiano de los derechos a la libertad de expresión, al derecho a la información, en el quehacer de los gobiernos, y en las relaciones entre gobierno y oposición.

Segunda. La propaganda estatal y gubernamental debe tener carácter institucional; es decir, debe referirse a los fines de cada institución y a la manera en que las instituciones se aproximan a ellos. No están permitidos mecanismos mediáticos de manipulación, simulación u ocultamiento. Los instrumentos de comunicación social deben darse a partir de elementos documentales o electrónicos, que expresen objetivamente a los ciudadanos el cumplimiento de las competencias constitucionales y legales, con el propósito de dar cuenta de información confiable, técnica y verificable, que garantice los principios de rendición de cuentas y el derecho a la información.

Tercera. La propaganda que difundan las instituciones públicas debe tener fines informativos. Es decir, su propósito no es el de promocionar a los gobiernos o la de cantar loas a los logros del gobierno. Tampoco la finalidad es la de fortalecer o apuntalar una opción ideológica. El objetivo es simplemente informar en un tono de neutralidad y de objetividad, como se señaló en el párrafo anterior. La evaluación de la información corresponde a los ciudadanos y no a los gobiernos. El simple hecho de decir, por parte de las instituciones públicas, que lo han hecho muy bien o que se han conseguido los objetivos puede entrañar una violación de este principio constitucional.

Cuarta. La publicidad institucional está acotada constitucionalmente en todo tiempo y no sólo en los momentos electorales, por dos principios: el de imparcialidad y el de equidad. No se puede, en pocas palabras, usar la publicidad del Estado con finalidades político-electorales. Por eso, la norma constitucional señala que en ningún

caso la propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Quinta. Los principios contenidos en el artículo 134 de la Constitución han sido una y otra vez violentados, tanto en los procesos electorales como fuera de ellos. Los gobiernos de los distintos órdenes usan la publicidad del Estado con una clara intencionalidad política para exagerar logros, para promocionar opciones ideológicas, sin exponer información neutral, objetiva, confiable y mensurable. Se cometen fraudes a la Constitución y a las disposiciones legales electorales, y así se compran entrevistas a través de terceros, se da a conocer información por los medios de comunicación electrónica, aparentemente con valor informativo, pero que en realidad constituyen formas directas e indirectas de promoción política a ciertos servidores públicos o a determinadas opciones ideológicas o partidarias. Los párrafos sexto, séptimo y octavo del artículo 134 de la Constitución son hoy día letra muerta.

Sexta. Las deficiencias normativas en la legislación secundaria exigen contar con una ley reglamentaria de los párrafos sexto, séptimo y octavo del artículo 134 de la Constitución, que permita el cumplimiento cabal de los principios establecidos por esa norma constitucional. Las normas del Cofipe son insuficientes y permisivas con las conductas de los gobiernos y de los medios de comunicación electrónica, pues sólo prohíben la difusión de propaganda gubernamental en los procesos electorales contraviniendo los párrafos sexto y séptimo del artículo 134 de la ley fundamental.

Séptima. Es necesario evitar que la publicidad oficial sea utilizada a capricho del gobernante en turno. Es también imprescindible que la publicidad del Estado no responda a mecanismos de persecución, de ataque u hostigamiento contra medios críticos de los gobiernos y de las instituciones. Y, sobre todo, que la publicidad oficial esté en plena consonancia con los principios constitucionales.

Octava. En el Congreso de la Unión se han presentado diversas iniciativas que, de manera directa o indirecta, tienen relación con la materia. Sin embargo, hasta el momento no han sido dictaminadas. Entre ellas las presentadas por las y los legisladores: 1) Diputada Lorena Beauregard, del PRI, la iniciativa de Ley Federal para la Regulación y Control de la Publicidad Gubernamental en materia de Prensa, Radio y Televisión; 2) Diputada Cristina Portillo Ayala, del PRD, iniciativa de Ley Federal de Equidad y Transparencia para la Publicidad Institucional; 3) Senadora Dulce María Sauri, del PRI, proyecto de Ley Federal de Comunicación Gubernamental a la Ciudadanía; 4) Diputado Jacinto Gómez Pasillas, de Nueva Alianza, reforma de los artículos 93, 115, 116 y 122 de la Constitución, y 8o. de la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos; 5) Senador Graco Ramírez, del PRD, proyecto de decreto por el cual se reforman y adicionan disposiciones de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, y de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria; 6) Senador Carlos Sotelo y la diputada Valentina Batres, del PRD, la iniciativa de Ley que Regula la Publicidad del Estado.

Novena. En el derecho comparado existen ordenamientos específicos para regular la publicidad del Estado. Es el caso de Australia, Bélgica, Canadá, España, Perú y Paraguay. Nuestro país debería revisar dichos ordenamientos para recuperar lo más avanzado que en ellos se contenga.

Décima. La iniciativa que propusimos y que estamos propugnando para que se dictamine a la brevedad por su importancia e impacto social, tiene como propósito, en resumen lo siguiente: 1) asignar equitativa y transparentemente los tiempos del Estado y fiscales en radio y televisión para publicidad oficial, que no corresponde asignar a la autoridad electoral federal; 2) establecer el sistema de distribución de recursos en medios impresos y en Internet; 3) señalar las competencias que tendrán la Secretaría de Gobernación y el Consejo de la Publicidad Oficial en la materia; y 4) determinar las sanciones, los procedimientos y las autoridades competentes para aplicarlas.

Por lo anteriormente expuesto, a usted, ciudadano Presidente de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión, de manera respetuosa se solicita:

Único. En los términos de los antecedentes y consideraciones expuestos, así como de conformidad con los preceptos legales invocados, se sirva excitar e instruir día determinado para que las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales y de Gobernación; con opinión de las comisiones de Presupuesto y Cuenta Pública y la

de Cine, Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados, presenten el dictamen correspondiente a la iniciativa con proyecto de decreto por la que reforma el artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y expide la Ley Reglamentaria de los artículos 6o. y 134 constitucionales que regula la publicidad del Estado.

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a 11 de noviembre de 2010.— Diputado Jaime Fernando Cárdenas Gracia (rúbrica).»