NACIONAL

Rechaza Claudia Sheinbaum que lineamientos para audiencias impliquen censura; acusa campaña de desinformación

4 de agosto de 2026 · 4 min de lectura



La presidenta Claudia Sheinbaum aseguró que los lineamientos sobre los derechos de las audiencias en radio y televisión no buscan censurar contenidos ni permitir que el Estado decida qué información es verdadera o falsa, sino garantizar el acceso a información veraz y fortalecer los mecanismos de protección para las audiencias.

Durante la Mañanera del Pueblo de este 4 de agosto, la consejera jurídica del Ejecutivo Federal, Luisa María Alcalde, afirmó que, tras la presentación de los lineamientos hace una semana, se generó una "campaña de desinformación" que ha difundido interpretaciones alejadas de lo que realmente establece el documento.

Recordó que los lineamientos permanecen en consulta pública y aún no han sido publicados de manera definitiva en el Diario Oficial de la Federación, por lo que ciudadanos, concesionarios y especialistas todavía pueden presentar observaciones.

"Se desató una campaña de desinformación que pretendió establecer una falsa narrativa de que estos lineamientos buscaban censurar o que el Estado tendría la última palabra para decidir qué es verdad y qué no. Nada de eso está establecido", sostuvo.

LOS MEDIOS DEFINIRÁN SUS PROPIOS CÓDIGOS DE ÉTICA

Alcalde explicó que los lineamientos desarrollan lo previsto en la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión y retoman el derecho constitucional de las audiencias a recibir información veraz y plural.

Precisó que no será el Estado quien evalúe los contenidos periodísticos, sino que cada concesionario deberá elaborar su propio código de ética para establecer cómo garantizará que la información que difunde sea verificada y confiable.

Además, recordó que cada medio deberá designar a una persona defensora de las audiencias, responsable de recibir y atender las quejas del público.

Rechazó las versiones que afirman que estos defensores serían nombrados por el gobierno y enfatizó que serán designados por las propias concesionarias.

"El Estado no va a evaluar si es verdad o no es verdad; serán los propios medios de comunicación, a través de sus códigos de ética, los que establezcan cómo van a garantizar que esa información sea veraz", señaló.



SANCIONES SOLO POR INCUMPLIR OBLIGACIONES

La consejera jurídica explicó que la autoridad únicamente podría intervenir cuando un concesionario incumpla obligaciones previstas en la ley, como no contar con un código de ética, no nombrar a una persona defensora de las audiencias o no establecer un mecanismo para recibir quejas.

Aseguró que estas medidas administrativas no implican revisar contenidos editoriales ni sancionar opiniones.

"Eso nada tiene que ver con censura y nada tiene que ver con intervenir en qué información se presenta", afirmó.



ACLARAN CÓMO SE IDENTIFICARÁ LA PUBLICIDAD

Uno de los puntos que ha sido malinterpretado es la obligación de distinguir la publicidad de los contenidos informativos.

Alcalde explicó que, en televisión abierta y de paga, los espacios comercializados únicamente deberán mostrar una letra "P" al inicio y al final del segmento patrocinado, además de indicar al finalizar el programa que éste contó con espacios comercializados o patrocinados.

En radio, añadió, bastará con informar de manera previa que determinado segmento corresponde a un espacio comercial o inserción pagada.

"No se va a detener el conductor cada momento del programa. Va a aparecer una 'P' para que la audiencia sepa que ese espacio es publicidad", explicó.

OPINIÓN E INFORMACIÓN SE DISTINGUIRÁN AL INICIO Y AL FINAL

Respecto a la separación entre información y opinión, Alcalde rechazó que los conductores deban interrumpir constantemente sus programas para aclarar cuándo expresan una opinión.

Explicó que los lineamientos únicamente prevén que los programas incluyan, al inicio y al final de la transmisión, una pleca, cortinilla o mensaje que informe a la audiencia cuando el contenido combine información noticiosa con opiniones del conductor o comentaristas.

En el caso de programas de opinión, agregó, también bastará con identificar al inicio y al cierre que se trata de un espacio donde predominan las opiniones.

La funcionaria sostuvo que el objetivo es ofrecer mayor claridad a las audiencias sobre el tipo de contenido que consumen y reiteró que los lineamientos buscan proteger el derecho a la información previsto en el artículo sexto constitucional, sin limitar la libertad de expresión.



Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/nacional/rechaza-claudia-sheinbaum-que-lineamientos-para-audiencias-impliquen-censura-acusa-campana-de-desinformacion
Descargado el 22 de noviembre de 2026.