

CADA PESO GASTADO EN PUBLICIDAD OFICIAL DEBE SERVIR PARA INFORMAR A LAS PERSONAS DE SUS DERECHOS: JOEL SALAS

- **Se pronunció porque lo que se gaste en este rubro, ya no se utilice para adular la figura del gobernante**
- **Junto con el comisionado Francisco Javier Acuña Llamas, participó en la *Jornada de Acceso a la Información y Transparencia en Publicidad Oficial en Chihuahua***

Transparentar los recursos públicos utilizados para publicidad oficial, representa una revolución silenciosa para transformar, de forma radical, la relación entre los gobiernos y los medios de comunicación social, afirmó Joel Salas Suárez, comisionado del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

“Para que cada peso que se gaste, se haga no para adular a la figura del gobernante, sino para decirle a la población cuáles son los derechos que tiene, cuáles son los servicios públicos a los que pueden acceder y qué se está haciendo”, enfatizó.

Durante la *Jornada de Acceso a la Información y Transparencia en Publicidad Oficial en Chihuahua*, Salas Suárez dijo que el 2017 inició de manera difícil para todos los mexicanos y las movilizaciones, sostuvo, representan una “fractura social del Estado mexicano, en la representación política”.

“Hoy, pareciera que hay al menos dos México: un México de unos pocos con muchos privilegios, y un México de muchos que están pidiendo que se les garantice, a cabalidad, todos y cada uno de los derechos humanos que están consagrados en la Constitución”, remarcó.

Al hacer un reconocimiento al estado de Chihuahua, por ser la primera entidad en implementar la herramienta *Transparencia en Publicidad Oficial*, diseñada por el INAI conjuntamente con el Centro de Análisis e Investigación FUNDAR, Joel Salas apuntó que se ha pasado de los discursos a los hechos.

“Con acciones como esta, vamos a tener la capacidad de definir cuáles son las áreas estratégicas y prioritarias, sobre las cuales se tienen que designar y gastar los recursos públicos y desde el INAI reconocemos este hecho y ojalá que las distintas entidades federativas del país, en este momento de crisis económica, empiecen a recortar el gasto en publicidad oficial”, manifestó.

En su oportunidad, el comisionado Francisco Javier Acuña Llamas, enlace del INAI con el gobierno de Chihuahua, manifestó que poner a la vista los contratos de una administración es una obligación de los gobernantes.

“Creemos que también los medios de comunicación, beneficiarios de cualquier contrato, de cualquier publicidad también tienen el deber de explicar por qué la atención, por qué la reciben, por qué la consiguen, por qué la ejecutaron, de esta suerte creo que ganamos todos, ganará el Estado mexicano, ganará Chihuahua, y ganará México”, consideró Acuña Llamas.

El comisionado Acuña Llamas enfatizó que la plataforma de ‘Publicidad Oficial’ del estado de Chihuahua marcará un cambio en la manera de hacer gobierno.

“Es el momento de enjuiciar con inteligencia y con solvencia lo que pase, cada centavo que se dirija a pagar publicidad en su gobierno por los servicios, y los deberes que tiene de hacerlo, porque además es un deber, tiene que quedar en un registro que sea público”, expresó el comisionado.

A su vez, el gobernador del estado Chihuahua, Javier Corral Jurado, rechazó, tajante, que adoptar la herramienta *Transparencia en Publicidad Oficial* pretenda generar una hostilidad hacia los medios de comunicación, por el contrario, apuntó, se busca una nueva relación de respeto y de transparencia total.

“Nada más dañino que utilizar la publicidad oficial para premiar la adulación hacia los políticos. Nada más dañino para el periodismo de investigación, sustentado en datos duros, que la censura. Tan enemiga de la libertad de expresión es la calumnia como la censura y nosotros hemos venido a combatir las dos cosas”, advirtió.

Finalmente, la coordinadora de Transparencia y Rendición de Cuentas de la asociación civil Fundar, Justine Dupuy, indicó que la capacidad de los medios para cumplir su función de informar, cuestionar e investigar se pone en duda cuando existe mayor injerencia de los poderes políticos en los contenidos.

“La publicidad oficial se vuelve una herramienta para comprar las ideas editoriales de los medios, para amordazar a una prensa demasiado crítica, para acallar a las conciencias incómodas, la publicidad oficial se convierte en un instrumento de censura”, expresó Dupuy.

La *Jornada de Acceso a la Información y Transparencia en Publicidad Oficial en Chihuahua*, que tuvo lugar en Palacio de Gobierno de Chihuahua, se presentó como un espacio de reflexión e información sobre las reformas nacionales de la Ley de Transparencia y sus beneficios a favor de la sociedad mexicana.