



El Estado mexicano cambia radicalmente el modelo de comunicación

Hoy se votará en la Cámara de Diputados la nueva Ley de Telecomunicaciones, que trae varios y acertados cambios respecto al dictamen que habían aprobado de inicio los senadores. Vale la pena revisar tres cambios que reharán la comunicación en México, con consecuencias inciertas:

*Redes sociales: se desechó el tema de censura para las redes sociales y para las transmisiones de programas e informativos desde el extranjero que se ven en México. Afortunadamente, la cordura se mantuvo. De por sí eran normas que nadie haría cumplir y, menos, sancionar.

Aun así, el gobierno y el Congreso insisten en prohibir y sancionar los promocionales (*spots*) de temas políticos que gobiernos extranjeros contraten para verse aquí. Estoy de acuerdo con la prohibición y, sin duda, podrá hacerse cumplir en la radio y TV, dado que operan bajo el régimen de concesiones (autorizaciones). Sin embargo, no sé cómo se va a evitar que los promocionales de gobiernos extranjeros, pautados en re-

des sociales y en internet, se anulen en México.

Y lo digo pues, según la prensa estadounidense, el Departamento de Seguridad Nacional de ese país ha pautado cientos de spots "políticos", geolocalizándolos en YouTube, para verse en México. Incluso, el gobierno de EU, quizá en forma de burla, compró pauta publicitaria para que los spots de la secretaria Kristi Noem se vieran en la señal del Canal del Congreso cuando el Senado estaba discutiendo su prohibición.

Si YouTube, que es parte de Google, no coopera con la implementación de esta nueva norma, se va a empezar a sancionar a plataformas y páginas de internet en México que poco o nada podrán hacer para evitar esos spots. Y, ya vimos que buscar la cooperación de Google, con el tema de la disputa por el nombre del "golfo de México", no le salió bien al gobierno. Tan es así que ahora está demandando a Google por haber cambiado en su plataforma en EU el nombre a "Golfo de América", sin los procesos legales requeridos. Aterrizar la prohibi-



ción de spots de gobiernos extranjeros será algo complejo.

*Comercialización para los medios sociales: la nueva ley da a los medios sociales, indígenas, comunitarios y afromexicanos la capacidad de comercializar. En el caso de la radio, hasta 14% de su tiempo de transmisión: si la estación transmite 24 horas, significa que pueden pasar hasta 400 spots, de 30 segundos, en ese lapso. Es un giro de la mayor relevancia, pues hasta ahora en México y en la mayor parte de los países, sólo la radio concesionada puede comercializar. Para ello, se hacen millonarios pagos previo a la entrega de la concesión y también pagos en especie (tiempos gratuitos) durante su vigencia. Si a partir de ahora las estaciones de radio a las que se darán gratuitamente sus permisos van a poder comercializar, significará dos cosas: 1) la devaluación de la radio comercial, pues tiene competencia desleal; y 2) el Estado perderá pagos millonarios por asignación de espectro para radiodifusión (entre 2018 y 2024 el IFT recaudó 11 mil 452 millones de pesos). Es decir, para qué pagar por una licencia comercial si podrás hacer lo mismo de manera gratuita con un permiso social. Incluso, como prueba de que lo que se busca con esto es comercializar, sin límite alguno, en el Senado se aprobó de

último minuto una “reserva” para evitar suspender las transmisiones de estaciones que comercialicen de más. Con ello, lo que convendrá es buscar concesiones sociales, ya no comerciales. La mayor afectación será para la hacienda pública, al dejar de recaudar miles de millones de pesos, pero ahora parece importar más establecer un nuevo modelo de comunicación en el país.

*Informativos y nuevas reglas: difícil de explicar, pero ahora se deberá diferenciar entre la “opinión” y la “información” en los noticieros de radio y TV. Asimismo, terceros podrán revisar la “veracidad” en esos programas. Incluso, se podrá ordenar la suspensión de sus transmisiones cuando “afecten” a las audiencias. La nueva Comisión Reguladora de Telecomunicaciones habrá de expedir lineamientos a detalle para todo ello. Este tipo de normas podrían fácilmente convertirse en instrumentos de censura. De hecho, en 2014 habían sido insertadas por el PRD como parte del Pacto por México, pero como acabaron siendo una regresión autoritaria, el Congreso las expulsó del orden jurídico nacional en 2017. Ahora que se han reinsertado en la ley, habrá que ver que los futuros lineamientos no afecten la libertad de expresión en México. ●

X: @JTejado

PERIÓDICO	PÁGINA	FECHA	SECCIÓN
 EL UNIVERSAL EL GRAN DIARIO DE MÉXICO	21	01/07/25	OPINIÓN



Se desechó el tema de censura para las redes sociales y para las transmisiones de programas e informativos desde el extranjero que se ven en México.