

## **Gobierno Abierto y Publicidad Oficial: De la Teoría a la Práctica<sup>1</sup>**

**De Justine Dupuy - Haydeé Pérez**

**Por Sofia Yescas Figueroa<sup>2</sup>**

### **Introducción**

#### **Primera parte: Gobierno abierto .**

El tema aborda el concepto de lo que implica un gobierno abierto y cómo se ha tratado de impulsar y fortalecer, también habla de Fundar Centro de Análisis e Investigación y de su participación e impulso para la construcción de un gobierno abierto, tema que ha ganado mucha popularidad y protagonismo durante los últimos años.

Los primeros usos del concepto de gobierno abierto se identificaron hace más de 50 años, sin embargo su significado ha ido cambiando a lo largo del tiempo; de acuerdo con Harlan Yu y David G Robinson gobierno abierto puede confundirse y limitarse cuando es utilizado únicamente para hacer referencia a la información gubernamental abierta, siendo que en realidad este concepto es mucho más amplio al incluir políticas públicas en pro del acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas.

Cuando hablamos de gobierno abierto estamos hablando también del derecho a la participación y del derecho de acceso a la información pública, ambos derechos humanos reconocidos formalmente desde hace varias décadas en distintos

---

<sup>1</sup> Artículo publicado en Promesa de Gobierno Abierto de Hofmann Andrés , Ramírez-Alujas Alvaro y Bojórquez Pereznieto, José Antonio, licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported License.2012, pp. 367-380

<sup>2</sup> Estudiante de la Maestría en Administración Pública del Instituto Sonorense de Administración Pública A.C.

instrumentos internacionales y en muchas constituciones. Por lo que también debemos de enfocarnos en el concepto de derechos humanos al hablar de gobierno abierto.

### **Gobierno Abierto y Sociedad Civil**

En los últimos años se han multiplicado las organizaciones y los grupos ciudadanos interesados en la promoción de gobiernos transparentes, que rindan cuentas y que permitan la participación sustantiva de la ciudadanía en la definición de las políticas públicas, haciendo uso de los mecanismos gubernamentales de participación ciudadana.

En términos de mecanismos institucionales de participación para promover la transparencia y la rendición de cuentas, en México destaca la Mesa de Diálogo por la Transparencia en el Distrito Federal, creada en 2008, y en el ámbito internacional la AGA, creada en 2011. La primera es un mecanismo permanente de interlocución e integración de acuerdos entre la sociedad civil organizada, el gobierno del Distrito Federal y el órgano garante de la transparencia en esta entidad; la segunda es una iniciativa multilateral promovida por el gobierno de los Estados Unidos, como actividad paralela a la Asamblea General de las Naciones Unidas, que actualmente reúne a desarrolladores, organizaciones y gobiernos de 57 países.

### **Alianza para el Gobierno abierto**

Para algunos grupos y organizaciones sociales la llegada de la AGA ha significado un proceso acelerado, complejo y hasta cierto punto violento.

En el caso de México, las organizaciones que participan en la AGA han logrado impactar de manera positiva en este mecanismo y generado dos resultados concretos: 1)el establecimiento de un Secretariado Técnico Tripartita, compuesto por un representante del IFAI, un representante de la Secretaria de la función Pública y otro de las organizaciones de la sociedad civil, para que las decisiones

sobre la alianza se tomen en conjunto y por consenso y 2) la elaboración de un “plan de Acción Ampliado”, debido a que la primera versión presentada por el gobierno mexicano contenían compromisos muy generales y no se veían reflejadas las propuestas de las organizaciones.

### **Contraloría Social**

La Contraloría Social como mecanismo que propicia el control ciudadano sobre el ejercicio de gobierno (Guillermo Cejudo), permite a las organizaciones de la sociedad civil tener un rol activo en la promoción del acceso a la información, la transparencia gubernamental y la rendición de cuentas, elementos clave para caminar hacia un verdadero gobierno abierto.

Actualmente en México seguimos observando espacios gubernamentales de opacidad y discrecionalidad, por lo que Fundar ha desarrollado algunos proyectos de contraloría social, asociados a estas problemáticas, con dos componentes principales: 1) ejercer nuestro derecho de acceso a la información de manera activa, y 2) incorporar las tecnologías de la información y la comunicación para dar a conocer los resultados de la investigación.

