

H. CONGRESO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA

P R E S E N T E . -

El suscrito, **DIPUTADO DAVID OSCAR CASTREJÓN RIVAS** integrante del Grupo Parlamentario de MORENA con fundamento en lo previsto por el artículo 68 fracción I y demás relativos de la Constitución Política del Estado de Chihuahua, así como los artículos 169 y 174 fracción I de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Chihuahua, 106 del Reglamento Interior y de Prácticas Parlamentarias del Poder Legislativo, comparecemos ante esta soberanía para presentar Iniciativa con carácter de **PUNTO DE ACUERDO DE URGENTE RESOLUCIÓN** para que se **EXHORTE** a los 67 municipios del estado y al Gobierno del Estado de Chihuahua para que en la elaboración de sus proyectos de egresos reduzcan el gasto en comunicación social y limiten la compra de espacios publicitarios en otros municipios que no están bajo su jurisdicción, al tenor de la siguiente:

EXPOSICION DE MOTIVOS

El pasado 6 de junio los ciudadanos de Chihuahua dieron un voto de confianza a quiénes hoy integramos el H Congreso del Estado de Chihuahua, así como la integración de los 67 ayuntamientos y la titularidad del ejecutivo estatal, en ese sentido me parece pertinente plantear la necesidad de devolver ese voto de confianza mediante políticas públicas e iniciativas que respalden la economía popular.

La crisis sanitaria ante la epidemia por Covid-19 ha puesto en evidencia la enorme desigualdad social que existe en nuestro país y también que los representantes electos debemos buscar ser austeros y reducir los gastos que realizamos con cargo al erario.

Resulta lastimoso que mientras muchas familias no tienen alimentos en sus mesas los ayuntamientos como es el caso de Chihuahua aumenten de manera discrecional su gasto en medios de comunicación o escuchen spots publicitarios y miren carteleras pagadas con el dinero del erario de otros municipios.

Este congreso es el responsable de aprobar el Presupuesto de Ingresos y el Presupuesto de Egresos de los 67 ayuntamientos, a su vez los cabildos son responsables de la aprobación de dichos proyectos. Sin embargo, una vez iniciado el año estos modifican a discreción el presupuesto de gastos de comunicación como ejemplo tomo la administración anterior del ayuntamiento de Chihuahua de 2017 a 2021.

Tabla 1.

Año	Aprobado	Ampliaciones/ Reducciones	Modificado
2017	\$42,408,570.00	\$20,276,352.00	\$62,684,923.00
2018	\$38,949,703.00	\$21,807,285.00	\$80,756,969.00
2019	\$47,516,156.00	\$45,570,124.00	\$93,086,280.00
2020	\$49,084,396.42	\$52,518,063.18	\$101,602,459.60
2021	\$34,748,426.00*	\$56,297,821.00	\$91,046,247.00

*Este presupuesto representa la mitad de lo autorizado ya que la información contable es hasta junio de 2021, es decir el primer semestre del año.

En la tabla y gráfica se puede leer que a partir del 2018 el gasto de Comunicación Social comienza a ir en aumento ya no en un 30% como en el 2017 sino a duplicarse y esa es la tendencia incluso en el último año de la administración municipal en Chihuahua.

Estas modificaciones se aprueban de manera discrecional en los cabildos de los distintos municipios, tal como lo demuestra el ejemplo anterior en el municipio de Chihuahua. La aprobación se realiza en el Ayuntamiento sin pasar ya por el Congreso del Estado de Chihuahua que fue quién autorizó el primer monto en el Presupuesto de Egresos.

El aumento de presupuestos en gasto de Comunicación Social es una variable constante que además se repite en el ejecutivo estatal y en años electorales, por ejemplo en el año 2016 el entonces gobernador César Duarte recibió la autorización del Congreso del Estado para ejercer un gasto de \$238, 513, 720.00 millones en materia de Comunicación Social, sin embargo hubo una ampliación al presupuesto de \$438, 794,147.00 y terminaron gastando \$677,307,867.00 millones de pesos, es decir triplicaron el gasto aprobado originalmente.

Ese año en que el presupuesto se triplicó, además de que hubo elecciones y el poder el ejecutivo estatal tenía que administrar el presupuesto

aprobado para que lo restante a los últimos cuatro meses lo gastara la administración entrante, el Estado se quedó en quiebra.

El H Congreso del Estado de Chihuahua aprobó en 2018 un presupuesto de \$238,513,720.00, para gastos de Comunicación Social y el gobierno de César Duarte lo triplicó a discreción hasta ascender a un total de \$677,307,687.00.

Mientras el gasto se modificaba de manera discrecional en 2018 a medios de comunicación quiénes no perdonaron ni una sola factura el Sistema Estatal de Pensiones y el Instituto Chihuahuense de la Salud no contaban con los medicamentos necesarios para atender a la población enferma.

El Presupuesto para el 2021 de la dependencia de Coordinación de Comunicación Social en el municipio de Chihuahua tiene un presupuesto de \$69,496,849.00 donde \$25,983,285.00 están destinados a servicios de información a la ciudadanía y \$40,392,485.00 para campañas de información respecto a la contingencia sanitaria por Covid-19.

A la modificación del presupuesto en materia de Comunicación Social hay que añadir la compra de espacios publicitarios por parte de los ayuntamientos en áreas que no son de su jurisdicción y de esta forma evitar que los ciudadanos de Juárez escuchen spots publicitarios que anuncian que lo “bueno viene cabalgando” o a los habitantes del municipio de Chihuahua enterándose sobre “los logros” de la administración juareense.

