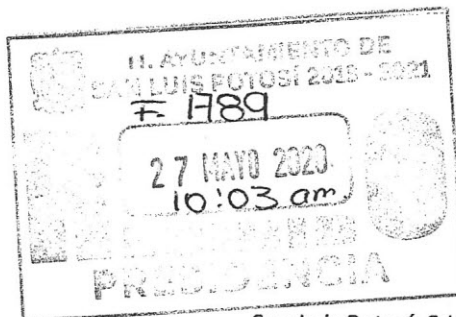




San Luis Potosí, S.L.P., a 27 de mayo de 2020

FRANCISCO XAVIER NAVA PALACIOS
Presidente Municipal de San Luis Potosí
Presente.

La aplicación del gasto público exige que cada peso que proviene de las contribuciones de la ciudadanía cumpla con el objetivo de lograr un beneficio para toda la población, por lo que cualquier desviación no sólo pervierte la administración pública, sino que traiciona la representación que se alcanza en las urnas.

Con indignación vemos que en los primeros cuatro meses de este año, la administración municipal ha gastado en el área de Servicios de Comunicación Social y Publicidad 18 millones 57 mil 243 pesos, de los cuales 13 millones 783 mil 640 pesos los ha destinado a propaganda en medios, en tanto que 4 millones 238 mil 273 pesos en la creación y difusión de mensajes promocionales. Mayor preocupación representa que para todo el año se haya programado un gasto de 65 millones 762 mil 410 pesos, sin contar los gastos de operación de la oficina de Comunicación Social.

Tal derroche de recursos no acarrea ningún beneficio a la población y sí en cambio representa una promoción de imagen que viola lo establecido en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución General de la República y el párrafo séptimo del artículo 135 de la Constitución Política del Estado que coinciden en señalar:

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los organismos constitucionales autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública, y cualquier otro ente de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso dicha propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Tan no se respeta la dignidad del municipio, que su administración incurre en la mala práctica de desplazar su escudo de armas por un símbolo (logotipo) que identifica al Ayuntamiento con su persona. Una actitud que muestra claramente que se privilegia la búsqueda de reconocimiento por

encima del cumplimiento de la ley y del servicio a la comunidad, ya que lo desvirtúa para fines personales y de grupo.

Durante 2019, de un presupuesto original para Servicios de Comunicación Social y Publicidad de 35 millones 378 mil 454 pesos, finalmente se devengaron 81 millones 384 mil 746 pesos, es decir, 2.3 veces más lo presupuestado. A ese gasto hay que agregar los 18 millones 674 mil 55 pesos que costó la operación de la oficina de Comunicación Social. Más de 100 millones de pesos para propaganda antes que para un verdadero ejercicio de comunicación social representan un verdadero agravio a la población, sobre todo a la más necesitada, que presumen atender.

Lo anterior representa que durante 2019 se aplicó a Comunicación Social el 3.32% del presupuesto total ejercido, una proporción muy superior a los dos parámetros propuestos ante los órganos legislativos federal y local. Desde distintos partidos se ha propuesto moderar ese gasto al fijarlo con un tope máximo del 0.5% del presupuesto total, en tanto que el colectivo especializado #MediosLibres propuso que ese tope se establezca en 0.05%. Para el primer caso, durante 2019 el Ayuntamiento debió destinar a comunicación social 15 millones 44 mil 914 pesos, en tanto que de acuerdo con #MediosLibres sólo 1 millón 504 mil 491 pesos. Una desproporción con lo ejercido que se repite este año, cuando ya incluyeron como presupuesto para esa área 65 millones 762 mil 410 pesos, más lo que llegan a ampliar el presupuesto como ocurrió en el ejercicio anual anterior.

No se trata de una comparación ociosa, sino de un ejercicio para dimensionar lo desproporcionado de ese derroche de recursos públicos y la consecuente necesidad de que se corrija en bien de la comunidad. El extremo de esa desproporción se refleja en lo grotesco que resulta el hecho de que diariamente se presuma, a plana completa, una obra como la de la ampliación del Puente Pemex con un costo de 25 millones de pesos cuando con el presupuesto para promoción alcanzaría para dos obras como esa y sobrarían más de 15 millones de pesos.

Si algo se criticó a las administraciones anteriores fue el derroche en esa perversa comunicación social. Si algo se esperaba de la actual administración era moderación en ese gasto que no reditúa ningún beneficio para la población y se utilizara esa área para los fines que realmente debe tener. En congruencia y en consecuencia, atentamente le exigimos:

- Proponga al Cabildo, con carácter de urgente, una represupuestación de esos recursos de manera que se ajuste a cualquiera de los parámetros aquí mencionados (iniciativas legislativas y propuesta de #MediosLibres), o establezca su propio parámetro de moderación, en el que justifique claramente el gasto con un criterio que privilegie el interés de la población.
- Se reencaucen los recursos excedentes para atender otras prioridades del municipio que favorezcan sobre todo a los más necesitados, sin que se les exhiba como instrumentos de un altruismo mal entendido.

- Se adelgace la oficina de Comunicación Social y se le exija a quienes la integran que definan un verdadero programa de comunicación social al servicio de la población y que abandonen su envilecida estructura que privilegia la atención a medios con fines propagandísticos.

La forma en que se ha ejercido el presupuesto para comunicación social no sólo resulta ilegal, sino también inmoral, al desviar la administración pública de su fin original que —en todo momento— debe buscar el beneficio para toda la población. Confiamos en que, a la brevedad, tomará las medidas necesarias para corregir esta desmesura en el gasto público, y responder como un verdadero representante de la ciudadanía.

Atentamente

Mónica Aguilar B.
Alfonso Alba H.
Luz María Anaya Castillo
Ma. Rosario Anaya Castillo
Raquel Báez Tobías
Héctor Blanco Cedillo
Valerie Breceda L.
Oscar G. Chávez
Luis Cuéllar O.
Sonia Deotto
Jorge Antonio Esquivel G.
Rodolfo Estrada A.
Jonathan I. Gamboa
José Guadalupe González
Covarrubias
Marite Hernández Correa
Lidia Herrera
Susana Herrera G.
Lily Jiménez G.

Guillermo Káiser Schlitler
Juan Manuel Leos Herrera
Martha Beatriz López M.
Mario Silvestre López M.
Guillermo López M.
Alfredo Lujambio Rafols
Marcela Martínez S.
Eduardo Martínez
Benavente
José Victoriano Martínez
Guzmán
Hugo Morales Yáñez
Oscar Morelos Zaragoza
Ramón Moreno C.
Alberto Narváez Arochi
Manuel Nava Calvillo
Patricia Nava M.
Claudia Osteguín Z.
José Carmen Osteguín

Enriqueta Pérez D.
Martha Eugenia Ramírez D.
René Rico G.
Alejandro Rubín de Celis M.
Juan Carlos Ruiz
Guadalajara
María Eugenia Sánchez
Plascencia
María Sánchez Ávila
Santos Sepúlveda Sánchez
Rafael Sierra
Hugo Stevens Amaro
Mariana Vázquez A.
David Ignacio Vázquez
Anaya
Luz Elena Villasuso
Martínez
Miguel Zambrano
Esperanza Zapata

Contacto para respuesta:
HUGO STEVENS AMARO
Cel. 444 492 9252