**H. CONGRESO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA**

**P R E S E N T E.**

Los que suscriben, Edin Cuauhtémoc Estrada Sotelo, Óscar Daniel Avitia Arellanes, Rosana Díaz Reyes, Gustavo De la Rosa Hickerson, Ilse América García Soto, Magdalena Rentería Pérez, María Antonieta Pérez Reyes, Benjamín Carrera Chávez, David Óscar Castrejón Rivas y Leticia Ortega Máynez, en nuestro carácter de Diputadas y Diputados de la Sexagésima Séptima Legislatura del Honorable Congreso del Estado de Chihuahua e integrantes del Grupo Parlamentario de Morena, con fundamento en lo que dispone los artículos 167, fracción I, y 16}9, todos de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Chihuahua; artículo 2, fracción IX, del Reglamento Interior y de Prácticas Parlamentarias del Poder Legislativo; comparecemos ante este Honorable Soberanía, a fin de presentar **proposición con carácter de Punto de Acuerdo a efecto de exhortar al Gobierno del Estado para que realice un plan de comunicación que concentre el gasto de la publicidad oficial en campañas de orientación socialmente indispensable, tales como, información para prevenir y tratar las adicciones y problemas de salud; violencia intrafamiliar; machismo, preservación y tratamiento del agua y promoción de los derechos de las y los ciudadanos. Lo anterior bajo el sustento en la siguiente**:

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

Aun no se habían resuelto delitos ni sus cámaras se encontraban operando, pero la Plataforma Centinela desde el año pasado ha abarrotado la publicidad oficial en cines, espectaculares, radio, televisión y periódicos con un gasto de casi 40 millones de pesos solo en el 2022.

Se derrochó en contratos en contratos de propaganda para la Plataforma Centinela.

En respuesta a una solicitud de información pública, la Coordinación de Comunicación entregó los registros de 76 servicios contratados a agencias de publicidad, empresas de radio, televisoras, medios digitales y hasta cines que recibieron los recursos para promocionar la Plataforma Centinela.

En menos de tres meses, de mediados de octubre a diciembre de 2022, la Coordinación de Comunicación del gobierno estatal destinó 39 millones 995 mil 845.43 pesos para la campaña de promoción de la Plataforma Centinela.



Ese monto es mayor al presupuesto que tendrán para todo el 2023 el Instituto Chihuahuense de la Juventud (27.5 millones), la Universidad Politécnica de Chihuahua (33.3 millones), la Universidad Tecnológica Paso del Norte (39 millones), el Fondo de Atención a niñas y niños hijos de las víctimas de la lucha contra el crimen (12 millones) o el Fondo de Ayuda, Asistencia y Reparación a Víctimas del Estado de Chihuahua (10 millones de pesos).

Los gastos incluyen el pago de un millón 219 mil pesos a Cinépolis (Exhibidora Mexicana Cinépolis), que en sus complejos de Juárez, Chihuahua, Delicias, Cuauhtémoc, Camargo, Jiménez y Parral, proyectaron los slogans de la torre centinela

El otorgamiento y distribución de publicidad oficial debe realizarse bajo criterios objetivos y de calidad que aseguren congruencia con el contenido del mensaje y la población objetivo.

La producción y asignación de publicidad oficial debe regirse por los principios de transparencia, eficiencia y buen uso de los fondos públicos. Preguntémonos si la publicidad sobre la Torre Centinela es el tipo de gasto importante que necesita la ciudadanía.

**¿Por qué mejor no reducir el gasto en publicidad gubernamental como lo ha hecho el Gobierno Federal? Como resultado se han ahorrado** 42 mil millones de pesos. Esto porque ya no resulta indispensable tanto gasto ya que gracias a las conferencias matutinas **se** informa de los temas relevantes del ejercicio gubernamental. Algo sobre lo cual el panismo se manifestó en contra de que se replicará en el gobierno estatal.

¿O por qué mejor no desarrollar estrategias y campañas de comunicación destinadas a sensibilizar, informar, educar y comunicar a la población sobre aspectos concernientes al fomento de entornos y estilos de vida saludables o a la difusión de los derechos de la ciudadanía? ¿Por qué no utilizar la comunicación social para la prevención de las violencias hacia las mujeres o de sensibilización sobre la salud mental?

