

MÁS SOBRE LA NUEVA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EDUARDO LÓPEZ BETANCOURT

Según comentamos en anterior ocasión, el 11 de mayo 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. El ordenamiento busca entre otros fines establecer un control en el ámbito de la difusión de mensajes en los medios de parte de órganos estatales, previniendo que se utilicen para fines indebidos de promoción particular.

Es de interés las definiciones que se establecen en relación con los tiempos oficiales en los medios. Estos comprenden tanto los Tiempos de Estado, que son las transmisiones gratuitas diarias referidas en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; como los tiempos Fiscales, que corresponden al pago en especie del Impuesto Federal sobre Servicios Expresamente Declarados de Interés Público por Ley, en los que intervengan Empresas Concesionarias de Bienes del Dominio Directo de la Nación; a través de transmisiones gratuitas en radio y televisión.

Respecto a los tiempos oficiales, el artículo 15 establece que serán utilizados por los Entes Públicos que tengan acceso a ellos, para la difusión de contenidos de carácter institucional y con fines informativos, educativos, culturales y otros asuntos de interés social.

Asimismo, en términos del artículo 16, en casos de emergencia derivados de situaciones de salud, desastres naturales o de protección civil, los sujetos obligados podrán difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población. Será labor de la Secretaría de Gobernación administrar el uso de los

Tiempos de Estado y de los Tiempos Fiscales, conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente, salvo en el caso de los Tiempos Oficiales que en distintos momentos corresponda administrar al Instituto Nacional Electoral, conforme a lo establecido en la Constitución Política.

Esta distribución de los Tiempos Fiscales, según establece el artículo 17, se realizará en la proporción siguiente: a) cuarenta por ciento al Poder Ejecutivo Federal; b) treinta por ciento al Poder Legislativo Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores; c) diez por ciento al Poder Judicial Federal, y d) veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.

La Secretaría de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.

Es importante expresar que existen limitaciones a la difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales, como el que se vive actualmente. En este renglón, la ley señala en su artículo 21 que durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda Campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación.

Se exceptúan de esta prohibición, las campañas de información de las autoridades electorales; las relativas a servicios educativos y de salud; las necesarias para la protección civil en casos de emergencia, y cualquier otra que autorice el Consejo General

del Instituto Nacional Electoral, de manera específica durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas por la referida autoridad administrativa son las que podrían difundirse.

Cuando existan procesos electorales, las dependencias y entidades de la administración pública deben acatar la normatividad aplicable que ordene la suspensión de las campañas gubernamentales.