

**Signos
vitales**

La nueva propaganda gubernamental

Alberto Aguirre

alberto.aguirre@eleconomista.mx

La propuesta para rasurar al INE y reducir el tamaño del Congreso fue desechada, al no alcanzar la mayoría calificada en la Cámara de Diputados. La alianza Sí por México y Movimiento Ciudadano sumaron 225 votos, por 269 de los legisladores morenistas y sus aliados. Hubo una abstención.

Así se concretaba un intento fallido de una modificación constitucional radical. Pero inmediatamente, **Adán Augusto López Hernández** e **Ignacio Mier** ejecutaron en el "plan b" de la reforma político-electoral, con cambios a dos terceras partes de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, de la Ley General de Partidos Políticos y de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, además de una nueva Ley General de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

El "plan b" tocó a seis ordenamientos legales. La reforma a la Ley General de Comunicación Social —reglamentaria del párrafo octavo del Artículo 134 Constitucional— "clarifica el alcance y contenido de la propaganda gubernamental", de acuerdo con la iniciativa aprobada la madrugada del 7 de diciembre en San Lázaro.

Dicha ley fue expedida el 11 de mayo del 2018, pero nunca ha estado vigente. Artículo 19 tramitó un amparo tras considerar que carecía de reglas claras y transparentes para asignar el gasto de comunicación social de las distintas ramas del Estado mexicano. La Suprema Corte de Justicia atendió esa queja y después de evidenciar las omisiones legislativas, mandató a una nueva redacción.

Morena aprovechó la coyuntura para cumplir con el mandato judicial y también, para armonizar esa ley con los criterios dictados por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación respecto de lo que debe entenderse por propaganda gubernamental.

Los derechos humanos de los funcionarios públicos y la capacidad de discernir de la ciudadanía son los preceptos

de este nuevo enfoque, según consta en la exposición de motivos de la iniciativa. Así, las expresiones de los servidores públicos sólo quedarán sujetas a los límites establecidos en las normas que regulan la libertad de expresión.

La información "de interés público" que fuera de las campañas de comunicación social debe ser difundida por los servidores públicos bajo cualquier formato y de manera gratuita tampoco constituye propaganda gubernamental, de acuerdo con la reforma aprobada con 267 votos en pro y 219 en contra.

Con la austeridad republicana como criterio y las unidades de administración y finanzas como reguladores del presupuesto, los entes públicos ahora deberán brindar información sobre los montos destinados a gastos relativos a campañas de comunicación social desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña. La difusión de campañas de comunicación social ajenas al Programa Anual autorizado y la abstención de presentar informes son infracciones y deberán ser sancionadas.

Efectos secundarios

CUMPLIMIENTO. La iniciativa privada también está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Y en México, pasan por la adopción de criterios de sostenibilidad y enfoque ambiental, social y de gobierno corporativo. En esa dirección, Grupo Lala se ha fijado la meta de que al menos uno de cada tres de los vehículos de su flota de distribución sea eléctrico. En el corto plazo integrará 30 unidades refrigeradas 100% eléctricas antes de que concluya el año, adicionales a los 1,050 vehículos híbridos que ya están en circulación.

TRIVIA. ¿Quién será la exfuncionaria federal que estuvo a cargo del sistema penal acusatorio y ahora como litigante hace alarde entre sus clientes y sus contrapartes de los contactos que tiene en fiscalías estatales y consejos de la judicatura estatales?