



**CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE,
LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA**



Iniciativa con proyecto de decreto por el que se crea la Ley para la Comunicación Equitativa y Transparente de las Entidades Públicas del Estado de Coahuila de Zaragoza.

Planteada por el **Diputado Evaristo Lenin Pérez Rivera**, del Partido Unidad Democrática de Coahuila

Primera Lectura: **27 de Noviembre de 2012.**

Segunda Lectura: **4 de Diciembre de 2012.**

Acuerdo Aprobado el **15 de Julio de 2014**, para que este asunto fuera turnado a la **Comisión de Transparencia y Acceso a la Información**

Fecha del Dictamen: **5 de Agosto de 2014.**

Decreto No. 532

Publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado: **P.O. 68 / 26 de Agosto de 2014**



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



Diputado Presidente de la Mesa Directiva del H. Congreso del Estado;

Diputadas y Diputados de esta Legislatura:

Quien suscribe, Diputado Evaristo Lenin Pérez Rivera, del Partido Unidad Democrática de Coahuila, con fundamento en los artículos 59 fracción I, y 60 de la Constitución Política del Estado de Coahuila de Zaragoza; 144, 158 y demás relativos de la Ley Orgánica del Congreso del Estado Independiente, Libre y Soberano de Coahuila de Zaragoza, presento ante esta Soberanía la siguiente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE LEY PARA LA COMUNICACIÓN EQUITATIVA Y TRANSPARENTE DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL ESTADO DE COAHUILA DE ZARAGOZA

La cual se presenta bajo la siguiente

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El respeto a la actividad del periodista es absoluto. Nos preocupamos y nos ocupamos por su seguridad y, como puede entenderse en esta iniciativa, porque su actividad se desarrolle en pleno goce de su libertad, sin tener que intercambiar su actividad profesional y dignidad por los pesos de quienes toman las decisiones.

Me permito hacer del conocimiento de los presentes, lo que puede leerse en diversos textos internacionales que han puesto, por encima de cualquier interés de los gobiernos, el interés y la dignidad del periodista.

Se ha señalado, por ejemplo, que existen distintas formas de afectar ilegítimamente la libertad de



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



expresión, desde el extremo de su supresión radical mediante actos de censura previa hasta mecanismos menos evidentes, más sutiles y sofisticados. El artículo 13.3 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos se refiere, específicamente, a estos mecanismos indirectos que tienden a “impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”. En efecto, dicho artículo establece:

“No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”.

Los mecanismos indirectos de restricción se ocultan detrás de acciones aparentemente legítimas que, sin embargo, son adelantadas con el propósito de condicionar el ejercicio de la libertad de expresión de los individuos.

Los mecanismos de censura “indirecta” prohibidos por el artículo 13.3 de la Convención Americana fueron objeto de atención por parte de distintos órganos del sistema interamericano. Interpretando el artículo 13.3 citado, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (en adelante, “CIDH”), establece en su principio 5 que “La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrito, artístico, visual o electrónico, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como así también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión”. Y en su principio 13 indica que “la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar, o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



comunicación en función de sus líneas informativas, atentan contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley”.

Estos mecanismos de restricción fueron también objeto de análisis por parte de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, que en su Informe Anual 2003 llamó la atención sobre estas “obstrucciones oscuras, impuestas silenciosamente [que] no dan lugar a investigaciones ni merecen una censura generalizada”¹. La cuestión también fue abordada por esta oficina en sus Informes de 2008² y 2009³.

La jurisprudencia de la Corte Interamericana ha condenado en distintas ocasiones la adopción de medidas estatales que constituyen medios indirectos de restricción de la libertad de expresión.

La distribución arbitraria y discriminatoria de la publicidad oficial fue uno de los primeros mecanismos de censura indirecta abordados por el sistema interamericano. En efecto, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión en su Informe Anual 2003 dedicó un capítulo especial a estudiar el fenómeno y concluyó que “la obstrucción indirecta a través de la publicidad estatal actúa como un fuerte disuasivo de la libertad de expresión”⁴. Según indicó en ese momento la Relatoría Especial:

¹ CIDH, *Informe Anual 2003*. OEA/ Ser. L/ VI/ II.118. Doc. 70, 29 de diciembre de 2003 Volumen III: *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, Capítulo V (*Violaciones Indirectas de la Libertad de Expresión: Asignación Discriminatoria de Publicidad Oficial*), párr. 1.

