



C
CARLOS
MOTA

#OPINIÓN

UN MONTÓN DE PLATA

TIKTOK: @SOYCARLOSMOTA

Ley de telecomunicaciones, sigue mal

La IAB señala, adecuadamente, que la iniciativa ni siquiera ha logrado definir con la especificidad requerida qué se entiende por 'plataforma digital'



Continúan los comentarios de todo el sector de telecomunicaciones respecto de la polémica reforma a la ley del sector. Se conocen ya algunos ajustes para evitar, supuestamente, la censura, y para crear un cuerpo colegiado dentro del órgano regulador. Pero no ha sido transparente el texto final con el que se está

trabajando y que llegaría al período extraordinario de sesiones del Congreso que, se rumora, podría llevarse a cabo del 23 al 30 de junio. La opacidad continúa, y los riesgos también.

La organización Interactive Advertising Bureau (IAB), que dirige **Gabriel Richaud Falcón** y que aglutina a las más importantes empresas del sector de la publicidad digital, lanzó anteayer un llamado a los legisladores para que se eviten los graves errores que se cometerían si se aprueba la iniciativa como está:

"(...) hacemos un llamado respetuoso al Senado de la República para que: (1) se habilite un espacio técnico previo a la aprobación del dictamen final, con el objetivo de presentar el texto consolidado y permitir una revisión puntual antes de su votación en el Pleno; (2) se revise con profundidad la definición de 'plataforma digital', con apoyo de expertos y organismos representativos del ecosistema, a fin de evitar sobrerregulación o impactos indirectos sobre sectores ajenos al marco de telecomunicaciones; y (3) se fortalezca el principio de colaboración multisectorial, reconociendo el valor de la autorregulación, la educación y las mejores prácticas como instrumentos complementarios de políticas públicas eficaces".

La IAB señala, adecuadamente, que la iniciativa ni siquiera ha logrado definir con la especificidad requerida qué se entiende por 'plataforma digital'. Empezando por ahí, ni siquiera se definen bien las cosas, lo que puede afectar a varios sectores productivos.

Esta iniciativa conlleva muchos daños. Temas como el llamado 'derecho de las audiencias' continúan preocupando enormemente,

toda vez que la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones tendría la facultad de revisar y sancionar a televisoras por no diferenciar en sus contenidos, explícitamente, cuándo un conductor a cuadro está emitiendo información y cuándo una opinión personal. Un galimatías operativo inoperante también para la televisión.

CHEAF

La aplicación de rescate de alimentos Cheaf, que encabeza **Braulio Valenzuela**, está lanzando su nuevo reporte de Consumo Sostenible 2025. Ahí se lee que el 87 por ciento de los usuarios de la plataforma considera que se deben implantar sanciones a negocios que desperdician grandes cantidades de alimentos. Asimismo, los consumidores demandan una explicación clara sobre la diferencia entre "fecha de caducidad" y "fecha de consumo preferente". En México se estima que cerca de una tercera parte de los productos alimentarios son desperdiciados.

La opacidad continúa y los riesgos también

