

Culiacán, Sinaloa, 26 marzo 2021

Diputadas y diputados de la LXIII Legislatura del Congreso del Estado de Sinaloa

P r e s e n t e s .-

La ausencia de regulación adecuada en la asignación y distribución de la Publicidad Oficial en México es una deuda pendiente con la ciudadanía, con la democracia y con el ejercicio de la libertad de expresión.

El marco normativo nacional carece de criterios claros y transparentes para la asignación de pautas publicitarias, así como mecanismos de planeación, control y evaluación del gasto. Esta situación ha permitido un ejercicio opaco, desigual y discrecional de los recursos públicos.

Además, ha permitido que la publicidad oficial sea utilizada como un mecanismo de censura indirecta para castigar a los críticos de los gobiernos. La frase “no pago para que me peguen” se mantiene vigente, particularmente en los estados y municipios de México.

Es relevante enfatizar que en el ámbito nacional, las organizaciones civiles Artículo 19 y Fundar han encabezado el colectivo Medios Libres, conformado por diversas organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, periodistas y académicos, del cual Iniciativa Sinaloa A.C. forma parte.

Este colectivo busca que se elimine el uso proselitista de la Publicidad Oficial, impulsar la democratización de los medios, fomentar el pluralismo y garantizar la libertad de expresión e información en nuestro país.

Fue así que en octubre de 2018, el colectivo Medios Libres presentó una [Iniciativa ciudadana](#) para expedir la Ley General de Publicidad Oficial que retoma los “[Principios sobre Regulación de la Publicidad Oficial y Libertad de Expresión](#)” de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

La iniciativa ciudadana plantea:

1. La regulación de la planeación, uso y asignación de la publicidad oficial en los tres niveles de gobierno y en todas las entidades gubernamentales.
2. Obliga a autoridades, pero también a medios de comunicación y otras formas de difusión y promoción a rendir cuentas y transparentar el uso de los recursos de publicidad oficial.
3. Prohíbe y sanciona el uso propagandístico de la publicidad oficial.
4. Prohíbe y sanciona el uso de la publicidad oficial para censurar, castigar o premiar a medios de comunicación u otras formas de promoción y difusión.

5. Establece criterios de asignación de la Publicidad Oficial en función de la idoneidad del medio de comunicación u otra forma de difusión.
6. Establece topes a los presupuestos asignados para el gasto de publicidad oficial, así como un límite para los sobre ejercicios (no más de 10% de lo aprobado).
7. Propone mecanismos e instrumentos de planeación y evaluación de las estrategias de comunicación social.
8. Elimina el uso faccioso de las mediciones de audiencia, lectoría y penetración, y otorga al INEGI la facultad de llevar a cabo dichas mediciones.
9. Otorga facultades al INAI como institución encargada del control y vigilancia de la planeación, uso y asignación de la publicidad oficial.
10. Crea un fondo de fomento a la pluralidad, investigación y capacitación a periodistas.
11. Fortalece la transparencia en la planeación, ejecución y evaluación de los recursos públicos en materia de publicidad oficial.

Consideramos que esta iniciativa es un punto de partida para abrir un debate plural hacia la construcción de una Ley de Publicidad Oficial del Estado de Sinaloa, a través del mecanismo de Parlamento Abierto.

Es importante ser enfáticos en que en Iniciativa Sinaloa estamos a favor de la existencia de la Publicidad Oficial como un mecanismo de divulgación de información gubernamental para beneficio de la ciudadanía, como campañas de salud, información sobre cobro de impuestos o derechos de la población, entre otros. También creemos que la Publicidad Oficial es legítima y legal, y que los medios y periodistas no deben de ser estigmatizados por recibir estos recursos. Sin embargo, estamos convencidos que buena parte de las malas prácticas son provocadas por la falta de transparencia y la opacidad en el criterio de asignación de presupuesto.

Recientemente, Iniciativa Sinaloa A.C. documentó en el Informe del Gasto en Publicidad Oficial y Comunicación Social que el gobierno del Estado de Sinaloa gastó 17 veces más de lo aprobado por este Congreso del Estado para el periodo 2017-2019. Es decir, elevó el presupuesto de 70 millones 751 mil pesos a **mil 180 millones de pesos** ejercidos en tres años.

La investigación reveló que un 60 por ciento de los recursos fueron destinados a empresas localizadas en otras entidades del país, principalmente en Ciudad de México y en Jalisco. Además, se documentó que al menos 10 empresas de reciente creación fueron contratadas por el gobierno estatal y al poco tiempo de facturar los servicios desaparecieron.

Ante el preocupante ejercicio del gasto en Publicidad Oficial en Sinaloa, resulta urgente colocar en la agenda legislativa la regulación de la asignación y distribución de la Publicidad Oficial con el objetivo de cerrar espacios a la corrupción, aclarar criterios de asignación y detener el mal uso y discrecional, la inequidad y el dispendio de los recursos públicos.

Nota: Adjuntamos copia de los tres capítulos que conforman el Informe del Gasto de Comunicación Social y Publicidad Oficial del Gobierno del Estado de Sinaloa (2017 a 2019) elaborado por Iniciativa Sinaloa A.C. y una carpeta digital que contiene 3 mil 723 facturas que sustentan el gasto ejercido por la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno Estatal entre 2017 a 2019.

La información completa la encontrará en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1J07lahp5ejQf3fX3QsQBmgFJepSf47bq?usp=sharing>