² CIDH, *Informe Anual 2008*. OEA/Ser.LV/II.134. Doc. 5, 25 de febrero de 2009. Volumen III: *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, Capítulo III (*Marco jurídico interamericano del derecho a la libertad de expresión: La prohibición de la censura y de las restricciones indirectas a la libertad de expresión*), párrs. 86 y ss. 129 y ss.

³ CIDH, *Informe Anual 2009*. OEA/SER.LV/II. Doc.51, 30 de diciembre de 2009. Volumen II: *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, Capítulo III (*Marco Jurídico Interamericano del Derecho a la Libertad de Expresión*), párrs. 97 y ss. y 157 y ss.

⁴ CIDH. *Informe Anual 2003*, OEA/ Ser. L/ VI/ II.118. Doc. 70, 29 de diciembre de 2003. Volumen III: *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, Capítulo V (*Violaciones Indirectas de la Libertad de Expresión: Asignación Discriminatoria de Publicidad Oficial*), párr. 13.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



“este tema merece especial atención en las Américas, donde la concentración de los medios de comunicación ha fomentado, históricamente, el abuso de poder por parte de los gobernantes en la canalización del dinero destinado a la publicidad”⁵.

La distribución arbitraria de publicidad oficial, como otros mecanismos de censura indirecta, opera sobre distintos tipos de *necesidades* que los medios de comunicación tienen para funcionar e *intereses* que pueden afectarlos. Es una forma de presión que actúa como *premio* o *castigo* que tiene por objeto condicionar la línea editorial de un medio según la voluntad de quien ejerce la presión.

Esta iniciativa ni pretende ni afectará el ejercicio crítico, responsable y libre del periodismo. Lo que esta iniciativa pretende es terminar con la discrecionalidad de le habría llenado las bolsas a las malas empresas y puesto en situación de vulnerabilidad a los periodistas aguerridos. Así ha sucedido en Latinoamérica, y no tendría por qué ser diferente en Coahuila.

Es, sin duda, un tema espinoso. Quienes estarán en contra de esta iniciativa serán los beneficiados de la opacidad del presupuesto, aquellos que quieren seguir haciendo fortunas a la sombra del secreto. A nivel nacional se han presentado media docena de iniciativas en el tenor que la que se presenta hoy ante Ustedes y ni una sola ha tenido éxito. La razón es muy sencilla: los intereses de las empresas de comunicación fueron tan pesados que no dejaron que el tema avanzara.

Pero el asunto debe estar en la agenda. Para que la población se beneficie de un mensaje claro, oportuno y real y para que los periodistas sepan que no su pluma no está a la venta ni se le subasta al mejor postor.

Dedicarse a los servicios de publicidad no debe avergonzar a nadie. La opacidad genera incentivos perversos. Esto es lo que se quiere evitar.

⁵ CIDH. *Informe Anual 2003*. OEA/ Ser. L/ V/ II.118. Doc. 70, 29 de diciembre de 2003 Volumen III: *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, Capítulo V (*Violaciones Indirectas de la Libertad de Expresión: Asignación Discriminatoria de Publicidad Oficial*), párr. 2.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



Así, por las razones antes expuestas, ante esta Honorable Legislatura se presenta para su análisis, discusión y, en su caso, aprobación, la siguiente:

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO.- Se crea la **LEY PARA LA COMUNICACIÓN EQUITATIVA Y TRANSPARENTE DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL ESTADO DE COAHUILA DE ZARAGOZA**, para quedar como sigue:

LEY PARA LA COMUNICACIÓN EQUITATIVA Y TRANSPARENTE DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS DEL ESTADO DE COAHUILA DE ZARAGOZA

CAPITULO I PRINCIPIOS GENERALES

ARTÍCULO 1.- Esta ley es de observancia general y sus disposiciones son de orden público e interés público. Tiene por objeto reglamentar la producción, asignación, distribución, contratación y contenidos de la comunicación que a través de cualquier medio de comunicación realicen los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, así como las Administraciones Municipales y Organismos Constitucionales Autónomos.