Es responsabilidad de los gobiernos estatales reducir el gasto en comunicación social la administración estatal saliente a diferencia de la municipal hizo una significativa reducción pasando de \$677,307,687.00 a gastar la cantidad de \$152,761,617.00.

Los gastos en comunicación social del municipio son escandalosos si se comparan con los de otros rubros. Por ejemplo en el 2020 en el área Desarrollo Social se invirtieron en los siguientes rubros las siguientes cantidades:

Área	Gasto ejercido
Salud	\$15,391,773.72
Protección Social	\$133,413,716.81
Recreación y Cultura	\$16,267,495.48

Tabla 2

Resulta inconcebible que el gobierno municipal de Chihuahua tenga un gasto equiparable en Comunicación Social con el Gobierno del Estado, pero resulta más inconcebible que ese mismo año (2020) el gobierno del municipio de Chihuahua haya ejercido más de 101 millones de pesos en Comunicación Social es decir un presupuesto casi equiparable con Protección Social y mucho mayor al de la Recreación y la Cultura.

Sin embargo esto es insuficiente para la precariedad que vive el país y desde luego el estado de Chihuahua, tal como lo asumió el Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador.

En abril de 2019 el Gobierno de México presentó los lineamientos de la política de comunicación social del gobierno federal e informó que con apego a los criterios de austeridad, el gasto en publicidad gubernamental se reducirá en 50 por ciento con el objetivo de incentivar la comunicación interactiva entre gobierno y ciudadanía, además de que privilegia la austeridad ya que disminuye el gasto con relación a lo que se ejercía en esta materia en gobiernos anteriores.

A pesar de que el lineamiento reduce el gasto de publicidad en un 50% el gobierno federal ha ido más allá gastando en publicidad una tercera parte a lo que sus antecesores ejercieron.

En el caso del ejecutivo federal el gasto gubernamental en medios de comunicación anterior a 2019 creció hasta llegar a niveles muy grandes. En los últimos tres años del gobierno de gobierno de Enrique Peña Nieto el presupuesto en medios se duplicó o se triplicó de manera extraordinaria y sin justificación contrario a la administración de la actual administración.

El Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador gastó en propaganda la tercera parte que Peña Nieto en su primer año de Gobierno. La siguiente tabla muestra la tendencia de los gastos de comunicación social en el país van a la baja.

En el 2017 se ejercieron \$8,584,884,148 en gastos de comunicación social a uno de \$2,251,553,566 en el año 2020. Tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 3.

Año	Aprobado	Ampliaciones/ Reducciones	Modificado
2017	\$1,987,501,201	\$6,597,382,947	\$8,584,884,148
2018	\$1,999,882,568	\$5,069,431,332	\$7,069,313,900
2019	\$3,339,198,952	-\$1,087,645,386	\$2,251,553,566

López Obrador no gastó en su primer año de gobierno la totalidad del monto presupuestado. En este caso, la inversión sigue las líneas dibujadas por la estricta política de austeridad y combate a la corrupción del mandatario. El monto ejercido representa una tercera parte de lo que gastó Enrique Peña Nieto en 2013, 9.600 millones, su primer año. Es también algo más de la mitad de lo invertido en medios por Felipe Calderón, del PAN, durante 2007 quien invirtió 7,381 millones de pesos.

Es importante resaltar que el gobierno de López Obrador ha dejado en claro que no se utilizarán los recursos públicos para premiar o castigar a ningún medio de comunicación, "no será un mecanismo de coerción, de castigo, el presupuesto.

Los gastos de comunicación social deben ser seleccionados conforme a criterios objetivos, "no de favorecer o vetar algún medio por razones políticas o de filias o fobias personales" si no por el público objetivo que

tienen y el tipo de mensaje que desea emitir el gobierno estatal y autoridad municipal.

La propaganda gubernamental y municipal no debe ser utilizada para presionar, castigar, premiar, privilegiar o coaccionar a los comunicadores. Una práctica del pasado utilizada por el gobierno de César Duarte y que esperemos la nueva administración no repita.

En estos tiempos donde el quehacer político es de interés público es importante definir nuevos canales de comunicación con la ciudadanía como conferencias matutinas, buzones digitales y debates en plazas públicas.

Las capacidades de los equipos de comunicación del Gobierno del Estado, los ayuntamientos e incluso de este mismo Congreso del Estado deben ser utilizadas al máximo a fin de evitar la contratación de empresas para la producción de mensajes audiovisuales.

Porque reducir los gastos en materia de comunicación social es una demanda ciudadana propongo al pleno del H congreso del Estado de Chihuahua el siguiente:

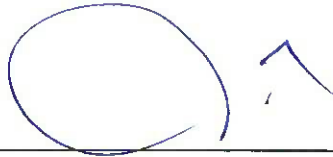
PUNTO DE ACUERDO

ÚNICO. - La Sexagésima Séptima Legislatura del Estado de Chihuahua, exhorta respetuosamente a los 67 municipios del estado de Chihuahua y al gobierno del Estado de Chihuahua para de forma **URGENTE** en la elaboración de sus proyectos de egresos reduzcan el gasto en comunicación social y limiten la compra de espacios publicitarios en otros municipios que no están bajo su jurisdicción.

ECONÓMICO. - Aprobado que sea, túrnese a la Secretaría para que elabore la Minuta de Acuerdo en los términos en que deba publicarse.

D a d o en la sede del Poder Legislativo, en la ciudad de Chihuahua, Chih., a los 28 días del mes de septiembre del año dos mil veintiuno.

ATENTAMENTE



DIPUTADO DAVID OSCAR CASTREJON RIVAS

Integrante del Grupo Parlamentario de MORENA

LXVII Legi