Utilicemos para la comunicación para satisfacción de los derechos sociales como los derechos a la pensión, a la salud o a la educación, para promocionar la oferta de servicios, las funciones y presupuesto de operación e inversión del Estado;

En los spots que se transmiten por radio y televisión, se difunde el siguiente mensaje sobre la Plataforma Centinela: “Un Chihuahua fuerte es un Chihuahua seguro. Esto es Plataforma Centinela. Tecnología e innovación por tu seguridad”. “Con vigilancia terrestre y aérea y equipo de última tecnología”. “Por aire y drones tácticos de vigilancia y equipo antidrones enemigo”. “Por tierra, arcos Centinela con censores de captación biométricos distribuidos en puntos estratégicos, registrando cada vehículo que entre o salga del estado”

Sin embargo, en los spots y desplegados difundidos por Gobierno del Estado no se informan los plazos, ni cómo se gastarán 4 mil 200 millones de pesos para la implementación de la Plataforma Centinela. Tampoco informa que la empresa SeguriTech Privada será la propietaria de la Plataforma y la Torre Centinela durante cinco años. ¿Por qué no se da a conocer que la construcción de la torre centinela es parte de un servicio integral, que no se sometió al marco legal de la Ley de Obra Pública?

El panismo se rasga las vestiduras por la transparencia, pero la transparencia ha quedado sepultada con el actual proyecto Torre Centinela. Aquí en el Congreso del Estado de Chihuahua el panismo desechó una propuesta para exhortar a la Secretaría de Seguridad Pública del Estado (SSPE) y la Secretaría de Hacienda a que garanticen acceso a versiones públicas frente las solicitudes de información acerca de la Torre Centinela.

La publicidad de la Torre Centinela es solo oropel de un sistema de videovigilancia que costará más de cuatro mil millones de pesos y del que las [secretarías de Seguridad Pública y de Hacienda han reservado toda información](https://laverdadjuarez.com/2022/08/11/endeuda-maru-campos-a-chihuahua-con-torre-centinela-y-oculta-contratos-del-proyecto/). Hay mucha propaganda vacía sobre la torre centinela, pero poca transparencia sobre el recurso.

Sin licitaciones públicas y sin explicación de la información de una obra que tendrá endeudado al estado. Una empresa estará recibiendo por Gobierno del Estado de los chihuahuenses 4 mil millones de pesos.

La publicidad ejercida para la torre centinela no tiene más que el fin de buscar legitimar la contratación de una empresa, con antecedentes de irregularidades y manejo de sobreprecios en proyectos de seguridad en otras entidades del país. Hablamos de una propaganda de 39 millones de pesos, que te venden como seguridad cuando en realidad es espionaje y que hasta hoy no tiene resultados

**ACUERDO:**

**PRIMERO. La Sexagésima Séptima Legislatura exhorta al Gobierno del Estado para que realice un plan de comunicación que concentre el gasto de la publicidad oficial en campañas de orientación socialmente indispensable, tales como, información para prevenir y tratar las adicciones y problemas de salud; violencia intrafamiliar; machismo, preservación y tratamiento del agua y promoción de los derechos de las y los ciudadanos.**

**ECONÓMICO.** Aprobado que sea, remítase copia del presente acuerdo, así como de la proposición que le dio origen a la autoridad antes mencionada.

Dado en el Recinto Oficial del Congreso del Estado de Chihuahua, a los 16 días del mes de mayo del 2023.

**A T E N T A M E N T E**

**DIP. LETICIA ORTEGA MÁYNEZ**

|  |  |
| --- | --- |
| **DIP.MARIA ANTONIETA PÉREZ REYES** | **DIP. ÓSCAR DANIEL AVITIA ARELLANES** |
| **DIP. ROSANA DÍAZ**  **REYES** | **DIP. GUSTAVO DE LA ROSA HICKERSON** |
| **DIP. EDIN CUAUHTÉMOC ESTRADA SOTELO** | **DIP. MAGDALENA RENTERÍA PÉREZ** |
| **DIP. ILSE AMÉRICA GARCÍA SOTO** | **DIP. BENJAMÍN CARRERA CHÁVEZ** |
| **DIP. DAVID OSCAR CASTREJÓN RIVAS** |  |