ARTÍCULO 2.- Son objetivos de la presente ley,

- I. Evitar que la comunicación gubernamental se convierta en un instrumento para censurar, castigar o premiar a medios de comunicación por sus líneas editoriales.
- II. Establecer criterios generales para el ejercicio de los recursos destinados al rubro presupuestal de comunicación social y/o sus equivalentes en materia de comunicación de las entidades públicas.
- III. Determinar las características del contenido de la comunicación gubernamental con el fin de que comunique a las instituciones con la población y cumpla el derecho a la información.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



- IV. Garantizar la transparencia en el ejercicio de los recursos públicos para la contratación de servicios de comunicación en prensa escrita, radio, televisión y cualquier otro medio de difusión.

ARTÍCULO 3.- La comunicación de las entidades públicas se regirá por los siguientes principios:

- I. Transparencia en el proceso de contratación: Evitar la discrecionalidad y garantizarse la transparencia y el fácil acceso a toda información relacionada con la utilización de los recursos públicos destinados a la comunicación de las entidades públicas.
- II. Equidad en la distribución y pluralidad de medios: Debe distribuirse entre los medios de comunicación respetando su pluralidad a través de criterios equitativos. Su asignación no debe afectar la independencia de los medios de comunicación y el ejercicio de las libertades de información, opinión, expresión y difusión, evitando beneficios o marginaciones fundadas en razones ideológicas, políticas o partidarias.
- III. Razonabilidad en la inversión: debe existir una proporcionalidad entre el objeto de la contratación y el interés público comprometido.
- IV. Interés y utilidad públicos. Debe ofrecer información de interés y utilidad públicos para la comunidad y los ciudadanos, y no debe perseguir fin distinto al de lograr su bienestar.
- V. Eficacia y Eficiencia: La comunicación gubernamental debe alcanzar los objetivos propuestos al menor costo posible.

ARTÍCULO 4.- La comunicación de las entidades públicas se contratará bajo criterios de equidad, objetividad, imparcialidad y transparencia.

ARTÍCULO 5.- Este ordenamiento aplica respecto de cualquier servicio de comunicación contratado con recursos públicos, tanto por las instituciones públicas o privadas, como por cualquier otra persona que destine dichos recursos al pago de publicidad en medios de comunicación. Lo referente a la publicidad en tiempos electorales se regirá por la Ley en la materia.

ARTÍCULO 6.- Para efectos de esta Ley, se entiende:



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



- I. Auditoría: Auditoría Superior del Estado de Coahuila de Zaragoza.
- II. Comunicación de las entidades públicas: La producción, asignación, distribución, contratación y los mensajes que a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier soporte, realicen los sujetos obligados de esta ley.
- III. Consejo: Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la Comunicación de las Entidades Públicas del Estado de Coahuila de Zaragoza.
- IV. Instituto: El Instituto Coahuilense de Acceso a la Información Pública.
- V. Padrón: Padrón Estatal de Medios de Comunicación, que integra los datos que cada medio de comunicación entrega al Instituto.
- VI. Sujetos obligados: Los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, así como las Administraciones Municipales y Organismos Constitucionales Autónomos.

ARTÍCULO 7.- Ningún medio de comunicación podrá recibir más del veinte por ciento de la inversión anual en comunicación. Ningún medio de comunicación podrá ser adjudicatario de un porcentaje mayor al cuarenta por ciento de la totalidad de la pauta oficial prevista para una campaña. Ningún medio de comunicación podrá ser adjudicatario del treinta por ciento del presupuesto destinado a una clase de medios de comunicación

ARTÍCULO 8.- Se prohíbe la asignación de la comunicación de las entidades públicas a medios de comunicación cuyos titulares fuesen funcionarios públicos o candidatos a cargos de elección popular estatales o municipales.

CAPITULO II DE LA EQUIDAD Y TRANSPARENCIA

ARTÍCULO 9.- Todo sujeto obligado debe generar y publicar en forma completa, y actualizada en su portal de Internet la siguiente información:

- I. Monto presupuestal total destinado en cada ejercicio a la comunicación en todas sus formas.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



- II. Programa anual de comunicación que se haya aprobado.
- III. Distribución del gasto proyectado en comunicación.
- IV. La relación de los contratos celebrados hasta el momento, especificando beneficiario, servicio recibido, y pago.

