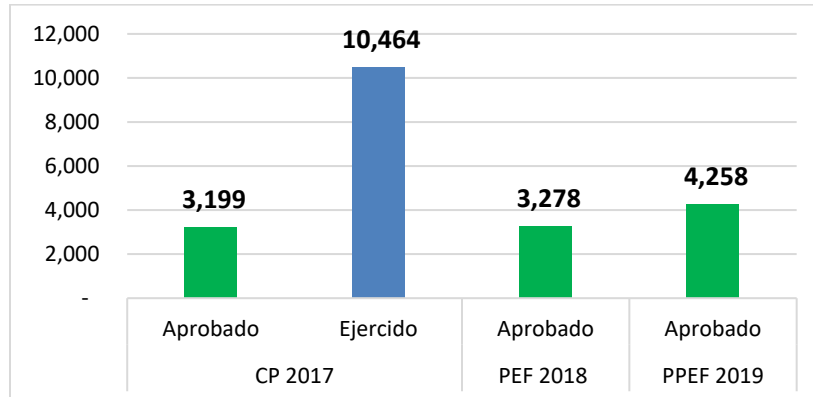


El Proyecto de Presupuesto 2019 no reduce el monto asignado a comunicación social: con la #LeyChayote existe un riesgo de sobreejercicios y mal uso de la publicidad oficial

- El Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2019 (PPEF 2019) proyecta 4 mil 258 millones de pesos a comunicación social.
- El Colectivo #MediosLibres exige la abrogación de la #LeyChayote, la cual no garantiza el buen ejercicio de los recursos públicos, misma que entrará en vigor el 1 de enero.

Ciudad de México, 18 de diciembre de 2018. El sábado pasado el nuevo gobierno presentó el [Proyecto de Presupuesto de Egresos de la 11ª Federación 2019 \(PPEF 2019\)](#), el cual, contempla un presupuesto a comunicación social de 4 mil 258 millones de pesos. El gobierno no ha justificado cómo se presupuestó esta cantidad o bajo qué plan o estrategia de comunicación social se basó, lo cual, bajo un ejercicio de rendición de cuentas es necesario. Asimismo, es de suma importancia que los ejercicios sobre publicidad oficial sean transparentes y públicos.

Gráfica. Comparativo del presupuesto aprobado y ejercido 2017, presupuesto aprobado 2018 y proyecto de presupuesto 2019 para comunicación social* (Cifras en millones de pesos. Base=2019)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Cuenta Pública de 2017, PEF 2018 y PPEF 2019.

* El comparativo únicamente contempla el concepto 3600 "Servicios de comunicación social y publicidad". Las cifras del presupuesto ejercido 2018 aún no se encuentra disponible.

En mayo de este año se publicó la [Ley General de Comunicación Social](#) (LGCS), que permite la discrecionalidad en el ejercicio de los recursos públicos, contribuyendo al uso de la publicidad oficial para controlar las líneas editoriales de los medios, generando censura indirecta y, de este modo, vulnerando el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información.

Esta ley, conocida también como #LeyChayote, entrará en vigor el 1 de enero y no contiene controles suficientes en materia de comunicación social, situación que fomenta el uso proselitista

del dinero público. De igual manera, la LGCS no se apega a lo establecido en el párrafo octavo del artículo 134 constitucional ni a lo establecido en la sentencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

La #LeyChayote debe ser abrogada y emitirse una nueva que contemple criterios claros y transparentes para la asignación de la publicidad oficial, así como emitir los candados necesarios para evitar sobreejercicios. Es importante recordar que desde el **Colectivo #MediosLibres** elaboramos una [iniciativa de ley de publicidad oficial](#) la cual debe ser discutida y revisada a la par de que el Congreso atienda de igual forma la iniciativa que abrogue la LGCS.

La ausencia de una regulación adecuada en el gasto de publicidad oficial permite que los sobreejercicios sigan ocurriendo sin control y a discreción de las autoridades encargadas de aprobar los presupuestos. En particular, llama la atención que con respecto a la Secretaría de Gobernación se busca la aprobación de un presupuesto en comunicación social de un mil 786 millones de pesos, monto que es superior en un 854.83% con respecto a los 180 millones de pesos presupuestados en 2018 para el mismo rubro. Cabe mencionar que esta secretaría del Poder Ejecutivo Federal será la encargada de administrar la política de comunicación social, es decir, de centralizar las facultades y recursos de comunicación social, esto de conformidad con la Ley General de Comunicación Social (LGCS).

Al respecto, el Decreto del PPEF señala, como en años anteriores, que no podrán realizarse incrementos durante el año fiscal, salvo en casos de contingencia, situación que ha sido soslayada por los distintos gobiernos federales y que ha dado paso a dichos sobreejercicios. En este sentido, es importante recordar que la austeridad anunciada por el Presidente no será efectiva si el PEF no fija topes presupuestarios para la modificación del gasto en materia de comunicación social.

Además, si bien es cierto que el [Decreto del PPEF](#), determina de manera general cómo se realizará el gasto en comunicación social y advierte sobre la centralización del gasto en la Oficina de la Presidencia de la República, no fija criterios o reglas claras, objetivas y transparentes de asignación del gasto ni tampoco mecanismos de planeación, evaluación y control. Lo anterior, puede ser una limitante en la divulgación de información plural y de interés público.

Desde el Colectivo #MediosLibres exigimos al Presidente de la República y al Congreso de la Unión, la urgencia de tener una legislación que atienda los problemas actuales sobre libertad de expresión derivados del mal uso de la publicidad oficial, sobre todo cuando la LGCS institucionaliza y legaliza las malas prácticas.