

Artículo 19 gana en SCJN amparo histórico que forzará a regular derroche de gobiernos en prensa

Por: Daniela Barragán. SinEmbargo. 16/11/2017

Ricardo Luévano, integrante de Artículo 19, calificó la decisión como histórica en todos los sentidos, que trasciende y que ampara la libertad de expresión sobre la publicidad oficial y la censura indirecta que se genera con la presión a los medios de comunicación.

Textualmente la sentencia señala que: “La Justicia de la Unión ampara y protege a Campaña Global por la Libertad de Expresión A19, A.C. contra la omisión del Congreso de la Unión de expedir la citada ley reglamentaria”.

Con cuatro votos a favor y uno en contra, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) otorgó el día de hoy el amparo interpuesto por la organización Artículo 19 sobre la omisión legislativa que regularía la publicidad oficial.

En la Primera Sala del recinto, el amparo presentado por el Ministro Arturo Zaldívar Lelo de Larrea presentó su sentencia a favor de Artículo 19 por acreditar que el Congreso no expidió la ley reglamentaria del párrafo octavo del Artículo 134 de la Constitución, que regula el gasto en materia de comunicación social.

“Se desprende que dado que la Constitución le impuso al Congreso de la Unión el deber de expedir una ley que reglamente el párrafo octavo del artículo 134 constitucional en un plazo que ya ha transcurrido en exceso y esto no ha ocurrido, debe concluirse que el Poder Legislativo ha incumplido totalmente esa obligación”, sostuvo el Ministro en su proyecto.

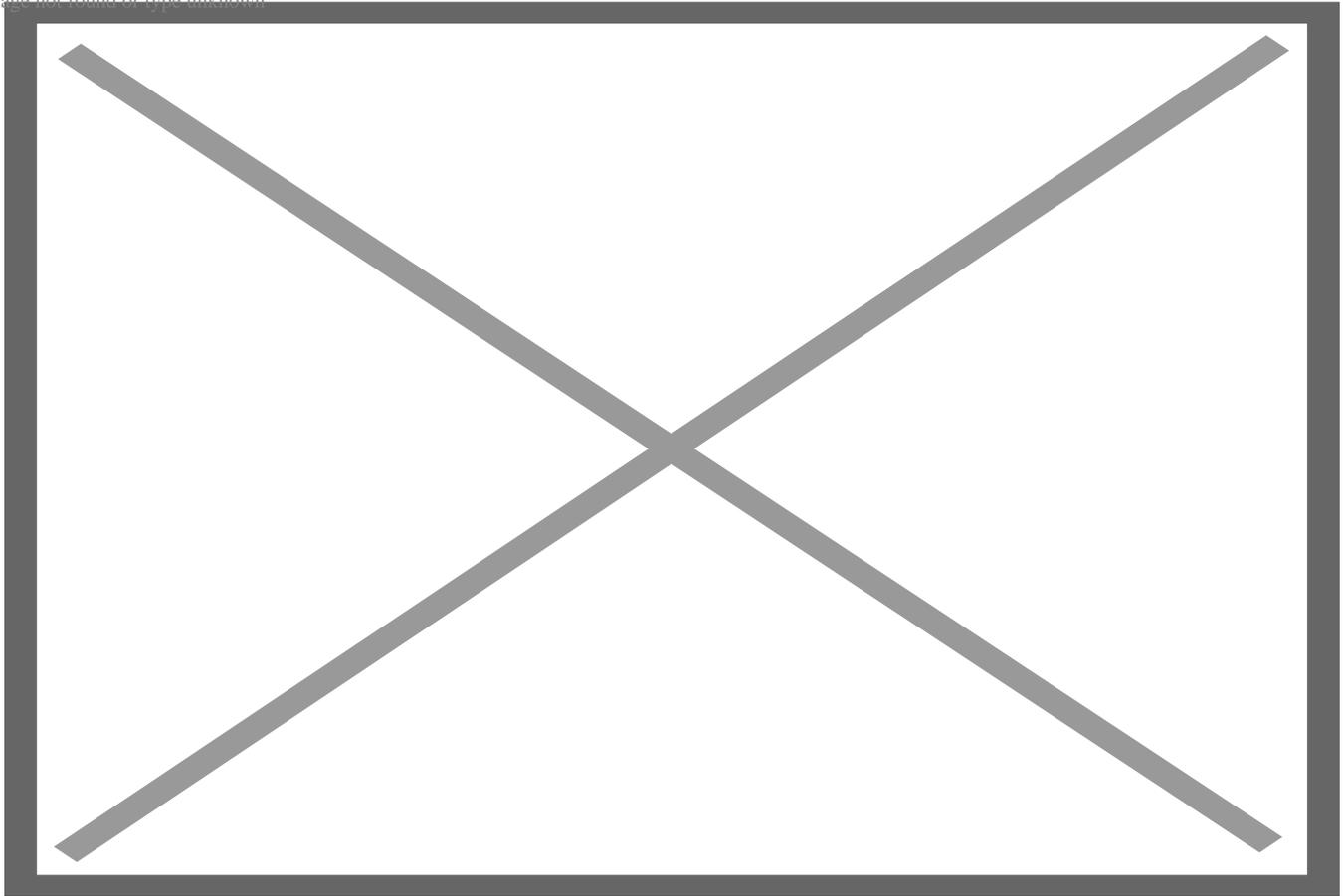
Textualmente la sentencia señala que: “La Justicia de la Unión ampara y protege a Campaña Global por la Libertad de Expresión A19, A.C. contra la omisión del Congreso de la Unión de expedir la citada ley reglamentaria”

Quienes también estuvieron a favor fueron los ministros José Ramón Cossío y la Ministra Presidenta Norma Lucía Piña Hernández, los opositores fueron Alfredo Gutiérrez Ortiz y Jorge Mario Pardo, quien anunció voto particular. Con esta mayoría de votos a favor del proyecto, quedó resuelto a favor de Artículo 19 y con esto se

obliga a la siguiente legislatura a emitir la ley reglamentaria al Artículo 134 antes del 30 de abril de 2018.