ARTÍCULO 10.- Todo sujeto obligado deberá elaborar y hacer del conocimiento público, en los términos descritos en esta ley, un Programa Anual de Comunicación Social y un Informe Anual.

ARTÍCULO 11.- El Programa Anual de Comunicación Social, deberá contener los siguientes elementos:

- I. Relación de campañas programadas especificando su prioridad, concepto rector, objetivos y metas;
- II. Objetivos de comunicación, posicionamiento y conceptos prioritarios a comunicar;
- III. Población-objetivo;
- IV. Cobertura geográfica;
- V. Calendarización;
- VI. Tipo de medios de difusión a utilizar;
- VII. Propuesta y justificación de la selección de medios;
- VIII. Estudio o investigación que se realizará durante el año para medir la pertinencia y efectividad de las campañas; y
- IX. Planeación de erogaciones, distribución de los recursos presupuestarios de acuerdo con los medios de difusión y servicios programados.

ARTÍCULO 12.- Se exceptuarán de los trámites a que se refiere la presente ley, las campañas emergentes que se difundan cuando peligre o se altere el orden social, la economía, los servicios públicos, la salubridad, la seguridad o el ambiente de alguna zona o región del Estado como consecuencia de desastres producidos por fenómenos naturales.



ARTÍCULO 13.- A más tardar el 31 de enero, los sujetos obligados deberán enviar al Periódico Oficial del Estado para su publicación, un informe correspondiente al año inmediato anterior, que contendrá:

- I. Descripción de las campañas y, en su caso, mensajes difundidos, y
- II. Relación de contratos celebrados para dicho propósito, en la que se incluirá:
 - a. Nombre o razón social del contratista y, en su caso, del representante legal;
 - b. Domicilio del contratista;
 - c. Objeto, especificando la campaña o mensaje;
 - d. Monto del contrato, y
 - e. Vigencia del contrato.

ARTÍCULO 14.- La Auditoría, con el apoyo del Instituto, deberá emitir los criterios relativos a la revisión y fiscalización de la comunicación gubernamental en materia de contenidos, a efecto de evaluar la legalidad y la eficiencia de la asignación de recursos, así como evitar la discrecionalidad y la parcialidad en la contratación y difusión de comunicación.

CAPITULO III

DEL CONTENIDO DE LA COMUNICACIÓN

ARTÍCULO 15.- La comunicación de las entidades públicas deberá ser de carácter institucional, con fines informativos, educativos o de orientación social. El mensaje deberá ser claro, veraz, objetivo, accesible, neutral, sin sesgos, necesario, útil y relevante para la sociedad, sin contener juicios de valor, omisiones, exageraciones o ambigüedades sobre la actividad de los sujetos obligados.

ARTÍCULO 16.- Queda prohibido el uso del recurso público destinado a la comunicación de las entidades públicas para:



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



- I. Presionar, castigar, premiar o privilegiar a los comunicadores sociales o a los medio de comunicación en función de sus líneas informativas;
- II. Otorgar subsidios o donaciones encubiertas que beneficien, directa o indirectamente a los medios de comunicación y/o periodistas en lo individual.

ARTÍCULO 17.- En la comunicación de las entidades públicas queda prohibido el contenido:

- I. Carente de objetividad e imparcialidad en la comunicación;
- II. Destinado a injuriar o calumniar en el ámbito político, social, económico o cultural;
- III. Que incluya la voz, imagen o cualquier otra referencia que identifique a funcionarios públicos o a partidos políticos
- IV. Discriminatorio
- V. Contrario al respeto de los derechos humanos.

ARTÍCULO 18.- En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público ni partido político alguno.

ARTÍCULO 19.- Los mensajes y campañas de comunicación deberán incluir versiones y formatos accesibles para personas con capacidades auditivas o visuales diferentes.

CAPITULO IV DEL CONSEJO CONSULTIVO

ARTÍCULO 20.- Se conformará un Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la Comunicación de las Entidades Públicas, que trabajará en coordinación con el Instituto como un órgano plural de representación social, conformado por siete ciudadanos, de amplio y reconocido prestigio profesional, en el campo de los medios de comunicación.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



ARTÍCULO 21.- Los consejeros durarán en su cargo dos años y podrán ser reelectos. El cargo es a título honorífico y no genera relación laboral alguna; su actuación y participación es de carácter personal y, por lo tanto, intransferible; las instituciones que los hayan propuesto no ejercerán en ellos representación alguna.

