



SCJN invalida reforma a ley de telecomunicación

- El fallo no considera plazos para que se legisle sobre el tema.

Efectos se conocerían tras engrose de resolución

Corte invalida reforma de 2017 sobre derecho de las audiencias

• El fallo no incluye el establecimiento de un plazo al Congreso de la Unión para legislar en la materia ni aclara si una vez invalidada la reforma prevalecerá la LFTyR de 2014

Rolando Ramos

rolando.ramos@eleconomista.mx

El pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) invalidó por unanimidad de votos el paquete de cambios a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR), cuyo decreto fue promulgado el 31 de octubre de 2017, que deroga la obligación de los concesionarios de diferenciar con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta como derecho de la audiencia y los faculta a expedir códigos de ética mediante autorregulación y sin ajustarse a lineamiento alguno.

Los 11 ministros que integran el máximo tribunal constitucional aprobaron el proyecto de resolución confeccionado por Alberto Pérez Dayán, que propuso invalidar el decreto en su conjunto porque los senadores violaron el proceso legislativo durante su aprobación, sin pronunciarse respecto de si los cambios legales concretados hace cinco años son inconstitucionales.

El fallo no incluye el establecimiento de un plazo al Congreso de la Unión para legislar en la materia ni aclara si una vez invalidada la reforma prevalece la redacción original de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, promulgada el 14 de julio de 2014.

Antes de las enmiendas invalidadas, la ley ordenaba como atribución del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) vigilar y sancionar las obligaciones en materia de defensa de las audiencias, no solamente vigilar.

Los cambios del 2017 modificaron también la facultad del IFT para no aplicar a programas noticiosos la suspensión precautoria de las transmisiones que violen las normas en la materia.

Y establecieron como derecho de las audiencias:

“Que los concesionarios se abstengan de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando un concesionario inserta dentro de su programación informativa un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión ha sido contratado por un anunciante, sin que tal circunstancia se haga del conocimiento de la audiencia. En su Código de Ética, los concesionarios señalarán los elementos y prácticas que observarán para prevenir y evitar incurrir en la prohibición a que se refiere esta fracción”.

Así como que: “Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o au-

dio restringidos deberán contar con un Código de Ética, que, bajo un principio de autorregulación, tendrán por objeto informar al público en general la forma detallada como el propio concesionario se compromete a respetar y promover todos y cada uno de los derechos de las audiencias enumerados en el presente artículo. Los Códigos de Ética se difundirán en el portal de Internet de cada concesionario; serán presentados al Instituto para su inscripción en el Registro Público de Concesiones 15 días después de su emisión por parte del concesionario; registrarán integralmente la actuación del defensor de la audiencia, e incluirán los principios rectores que se compromete a respetar el concesionario ante la audiencia”.

El decreto promulgado en octubre de 2017 derogaba la obligación de los concesionarios de diferenciar con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presentaba como derecho de la audiencia y los facultaba a expedir códigos de ética mediante autorregulación.