### **Segunda Parte: Publicidad oficial en México**

La publicidad oficial se refiere a los espacios que los gobiernos compran, o a los cuales acceden de manera gratuita, en todos los medios de comunicación para anunciarse e informar a los ciudadanos. Esto incluye los espectaculares, el internet, la radio, la televisión y los periódicos. La compra de estos espacios se efectúa con recursos públicos, los cuales, deben ser transparentes, accesibles y ejercerse con apego a los mandatos institucionales.

La publicidad oficial obedece al principio de máxima publicidad, suscrito en el artículo 6 constitucional, que se refiere a que toda la información en posesión de las autoridades es pública, por regla general, y que la reserva es la excepción.

Sin embargo, es conveniente mencionar que los gastos en comunicación social no aparecen como información de oficio, es decir, es necesario que medie solicitud de parte; la transparencia de los gastos en publicidad oficial conlleva un reto importante para la democracia mexicana.

El uso desviado de la publicidad oficial afecta de manera estructural la relación entre los medios de comunicación y las entidades de gobierno, ya que la posibilidad de negociar inhibe el rol social que los medios de comunicación deberían de cumplir en una sociedad democrática y promueve la autocensura.

Aun cuando la norma obligue a que la información de los gastos en publicidad oficial de los Gobiernos Federales y Estatales esté disponible y accesible a la ciudadanía, en la práctica no es fácil acceder a dicha información.

Una manera efectiva de caminar hacia un gobierno abierto es obligar a que se transparente los datos necesitados, y Fundar se dio a la tarea de construir una página para concentrar información sobre el tema: [www.publicidadoficial.com](http://www.publicidadoficial.com), la cual fue lanzada en febrero de 2011, con datos federales y un año después se incluyeron los montos ejercidos por cada entidad federativa, dicha información se consiguió de solicitudes de acceso a la información y de análisis de documentos públicos.

A continuación, se relata la fase de elaboración de la página web [publicidadoficial.com](http://publicidadoficial.com)

Gobierno Federal: los límites de la información de oficio

En el Poder Ejecutivo Federal existe información disponible sobre publicidad oficial que permitió construir las primeras bases de la página como es la siguiente:

- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publica información presupuestaria en su página.

- El portal de la Secretaría de Gobernación también proporciona información, aunque es escasa y de difícil acceso, ya que los datos se suben sin contexto o explicación que permita entender de qué se trata.

Para esta primera fase se pudo evidenciar que los problemas públicos que estaban en juego con el uso de la publicidad oficial son recursos millonarios destinados a comprar espacios en los medios, sin control y sin reglas claras de asignación.

### **Entidades federativas: los límites del acceso a la información**

Para la segunda fase de la elaboración de [www.publicidadoficial.com](http://www.publicidadoficial.com), el reto fue transparentar los datos sobre publicidad oficial en las entidades federativas, pero en este caso la información de oficio era muy escasa, por lo tanto se ingresaron solicitudes de acceso a la información, pero se observó que este derecho no es ni expedito ni sencillo de ejercer en gran parte de los Estados del País.

Fue difícil recopilar la información, debido a que la opacidad predominó en las 2/3 partes de los estados, los cuales no entregaron información o contestaron de manera incompleta la solicitud, con excepción de Colima y Sonora, siendo estos Estados los únicos que entregaron la información completa.

Con base a los datos que se pudo acceder, se puede afirmar que se destinan recursos millonarios a medios en total opacidad, ya que el gasto en publicidad oficial en los estados, se duplicó del 2010 a 2015 en 18 Entidades Federativas.

### **Conclusiones**

Resulta importante promover que las entidades de gobierno publiquen su información en formatos abiertos, que puedan ser reutilizados por la sociedad civil para general valor público, los gobierno deben garantizar plenamente el acceso a

la información, sobre todo en temas sustantivos para la ciudadanía, ya que de otra manera los ejercicio de contraloría social no pueden llevarse a cabo de manera efectiva.

Se observa que aunque en México el derecho de acceso a la información se encuentra consagrado en la constitución desde 2007, prevalecen limitaciones severas y resistencias fuertes que nos impiden avanzar hacia la consolidación de una política integral a favor de un gobierno abierto.

La sociedad civil tiene un rol crucial que jugar, exigiendo el cumplimiento de su derecho al acceso a la información y su derecho de participación, ambos mecanismos indispensables para acelerar cambios institucionales y empujar nuevas prácticas gubernamentales en el manejo de la información.

## **Bibliografía**

- Hofmann Andrés, Ramírez-Alujas Alvaro y Bojórquez Pereznieto, José Antonio, *La Promesa del Gobierno Abierto*, licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported License ,2012