



Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales

México D.F., a 22 de septiembre de 2015
INAI/103/15

INAI COMPROMETIDO CON LA TRANSPARENCIA EN EL USO DE RECURSOS PÚBLICOS PARA LA PUBLICIDAD OFICIAL: XIMENA PUENTE DE LA MORA

- **La comisionada presidente del INAI recordó que la Ley General de Transparencia establece que los Sujetos Obligados deben poner a disposición y mantener actualizada la información sobre los montos destinados a gastos en Comunicación Social y Publicidad Oficial**
- **Junto con los comisionados Joel Salas Suárez, Oscar Guerra Ford y Francisco Acuña Llamas, participó en las Mesas de diálogo y reflexión sobre Transparencia y Rendición de Cuentas en Publicidad Oficial**

El Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de datos personales (INAI) está comprometido a impulsar la transparencia en el uso de recursos públicos para la Publicidad Oficial, con el fin de que la población pueda evaluar el uso del dinero destinado para ello, afirmó la comisionada presidente, Ximena Puente de la Mora.

“Así como para hacer efectivo lo establecido en la Ley General de Transparencia respecto a la obligación de los Sujetos Obligados de poner a disposición y mantener actualizada la información sobre los montos destinados a gastos relativos a Comunicación Social y Publicidad Oficial, desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña”, enfatizó.

Al participar junto con los comisionados Joel Salas Suárez, Oscar Guerra Ford y Francisco Javier Acuña Llamas en las “Mesas de diálogo y reflexión sobre Transparencia y Rendición de Cuentas en Publicidad Oficial”, Puente de la Mora dijo estar convencida que la transparencia comienza en casa.

“Queremos que vean en el INAI un Instituto Nacional abierto, un Instituto Nacional donde lo hemos insistido, que la transparencia empiece en casa y, sobre todo, dispuesto a mejorar la política pública nacional en materia de transparencia, en acciones tan focalizadas como la transparencia y rendición de cuentas en la publicidad oficial”, insistió.

La comisionada presidente explicó que se trata de una plataforma gubernamental que contribuya a que las instituciones cuenten con una mejor herramienta para mejorar la gestión y administración de los Procesos de Licitaciones por este concepto, así como la planeación, ejecución y evaluación de los gastos derivados de ello.

Ximena Puente dijo que si bien se tiene transparencia en diferentes sectores, partidos políticos, sindicatos y fideicomisos, se debe trabajar en acciones focalizadas a impulsar la ejecución y evaluación de políticas públicas.

Asimismo, reconoció en la organización FUNDAR, Centro de Análisis e Investigación, un aliado importante en estos proyectos.

“Desde el principio del año se ha trabajado de cerca, de manera coordinada con FUNDAR, en el fortalecimiento de la transparencia para la conceptualización de una plataforma que permita gestionar y transparentar este tipo de información al interior del propio Instituto; colaboración que, además, busca utilizar en este ejercicio como punto de partida para generar una plataforma que sea replicable y capaz de adaptarse a los distintos requerimientos de los Sujetos Obligados”, expuso.

A su vez, el comisionado Joel Salas Suárez, impulsor de esta plataforma, advirtió la necesidad de establecer un estándar mínimo para que los sujetos obligados publiquen información relacionada con gastos en publicidad oficial y vayan más allá de la obligación de oficio, prevista en la Ley General de Transparencia.

“Tenemos la firme convicción de que se ha dado un paso muy importante en que quede como una obligación de oficio, pero si pensamos en lo que se gastan los tres niveles de gobierno y/o los tres Poderes de la Unión, yo creo que fácil podemos hablar de alrededor de más de 50 mil millones de pesos anuales, debemos detonar la discusión sobre qué hacer con esa cantidad de recursos públicos, que hasta el día de hoy son destinados a publicidad oficial”, señaló.

En tanto, el comisionado Oscar Guerra Ford señaló que el INAI y FUNDAR colaboran para construir los cimientos de una plataforma, que permita gestionar y transparentar la publicidad oficial del propio Instituto, con el propósito de que ésta sea utilizada y replicada por otros sujetos obligados.

“Creo que es el gran reto y con ello continuar avanzando, no sólo en brindar información, sino en rendir cuentas a los ciudadanos de un aspecto tan importante y que siempre ha estado en la opinión pública: lo que se gastan los diversos gobiernos, de cualquier orden o nivel, en la publicidad oficial, tanto en aquella que se contrata como aquella que se da por los tiempos oficiales”, subrayó.

En su oportunidad, el comisionado Francisco Javier Acuña Llamas, dijo que si bien los partidos están regulados por la legislación electoral, éstos también ya son nuevos sujetos obligados de la transparencia, por lo que podrán ser supervisados por el INAI en este tema.

“Sin invadir los campos del INE, ni tampoco del Tribunal Electoral, que finalmente revisa lo que al INE le toca organizar y arbitrar en el término de las contiendas, habría seguramente algunos sesgos, algunos resquicios que podrían entrar en el conocimiento de la competencia del INAI como eventual manera de poder supervisar, porque es gasto administrativo que van a tener los partidos políticos”, planteó.

En las mesas de diálogo, participaron también, Justine Dupuy, coordinadora del área de Transparencia y Rendición de Cuentas de FUNDAR; David Mora Vera, oficial del Programa de Derecho a la Información de Artículo 19; Eduardo Bohórquez, director ejecutivo de Transparencia Mexicana; Agustín Ramírez, presidente de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI); José Vega Bautista, titular de la Unidad de Comunicación Social del gobierno del estado de Coahuila; Luis Ávila Álvarez, coordinador de ¿Cómo Vamos? Nuevo León, y Paulina Bustos Arellano de Codeando México.

Así como, Irina Vázquez Zurita, coordinadora ejecutiva de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias-México (AMARC); Ricardo Corona, abogado general del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO); Aleida Calleja, coordinadora del Observatorio latinoamericano de regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM); Esther Ongay, investigadora del Programa de Gasto Público y Rendición de Cuentas de México Evalúa; y del INAI, Leticia Salas Torres, directora general de Comunicación Social y Difusión; José Luis Hernández, director general de Tecnologías de la Información y Carlos Mendiola Jaramillo, director general de Evaluación.

-o0o-