

Ciudad de México, a 3 de junio de 2016

SEMARNAT DEBE DAR A CONOCER GASTOS EN PUBLICIDAD OFICIAL ENTRE 2013 Y 2015, ORDENA INAI

El Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) instruyó a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) informar sobre el gasto de publicidad oficial, realizado entre 2013 y 2015, y sus impactos, mediante documentos debidamente identificados.

La resolución del Pleno del INAI se desprende de un recurso de revisión presentado por una particular que solicitó a la Coordinación General de Comunicación Social de la Semarnat, para su entrega por Internet, el presupuesto, gastos en campañas de difusión, sus resultados y boletines emitidos, entre otros requerimientos.

El sujeto obligado puso a disposición la información solicitada en 217 hojas para consulta directa o en copias certificadas o simples, aduciendo que no está obligado a digitalizar los documentos ni cuenta con personal para hacerlo, lo que motivó la inconformidad del solicitante, quien interpuso recurso de revisión ante el INAI, el cual fue asignado a la ponencia del comisionado Joel Salas.

En su argumentación ante el pleno, el comisionado ponente destacó la importancia de que “la publicidad oficial sirva para motivar el interés de la población en los asuntos públicos y, de ser posible, su involucramiento en las acciones de gobierno mediante el debate y el pleno ejercicio de otro derecho fundamental como lo es la libertad de expresión. De ahí la importancia de transmitirlo mediante medios equilibrados, creíbles y dispuestos a informar de manera plural y veraz”.

Señaló que la Ley General de Transparencia establece que el presupuesto gubernamental destinado a campañas oficiales y sus montos desglosados deben ser públicos, para que los ciudadanos puedan monitorearlas y evaluarlas, y las entidades públicas federales o estatales que no cumplan podrían ser sujetas de posibles sanciones.

En ese sentido, Salas Suárez dijo que el INAI pondrá a disposición una herramienta de transparencia en publicidad oficial y el estándar de publicación de gastos en comunicación social y publicidad oficial, para que esta información sea difundida en formatos abiertos, garantizando su utilidad y fácil cumplimiento.

En cuanto al recurso de revisión analizado, la resolución determina que no obstante que la información sobre el presupuesto de la Coordinación General de Comunicación, sus gastos y el costos de las de difusión fueron puestos a disposición para consulta directa en sus oficinas centrales en la Ciudad de México o en Veracruz, así como en copias simples o certificadas, la respuesta de la dependencia resultó insuficiente e imprecisa.

Lo anterior porque en las 217 hojas no se identifica la expresión documental que da respuesta a cada uno de los puntos solicitados por la recurrente, lo que contraviene los principios de certeza y eficacia previstos en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Con base en lo anterior, el Pleno resolvió modificar la respuesta de la Semarnat y le instruyó a identificar con precisión y comunicar a la particular los documentos que dan respuesta a su solicitud sobre el presupuesto de Comunicación Social, desglose de gastos, campañas, estudios y evaluaciones de campañas y número de boletines, de 2013 a 2015.

Por otra parte, la información relativa a las consultorías contratadas para campañas de comunicación social, objetivo y monto de servicios, la disposición normativa que regula los procedimientos de la Coordinación General de Comunicación Social y la normatividad federal relacionada con el desempeño de funciones de comunicación social, son obligaciones de transparencia y no es conducente su entrega en la modalidad de consulta directa o copias, por lo que debe ser proporcionada en medios electrónicos.

-o0o-

Comisionada Ponente: Joel Salas Suárez

Folio: 0001600384715

Sujeto Obligado: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Expediente: RDA 0497/16