

## Eliminar tiempos fiscales en medios de comunicación es un retroceso al derecho a la información.

Por: Article 19. 06/04/2020

- La medida atenta contra la difusión de la información de interés público. Los tiempos fiscales son una oportunidad del Estado para informar a la ciudadanía sin necesidad de comprar espacios publicitarios.
- Contrario a lo que estima el presidente, la reducción de los tiempos fiscales puede derivar en un mayor gasto en publicidad oficial, más aún cuando no existe una ley que fije criterios claros, transparentes y objetivos para su asignación.
- La relación entre los medios de comunicación, principalmente de radio y televisión, con el gobierno sigue permeada de opacidad y arbitrariedad.

**Ciudad de México, a 3 de abril de 2020.-** En su conferencia mañanera el presidente Andrés Manuel López Obrador anunció que este mismo día firmará un decreto para devolver a los concesionarios los tiempos fiscales<sup>[1]</sup> que usa el Poder Ejecutivo, pues considera que no requiere de propaganda alguna para ejercer su gobierno. Justifica lo anterior a partir de la reducción al gasto en publicidad oficial que ha realizado desde su llegada a la presidencia (la reducción ha sido de más de 500%) y de los efectos que esta reducción ha generado en los ingresos de la radio y televisión dijo:

*“hoy voy a firmar el acuerdo, devolvemos los tiempos oficiales a estaciones de radio, canales de televisión, porque un gobierno que mantiene comunicación permanente con el pueblo, un gobierno del pueblo no necesita de propaganda, la industria de la radio y la televisión está pasando por un mal momento porque han bajado sus ingresos en general y nosotros no podemos darles dinero para publicidad, como era antes, se ha reducido considerablemente y se va a reducir aún más el gasto de publicidad. Entonces, con esta medida ellos van a poder comercializar esos tiempos y son ingresos que les van a ayudar a mantener sus empresas y sobre todo a mantener el trabajo de muchos quienes laboran en esta industria.”.*

Eliminar los tiempos fiscales sería un retroceso y generaría una afectación directa al

derecho a la información de la sociedad más aún en momentos de emergencia como el que vivimos actualmente.

Es de suma relevancia tener en cuenta que el papel del Estado ante contextos como el de la pandemia de Covid-19, los tiempos fiscales (18 minutos en TV y 35 minutos en radio) y del Estado (30 minutos) son más necesarios e importantes que nunca. Los esfuerzos del Estado deberían encaminarse a informar debidamente y por todos los medios necesarios a la sociedad sobre el actual contexto que se está viviendo. Más aún cuando los canales de radio y televisión son precisamente aquellos que llegan a las comunidades más apartadas y vulnerables donde no existe el acceso a Internet.

Además, es importante tomar en cuenta que los tiempos fiscales no son del presidente, si no que se dividen en distintas instituciones del Estado que también tienen el deber de informar a la ciudadanía y que los mismos NO deberían ser espacios propagandísticos, como infiere López Obrador, si no informativos. Así, estos espacios pertenecen al Estado en su conjunto, no al Ejecutivo, y por lo tanto no puede disponer libremente de ellos.

Por su parte, el presidente anunció que se recortará el gasto en publicidad oficial una vez más, y será durante este año sin señalar de cuánto sería la reducción ni cuándo se haría. Cabe señalar que el presupuesto para 2020 es de alrededor de 2,600 millones de pesos, monto que se redujo en casi la mitad del presupuesto para 2019 (5,200 mdp). Esta reducción podría poner en aprietos a los medios de comunicación, hasta llegar a la desaparición de varios de ellos, sobre todo por las deficiencias del marco legal existente, ya que no existen criterios claros, objetivos y transparentes para la asignación y distribución de la pauta.

Si bien, la reducción puede realizarse vía adecuaciones presupuestarias, es necesario conocer los criterios bajo los cuales se reducirá el presupuesto y hacia a dónde se redirigirá. La Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, en su capítulo III, señala que las modificaciones presupuestarias pueden llevarse a cabo siempre y cuando *permitan un mejor cumplimiento de los objetivos de los programas a cargo de los ejecutores del gasto*. El gobierno debe dar claridad sobre el movimiento de estos recursos ya presupuestados en caso de que los utilicen para mitigar algunas cuestiones relacionadas con la crisis sanitaria y económica.

Al respecto, es importante tomar en cuenta que la medida anunciada, lejos de ser

una que pueda venir aparejada de la reducción del gasto en publicidad oficial, es enteramente contradictoria, pues el Estado deberá seguir informando a través de campañas sobre el ejercicio de derechos y obligaciones (cumplimiento de obligaciones fiscales, campañas de vacunación, campañas para la prevención de la violencia, etc.) y con esta medida tendrá que recurrir a la compra de espacios publicitarios para lograr su difusión. Es importante recordar que una medida similar a la hoy impuesta por el gobierno de Vicente Fox detonó, en su momento, el incremento desmesurado del gasto en publicidad oficial.

Finalmente, la medida anunciada por el Presidente pone en relieve la existente relación perversa, arbitraria y opaca entre medios de comunicación, principalmente de radio y televisión, y el gobierno.

En este sentido, ARTICLE 19 y Fundar, Centro de Análisis e Investigación, hacemos un llamado a la Presidencia de la República a revisar la pertinencia, oportunidad y efectividad de la medida a la luz del derecho a la información de las y los mexicanos.

**[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)**

Fotografía: ARTICLE 19.

**Fecha de creación**

2020/04/06