Y concluyó que tiene razón Artículo 19 en este punto: “nos encontramos frente una omisión legislativa absoluta atribuible a las dos cámaras del Congreso de la Unión”.

Image not found or type unknown



En el proyecto también señaló que la ausencia de esta regulación propicia que la política de gasto en comunicación social canalice los recursos fiscales hacia medios afines a las posiciones del gobierno y niegue el acceso a esos recursos —o simplemente se amenace con restringirlo— a los medios de comunicación que son críticos con las políticas del gobierno.

Lo que queda es observar los efectos del amparo.

Ricardo Luévano, integrante de Artículo 19, calificó la decisión como histórica en todos los sentidos, que trasciende y que ampara la libertad de expresión sobre la publicidad oficial y la censura indirecta que se genera con la presión a los medios de

comunicación.

Explicó que habrá que analizar el proceso dentro del Congreso para la elaboración de la ley. Si se volviera general, tendrían que analizar la armonización en los estados.

“Es un gran avance, es histórico. Estamos satisfechos. Varias organizaciones compartimos la emoción. Abre una nueva brecha y más, cuando ocurre un año antes de las elecciones presidenciales. Entonces es un muy buen mensaje de parte de la SCJN”, dijo.

Junto con Paulina Castaño de Fundar, consideró que esto aún no es una victoria, sólo un paso más.

“Es un paso, falta tiempo. Tenemos que ver cómo sale la ley reglamentaria, porque el que el amparo se haya concedido no significa que vayamos a tener una ley idónea y habrá que presionar y hay que estar al tanto de lo que hagan los legisladores”, agregó.

Con las cifras disponibles hasta el momento, se sabe que medios nacionales y locales, de todas las plataformas, han recibido 36 mil 261 millones de pesos por promover los mensajes del actual Gobierno federal. De acuerdo con Fundar, de 2013 a 2016 se registra un aumento del gasto de 31.21 por ciento, al pasar de 8 mil 154 millones de pesos a 10 mil 699 millones de pesos.

Se gastó más de lo permitido y el ejercicio del dinero fue opaco, a pesar de que el tema del dinero a medios fue uno de los que prometió reformar el Presidente Enrique Peña Nieto al llegar a la Presidencia.

Año con año en que se ha hecho un balance de las cifras del gasto de comunicación social del Gobierno federal, los medios que más dinero han recibido suelen ser los mismos; ya sea para la producción o sólo para la reproducción, son los que lideran las listas de contratos que se otorgan sin concurso alguno o sin un análisis previo en el que se señale que son los indicados para la réplica de los mensajes gubernamentales.

Primero, el gasto general según los datos de Fundar basados en las bases de datos de la Secretaría de la Función Pública (SFP): desde 2013 –el primer año de Gobierno de Peña Nieto– al cierre de 2016 el gasto total a medios fue de 36 mil 261

millones de pesos. Esa cantidad significó un sobreejercicio constante que se traduce en un gasto 71.86 por ciento mayor al que el Congreso aprobó año con año en el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF). Ahí se fueron 15 mil 162 millones de pesos, aunque está estipulado que en lo que se refiere al presupuesto de comunicación social y publicidad no pueden realizarse ampliaciones.

Pero cada año ocurrió lo contrario; en 2013, se gastó 48.74 por ciento más; en 2017, 35.03 por ciento más; en 2015, 80.50 por ciento más y en 2016, 133.58 por ciento extra. Se le había permitido a esta administración gastar 21 mil 097 millones y ocupó 33 mil 261 millones.

ART. 19 EXIGE AL CONGRESO APROBAR LA LEY

Artículo 19 señaló que éste es un fallo histórico de la máxima autoridad judicial al determinar que el amparo interpuesto por la organización contra la omisión legislativa incurrida desde abril de 2014, al no expedir la ley reglamentaria del artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución en materia de gasto de comunicación social.

La organización señala que con lo anterior, la SCJN reconoce que “la asignación opaca, discrecional y excesiva del gasto de comunicación social a los medios de comunicación es un medio de control de las líneas editoriales que constituye una forma de censura sutil o indirecta”.

Agregó que ahora el reto es que se suscite una discusión legislativa abierta que cuente con la participación de la sociedad civil y que adopte los estándares más altos en la materia. Además de que de ser aprobada sea afectivamente implementada y que el gasto a la publicidad sea “ejercido a través de criterios claros objetivos, transparente, equitativo y con fines verdaderamente informativos, evitando en todo momento su uso discriminatorio y arbitrario”.

Destaca que en México, los gobiernos han utilizado el dinero público de manera excesiva para promoverse y amordazar los medios críticos a través de la historia, pone como ejemplo el Gobierno de Enrique Peña Nieto que ha gastado 38 mil millones de pesos en comunicación social desde de 2013 hasta de agosto de 2017 sin ningún control.

Por último, Artículo 19 reconoció la labor de la protección de la libertad de expresión

de la Suprema Corte y exigió al Congreso de Unión la pronta discusión y aprobación de la ley para regular el gasto en publicidad oficial en un marco donde se escuche a periodistas, representantes de medios de comunicación, académicos y organizaciones de la sociedad civil.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: sinembargo

Fecha de creación

2017/11/16