

## **NUEVA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**EDUARDO LÓPEZ BETANCOURT**

El pasado 11 de mayo de 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley General de comunicación social, que entrará en vigor el 1 de enero de 2019. Según se determina en su artículo primero, esta ley es reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la propaganda, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social. La ley tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Las Campañas de Comunicación Social quedan definidas en el artículo 4º de la ley, como aquéllas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Estas campañas deberán respetar las reglas que señala el artículo 8º, por ejemplo, promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales; promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras; informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos; o cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable.

Igualmente, podrán anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil; difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación; o comunicar programas y actuaciones públicas.

El artículo 9 prohíbe la realización de campañas que tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público. Igualmente, aquellas que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales, o que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. Tampoco se permiten campañas que induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.

La ley dispone expresamente en su artículo 11 que toda Comunicación Social que difunda programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberá incluir de manera visible o audible, la leyenda que ya es conocida entre el público, de que los programas son ajenos a cualquier partido político.

Esperemos que este ordenamiento pueda sentar las bases para un mayor control en un área en la cual prevalece el desorden, con la utilización arbitraria y generalizada de recursos públicos para la supuesta promoción de logros de gobierno, que al final se reflejan en la autopromoción de políticos con fines personalistas.