

TELECOM Y SOCIEDAD
CLARA LUZ ÁLVAREZ



Tiempos oficiales ¿para plataformas digitales?

El inicio de la época electoral donde se elegirán a la presidenta de la República, a 32 gobernadoras(es), 628 legisladores federales y más de 19 mil cargos locales, obliga a analizar la propaganda de partidos políticos y candidatas en medios de comunicación. La última reforma de gran calado fue en 2007, cuando las redes sociales y plataformas digitales carecían en México de la presencia que hoy tienen. ¿Debieran eliminarse los tiempos oficiales en radio y TV abierta que obligan a los radiodifusores a proporcionar tiempos gratuitos para el gobierno mexicano o deberían sumarse a las redes sociales y plataformas digitales?

Tiempos oficiales. Estos son cargas regulatorias impuestas a través de (1) los tiempos de Estado en la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 (hoy abrogada) y retomada en la actual Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y (2) un impuesto para quienes utilizaran bienes de dominio de la Nación (1968) y un acuerdo (1969) que permitió a los radiodifusores cumplir con el impuesto pagando en especie con tiempo en radio y TV (tiempos fiscales). Los tiempos de Estado equivalen a 30 minutos diarios en radio y TV y los tiempos fiscales -con las reducciones hechas en el sexenio de Vicente Fox y en

este sexenio- son de 21 minutos para radio y 11 para TV.

2007. En la contienda electoral de 2006, donde competían Andrés Manuel López Obrador (PRD) y Felipe Calderón (PAN) sucedieron muchas cosas, entre otras, se aprobó la llamada Ley Televisa, que posteriormente fue invalidada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación; partidos políticos y particulares adquirieron tiempos en televisión donde se difundió “López Obrador un peligro para México” en spots del PAN; el costo de espacios en TV fue elevado y desigual entre los adquirentes, etc. La reforma de 2007 vino como reacción para que la autoridad electoral administrara y distribuyera los tiempos oficiales y quedara prohibido para partidos políticos y particulares adquirir tiempo en radio y TV.

Plataformas Digitales. Cualquier persona que use correos electrónicos como Gmail, Yahoo o Hotmail, que navegue por sitios web o utilice redes sociodigitales, está expuesta a propaganda de partidos políticos y candidatas (os) de manera permanente.

¿Qué diferencias hay entre la regulación de radio y TV versus aquella en el ciberespacio? En radio y TV están las prohibiciones de

adquisición de tiempo/publicidad, la distribución de tiempos por el Instituto Nacional Electoral (INE) y de monitoreo permanente de la programación. En el ciberespacio, partidos políticos y terceros pueden adquirir la publicidad que deseen, los pagos de esta cuentan contra los límites máximos de gastos que pueden realizar los partidos; el INE tiene facultades de verificación solicitando información a las plataformas digitales y monitoreando en la medida que puede, es decir, de manera marginal.

Así como otrora se incluían mensajes dentro de las telenovelas sobre partidos y candidatos, los influencers en el ciberespacio se han contratado para mandar publicidad de partidos/candidatos, incluso en veda electoral, como fue el caso del Partido Verde (PVEM) y los 77 influencers multados en definitiva por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.



¿Y ahora qué? Es claro que existe una disparidad entre, por un lado, la radio y la televisión y, por otro, las plataformas digitales. ¿Deben eliminarse los tiempos oficiales o existe interés público que justifique establecer regulación equiparable a las plataformas digitales? ¿Es necesario el monitoreo del INE a radio y TV cuando en el ciberespacio existe propaganda infinita, de difícil contabilización y sin una manera efectiva de rendición de cuentas? ¿Cuánto cobran las redes sociodigitales y plataformas por la propaganda política? ¿Hay transparencia? ¿Se estará presentando desigualdad de acceso a la publicidad digital como fue en 2006 en televisión? Las declaraciones de partidos y la información que las plataformas digitales entregan al INE ¿será suficiente para verificar los topes de gastos de los partidos?

Investigadora de la
Universidad Panamericana
claraluzalvarez.org
X: [@claraluzalvarez](https://twitter.com/claraluzalvarez)