ARTÍCULO 22.- Los consejeros serán designados por el Pleno del Congreso del Estado a través de la insaculación de quienes reúnan los requisitos señalados en la Convocatoria que para el efecto elabore.

ARTÍCULO 23.- El Instituto proporcionará el apoyo administrativo y logístico necesario para que el Consejo pueda desarrollar sus funciones.

ARTÍCULO 24.- El Consejo tendrá las siguientes funciones:

- I. Evaluación y seguimiento del gasto ejercido por los sujetos obligados en materia de comunicación gubernamental,
- II. Emitir un informe público sobre el cumplimiento de la presente ley y los trabajos desarrollados durante el año;
- III. Recibir, analizar y dar trámite a las denuncias que se reciban en torno a la comunicación gubernamental o iniciar por iniciativa propia el proceso de evaluación o denuncia.
- IV. Ser órgano de consulta en asuntos relacionados con la comunicación de las entidades públicas.
- V. Conocer de los procedimientos y de la aplicación de sanciones en los casos que determina esta ley;
- VI. Proponer la aplicación de sanciones en caso de incumplimiento de la ley,
- VII. Proponer mecanismos complementarios a los señalados por este ordenamiento para erradicar cualquier tipo de condicionamiento a la libertad de expresión por medio de la comunicación de las entidades públicas.

CAPITULO V

DEL PADRON ESTATAL DE LOS MEDIOS DE COMUNIACIÓN



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



ARTÍCULO 25.- Los sujetos obligados únicamente podrán contratar espacios en medios de comunicación que estén registrados en el padrón y las tarifas contratadas no podrán ser distintas a las registradas en él.

ARTÍCULO 26.- El Instituto deberá publicar y mantener actualizado el Padrón en su portal de Internet para el conocimiento del público en general.

ARTÍCULO 27.- El Padrón se integrará con los siguientes datos de los medios de comunicación:

- I. Razón social;
- II. Denominación comercial;
- III. Director o directora; (representante legal)
- IV. Características del medio impreso (tamaño, material, número de páginas promedio) o del programa televisivo o radiofónico (horario, tema, duración);
- V. Cobertura. En el caso de radio y televisión, el catálogo y mapa de coberturas de todas las estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo y la información relativa a la población total comprendida por la cobertura correspondiente. VI. Circulación o audiencia;
- VI. Periodicidad, cuando aplique, y
- VII. Tarifas comerciales de publicidad vigentes.

ARTÍCULO 28.- Los datos del Padrón serán proporcionados por los medios de comunicación y deberán ser actualizados en el mes de enero de cada año o cuando se modifiquen.

ARTÍCULO 29.- El Instituto será el responsable de recibir la información, sin mayor trámite, organizarla y actualizarla conforme le sean notificados cambios en cualquiera de los datos proporcionados.

ARTÍCULO 30.- Los sujetos obligados deberán abstenerse de pagar tarifas distintas a las tarifas comerciales registradas en el padrón.



CONGRESO DEL ESTADO INDEPENDIENTE, LIBRE Y SOBERANO DE COAHUILA DE ZARAGOZA



CAPITULO VI DE LAS SANCIONES

ARTÍCULO 31.- Es responsabilidad de los funcionarios que tengan a su cargo la contratación de medios en las dependencias y entidades cumplir con la presente ley y cualquier otra disposición legal, reglamentaria o administrativa relacionadas con la contratación de servicios o convenios de cualquier especie, que impliquen o no erogación de recursos.

ARTÍCULO 32.- El funcionario que no observe esta Ley se hará acreedor de amonestación pública y en caso de reincidencia inhabilitación por, al menos, dos años.

ARTÍCULO 33.- A los medios de comunicación que proporcionen información falsa al Padrón se les retirará por un año por lo que no podrán ser sujetos a contratar.

TRANSITORIOS

ÚNICO.- El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado.

**SALÓN DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO
SALTILLO, COAHUILA A 27 DE NOVIEMBRE DE 2012**

**DIP. EVARISTO LENIN PÉREZ RIVERA
DEL PARTIDO UNIDAD DEMOCRÁTICA DE COAHUILA
“POR UN GOBIERNO DE CONCERTACIÓN DEMOCRÁTICA”**