

### **Sí a la reducción del gasto en publicidad oficial, pero con criterios claros de asignación**

- El plan de austeridad de López Obrador contempla la reducción del 50% de la publicidad oficial, pero se requiere acompañarla con criterios y reglas objetivas, claras y transparentes para su asignación.
- La centralización del gasto en la Secretaría de Gobernación (Segob) es un riesgo para el control de la información, se necesita una instancia autónoma que no afecte la libertad de expresión.
- La LXIV Legislatura debe considerar la abrogación de la #LeyChayote y la emisión de una nueva.

**Ciudad de México, 19 de julio de 2018.-** Desde el colectivo #MediosLibres reconocemos que el [\*Plan de austeridad y combate a la corrupción\*](#) del virtual presidente electo, Andrés Manuel López Obrador, considere –en su punto 29– una disminución de 50% en el gasto en comunicación social. De cumplir tal previsión, el presupuesto aprobado sería de 2 mil millones de pesos (MDP) para este rubro en 2019, en contraste con los más de 4 mil MDP aprobados en el último año por la actual administración y los 9 mil MDP que en promedio gasta por año la actual administración de Enrique Peña Nieto

Sin embargo, esta reducción no resuelve el problema de la asignación arbitraria y discrecional de la publicidad oficial si no se cuenta con criterios claros, transparentes y objetivos de asignación que consideren factores como la idoneidad, la medición de audiencia, los costos, la circulación, el perfil del público al que va destinada la campaña y, sobre todo, que promuevan la diversidad y el pluralismo de medios. Tampoco así de los sobreejercicios multimillonarios que hoy se realizan sin justificación. En este sentido, el colectivo #MediosLibres insta al nuevo gobierno a considerar acciones efectivas que limiten el sobre-ejercicio histórico, como topes presupuestarios, criterios claros y transparentes para la asignación del gasto, y sanciones ante el uso frívolo, indiscriminado y arbitrario del mismo<sup>1</sup>.

A la par expresamos nuestra preocupación por lo previsto en el punto 20 del mismo Plan, en el cual se habla de una posible centralización del gasto en comunicación social. Al respecto, este Colectivo considera que tal medida puede ser una limitante en la divulgación de información de interés público, plural y objetiva. López Obrador ha manifestado que habrá una sola oficina de comunicación en el gobierno federal, desapareciendo todas las oficinas de prensa del resto de las dependencias de la APF; mientras que, el vínculo con los medios de comunicación será desde la Presidencia.

El Colectivo #MediosLibres ha insistido en la necesidad de eliminar el uso político y proselitista que se le da a la publicidad oficial a través de la Segob –actual Secretaría administradora– y la medida propuesta en el Plan no resuelve este problema, por el contrario, puede significar una forma de control eficaz de las líneas editoriales de los medios de comunicación y por lo tanto de la opinión pública.

Es por lo anterior que instamos a la próxima legislatura y al nuevo gobierno, abran el debate para una adecuada regulación de la publicidad oficial mediante la abrogación de la

---

<sup>1</sup> Por ejemplo, el numeral i) del inciso a) de la fracción III del Artículo 21 de la Ley Federal de Responsabilidad Hacendaria.

#LeyChayote (Ley General de Comunicación Social), y la emisión de una nueva que integre las [Bases Mínimas de Regulación de Publicidad Oficial](#) emitidas por este Colectivo así como los Principios de regulación de Publicidad Oficial y Libertad de Expresión de la CIDH.

La siguiente legislatura tiene la oportunidad de emitir una ley de publicidad oficial que garantice la libertad de expresión, de prensa e información. También, el ejecutivo puede garantizar eficiencia, máxima publicidad, pluralidad y no discriminación en la asignación del gasto.

Es trascendental que las medidas expuestas en el Plan de austeridad y combate a la corrupción se acompañen de reglas claras y contrapesos para lograr un cambio verdadero en la relación entre poder y medios de comunicación, un cambio que procure medios libres y una sociedad realmente informada.