

Ciudad de México, a 21 de marzo de 2018

Comunicado de Prensa DGC/070/18

REGULAR LA ASIGNACIÓN DE PUBLICIDAD OFICIAL EN EL PAÍS, PRESUPUESTO BÁSICO PARA FORTALECER LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA DEMOCRACIA, AFIRMA LA CNDH

- **Luis Raúl González Pérez presentó el Informe Especial sobre asignación y contratación de la publicidad oficial y solicitó al Congreso de la Unión tomarlo en cuenta al elaborar la legislación ordenada por la SCJN**

Al presentar el Informe Especial de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) sobre asignación y contratación de la publicidad oficial, el Ombudsman nacional, Luis Raúl González Pérez, subrayó que al no estar regulada dicha práctica se presta a la decisión discrecional la selección de medios de comunicación que reciben dinero público como gasto de publicidad.

Enfatizó que regular la asignación de esos recursos coadyuvará a fortalecer la libertad de expresión y la democracia en el país, por lo que llamó al Congreso de la Unión a tomar en cuenta dicho Informe Especial en la elaboración de la legislación ordenada por la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación para que la ley correspondiente sea emitida a más tardar el próximo 30 de abril.

En ese sentido, el Ombudsman nacional subrayó la gran responsabilidad que los legisladores tienen ante el Máximo Tribunal del país, así como con la población que merece que los recursos públicos destinados a publicidad oficial se asignen de manera eficaz y transparente, y nunca para premiar o castigar a un medio de comunicación. Nuestros derechos, la libertad de expresión y la democracia, aseguró, dependen de su trabajo.

González Pérez enfatizó que la falta de directrices claras sobre la manera en que se asigna la publicidad genera suspicacias respecto de que la misma se emplea para premiar o castigar medios de comunicación, en atención a la línea editorial que las televisoras, frecuencias de radio, revistas, periódicos o medios digitales manejan, o a la crítica que los mismos hagan respecto de las instituciones o servidores públicos de distintos niveles de gobierno.

Durante su participación en el Foro de Análisis “Hacia la regulación de la publicidad oficial en México”, organizado por la CNDH, González Pérez destacó la importancia de que el texto que eventualmente emita el Poder Legislativo considere los estándares sobre publicidad oficial aprobados por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, relacionados con el establecimiento de leyes claras y precisas; objetivos legítimos de la publicidad oficial; criterios claros de distribución de la pauta estatal; planificación adecuada; mecanismos de contratación; transparencia y acceso a la información; control externo de la asignación publicitaria, así como garantizar el pluralismo informativo.

Dicho informe fue elaborado por la CNDH a partir recomendaciones previas de este Organismo Nacional dirigidas a autoridades federales por no contar con criterios objetivos de asignación sobre esta materia, así como de diversas solicitudes de información dirigidas a todas las entidades federativas sobre la manera en que se regula, controla y asigna la publicidad oficial.



Acompañado en el presidium por Ana Cristina Ruelas, Directora de Artículo 19 en México y Édgar Corzo Sosa, Quinto Visitador General, el Presidente de la CNDH estableció que en la mayoría de las ocasiones la contratación de publicidad oficial se hace por mecanismos cerrados que abonan en la falta de transparencia y opacidad sobre la forma de asignación. Por ello, el marco regulatorio en materia de publicidad oficial deberá apegarse a los estándares internacionales antes citados, que constituyen criterios orientadores aprobados por la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA) de la que forma parte nuestro país.

Refirió que a partir de la información enviada por las entidades federativas que dieron respuesta a las solicitudes de información de la CNDH, así como de la que se obtuvo de las páginas oficiales de los gobiernos estatales, el Organismo Nacional la contrastó con los estándares internacionales sobre publicidad oficial, y destacó distintas conclusiones, entre las que se advierten la centralización del ejercicio presupuestario; falta de identificación clara de la población objetivo de la publicidad oficial, ausencia de criterios claros acerca de los instrumentos que emplean las entidades para asignar la misma, y la inexistencia de programas de comunicación donde se precisen el tipo de campañas, su necesidad, utilidad pública, montos y tipo de cobertura.

En su oportunidad, Ana Cristina Ruelas señaló que el informe de la CNDH permite generar información y herramientas para el debate que se realizará en el Congreso de la Unión con el fin de elaborar la legislación en la materia. Este documento, dijo, es trascendental porque dará contenido y evidencia a lo que se ha señalado desde años atrás por la sociedad civil respecto del otorgamiento de la publicidad oficial.

Explicó que “hoy las líneas editoriales de los medios tienen detrás 40 mil millones de pesos ejercidos solo por el Gobierno federal, de los cuales el 56 por ciento se asigna a 20 medios de comunicación y el 44 por ciento a más de tres mil medios de comunicación. Desgraciadamente la publicidad oficial no solamente genera narrativas oficiales, sino también impacta en la concentración y en la pluralidad informativa”.

Al finalizar el evento, el Presidente de la CNDH sostuvo una reunión de trabajo con Thomas Hughes, Director Ejecutivo de la organización Artículo 19 con sede en Londres, en la que intercambiaron puntos de vista sobre el contexto de inseguridad en que se desarrolla la labor periodística en México y la manera en que la regulación de la publicidad oficial servirá para evitar que su asignación constituya un medio indirecto para afectar la libertad de expresión en el país.