



Campañas fantasma



Por Alberto Aguirre

Una auditoría a los recursos disponibles para las campañas en los medios masivos en 2028 estará por abrir un nuevo capítulo este julio.

La transición sería bruñida. Alfonso Navarrete Prida había conocido -hace tres décadas- a Olga Sánchez Cordero gracias a Jorge Carpizo y desde entonces su trato era cordial y respetuoso. El secretario de Gobernación peñista ordenó a los suyos colaborar con el equipo de la exministra en retiro y senadora electa, que encabezaba Jorge Alcocer.

Antes de llegar al Palacio de Covián, Sánchez Cordero había garantizado las suficiencias presupuestarias para arrancar su gestión con brío y cumplir las instrucciones presidenciales. El Presupuesto de Egresos de la Federación contemplaba una partida de 1,200 millones de pesos para los servicios de comunicación social y publicidad de la dependencia y sus órganos desconcentrados, para el ejercicio fiscal 2019.

Insólitamente, la entonces jefa del gabinete lopezobradorista y su equipo decidieron devolver esos recursos a la Tesorería de la Federación. La austeridad republicana pregonada por el Ejecutivo se traduciría en una drástica reducción de los recursos disponibles para las campañas en los medios masivos, pero en esas primeras semanas del sexenio ya marchaba la auditoría 13-GB de cumplimiento forense sobre los 6,856 millones de pesos erogados en ese rubro durante el último año del peñismo.

Entonces, la Secretaría de Gobernación fungía como el ente autorizador de las estrategias y programas anuales de comunicación, así como de sus modificaciones. Norma Angélica Morales Ledesma, desde la dirección general de Normatividad y Medios, decidió durante los seis años del sexenio sobre cada campaña, estrategia y programa anual de comunicación social de todas las entidades y dependencias de la administración pública federal.



Para la revisión de la Cuenta Pública 2018, la Auditoría Superior de la Federación se concentró en las autorizaciones realizadas por Gobernación a los diversos incrementos solicitados por las dependencias y entidades, así como la ejecución del gasto conforme la normativa aplicable, por lo que se concentró en 2,254 millones de pesos erogados por las áreas de comunicación social de SEGOB, Salud, SCT, Desarrollo Social y SEDATU.

Los auditores trabajaron durante once meses sin descanso. El 8 de enero de 2020, para la presentación de resultados, fueron implacables: generaron siete pliegos de observaciones, porque las entidades fiscalizadas no acreditaron "con documentación justificativa y comprobatoria", diversas pautas de difusión contratadas no obstante la veda electoral.

Los montos observados sumaban 1,806 millones de pesos adjudicados a distintos proveedores, principalmente medios electrónicos. Los comunicadores de esas dependencias fueron emplazados a comprobar la difusión de los mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, pues "no existe certeza de que los servicios contratados se hayan efectuado.

+++

La Secretaría de Salud era la que concentraba el monto más elevado, en las observaciones -641 millones 830,600 pesos-, seguida por Gobernación, con 415 millones 181,200 pesos, y SEDATU, con 282 millones 903,900 pesos.

Por segundo sexenio consecutivo, el área de Salud enfrentaba una comprobación caótica. A finales del sexenio calderonista, Comunicación Social requirió a la Secretaría de Hacienda una ampliación presupuestal -la friolera de 1,200 millones de pesos- para cubrir adeudos con diversos proveedores, pero Luis Videgaray no autorizó la transferencia de recursos. Esa acción derivó en un cúmulo de demandas -aunque la mayoría fueron retiradas- que terminaron en una carpeta de investigación, por un fraude de 350 millones de pesos que ha requerido la comparecencia de distintos exfuncionarios peñistas, entre ellos el ex vocero presidencial, David López Gutiérrez.

La auditoría de cumplimiento forense 13-GB también detectó que la Secretaría de Gobernación pagó 3,504 millones de pesos en el 2018 por "compromisos contraídos" en el ejercicio fiscal 2016. Entonces, Roberto Femat fungió como director de comunicación social en la secretaría que encabezaba Miguel Ángel Osorio Chong.



Además de los siete pliegos de observaciones, la ASF emitió 61 recomendaciones, "a efecto de fortalecer el sistema de control de las dependencias y asegurar que se cumplan con los tiempos, plazos y requisitos" en la implementación de los programas anuales de comunicación social.

Y anunció el inicio de 40 promociones de responsabilidad administrativa sancionatoria por las irregularidades en el desarrollo de las solicitudes y autorizaciones, "que no se realizaron en apego a la normatividad aplicable".

Un año después, en respuesta a una solicitud de información -folio 330030122000882- la ASF informó que solo un particular había sido multado, por no proporcionar la información requerida en la auditoría forense 13-GB. ¿Funcionarios? Ninguno.

+++

Las indagatorias de la ASF no registraron avances, en los siguientes tres años. Hasta el 23 de abril del 2024, cuando la Auditoría Especial de Seguimiento, Informes e Investigación de la ASF emitió el dictamen técnico DGSEG"B"/DTNS/0148/2024 que se desprenden actos presuntamente constitutivos de faltas administrativas y un posible daño al erario a la hacienda pública por un monto de 415 millones 181,181 pesos.

El último año del sexenio peñista, Gobernación tuvo 120 millones 170,900 asignados al rubro de comunicación social en el Presupuesto de Egresos de la Federación, pero finalmente erogó 610 millones 914,000 pesos, que destinó a la producción y difusión de seis campañas.

En la muestra de la auditoría 13-GB cayeron tres de esas campañas: Protección Civil 2018 / Temporada de lluvias e inundaciones, que requirió 332 millones 355,428 pesos; Mensajes a la ciudadanía, por 23 millones 999,997 pesos y Tu acta de nacimiento en línea, por 65 millones 24,436 pesos.