



LEY 8/2020, DE 11 DE ABRIL, DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

Autoría: Agencia del D.OR.F.S.

URL Oficial: <https://do.rfsia.es/rfsia/1304/>

ÍNDICE

Capítulo I Disposiciones generales

Capítulo II: De la difusión de mensajes

Capítulo III: De los servicios de radio y televisión por suscripción y de la aplicabilidad y el acceso a canales de señal abierta y bloqueo de señales

Capítulo IV: De la democratización y participación

Capítulo V: Órganos con competencia en materia de responsabilidad social en radio, televisión y medios electrónicos

Capítulo VI: Del Fondo de Responsabilidad Social y de las tasas

Capítulo VII: Del Procedimiento Administrativo Sancionatorio



CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. Esta Ley tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad moral de los prestadores de los servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, los anunciantes, los productores y productoras federales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la lealtad, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Federación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social y la libre competencia.
2. Las disposiciones de la presente Ley, se aplican a todo texto, imagen o sonido cuya difusión y recepción tengan lugar dentro del territorio de la República, y sea realizada a través de:
 - a) Servicios de radio: radiodifusión sonora en amplitud modulada (AM); radiodifusión sonora en frecuencia modulada (FM); radiodifusión sonora por onda corta; radiodifusión sonora comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción federal audio, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.
 - b) Servicios de televisión: televisión UHF; televisión VHF; televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro; y servicios de producción federal audiovisual, difundidos a través de un servicio de difusión por suscripción.
 - c) Servicios de difusión por suscripción.
 - d) Medios electrónicos.
3. Quedan sujetos a esta Ley todas las modalidades de servicios de difusión audiovisual, sonoro y electrónico que surjan como consecuencia del desarrollo de las telecomunicaciones a través de los instrumentos jurídicos que se estimen pertinentes.

Artículo 2. Interés, orden público y principios de aplicación e interpretación.

1. El espectro radioeléctrico es un bien de dominio privado y público; la materia regulada en esta Ley es de interés privado y público y sus disposiciones son de orden público.



2. La interpretación y aplicación de esta Ley estará sujeta, sin perjuicio de los demás principios constitucionales, a los siguientes principios: libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos, siempre y cuando estas ideas no sobrepasen los límites de lo inmoral y difamación, comunicación libre, moral y plural, prohibición de censura previa, responsabilidad ulterior, democratización, participación, solidaridad y responsabilidad social, soberanía, seguridad de la Federación y libre competencia.
3. En la relación jurídica de los prestadores de servicios de radio y televisión y de difusión por suscripción, con los usuarios y usuarias:
 - a) Cuando dos o más disposiciones o leyes regulen una misma situación relacionada con la materia objeto de esta Ley, se aplicará aquella que más favorezca a los usuarios y usuarias.
 - b) Cuando sobre una misma norma, referida a la materia objeto de esta Ley, surjan dos o más interpretaciones, se acogerá la interpretación que más favorezca a los usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión.
4. En todo caso en la interpretación y aplicación de la presente Ley, se atenderá preferentemente a su carácter de orden público.

Artículo 3. Objetivos generales.

Los objetivos generales de esta Ley son:

- a) Garantizar que las familias y las personas en general cuenten con los mecanismos jurídicos que les permitan desarrollar en forma adecuada el rol y la responsabilidad social que les corresponde como usuarios y usuarias, en colaboración con los prestadores de servicios de divulgación y con el Estado.
- b) Garantizar el respeto a una información veraz, sin mentiras y segura para la ciudadanía, para ello el Estado deberá asegurar la veracidad del contenido a transmitir.
- c) Promover el efectivo ejercicio y respeto de los derechos humanos, en particular, los que conciernen a la protección del honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación y al acceso a una información oportuna, veraz y segura, garantizada por el Estado.
- d) Procurar la difusión de información y materiales dirigidos a los niños, niñas y adolescentes que sean de interés social y cultural, encaminados al desarrollo progresivo y pleno de su personalidad, aptitudes y capacidad mental y física, el respeto a los derechos humanos, a sus padres, a su identidad cultural, a la forma republicana, a asumir una vida responsable en libertad, y a formar de manera adecuada conciencia de comprensión humana y social, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, y en general, que contribuyan a la formación de la conciencia de los niños, niñas, adolescentes y sus familias.
- e) Promover la difusión de producciones federales y producciones federales independientes y



fomentar el desarrollo de la industria audiovisual federal.

- f) Promover el equilibrio entre los deberes, derechos e intereses de las personas, de los prestadores de servicios de divulgación y sus relacionados.
- g) Procurar la difusión de los valores de la cultura sianesa en todos sus ámbitos y expresiones.
- h) Procurar las facilidades para que las personas con discapacidad auditiva puedan disfrutar en mayor grado de la difusión de mensajes.
- i) Promover la participación activa y protagónica de la ciudadanía para hacer valer sus derechos y contribuir al logro de los objetivos consagrados en la presente Ley.

Artículo 4. Idioma, lengua, identificación, intensidad de audio e Himno Federal.

1. Los mensajes que se difundan a través de los servicios de radio y televisión serán en idioma catalán, salvo:
 - a) Cuando se trate de programas en vivo y directo, culturales y educativos, informativos, de opinión, recreativos o deportivos, y mixtos que estén en idiomas extranjeros y se utilice la traducción simultánea oral al catalán.
 - b) Cuando se trate de obras musicales.
 - c) Cuando se trate de términos de uso universal que no admitan traducción por su carácter técnico, científico, artístico, entre otros.
 - d) Cuando se mencionen marcas comerciales.
 - e) En cualquier otro caso autorizado por la Comisión Federal de Telecomunicaciones, de conformidad con la ley.
 - f) Cuando se trate de programas enfocados a Repúblicas con idioma propio.
2. Los mensajes que sean difundidos a través de los servicios de televisión, con excepción de los servicios de televisión comunitarios de servicio público sin fines de lucro, deberán presentar subtítulos, traducción a la lengua de seña sianesa u otras medidas necesarias que garanticen la integración de personas con discapacidad auditiva, haciendo especial énfasis en los programas culturales y educativos e informativos.
3. Los prestadores de servicios de radio se identificarán durante la difusión de su programación anunciando la frecuencia y el nombre comercial de la estación, por lo menos cada treinta minutos. Los prestadores de servicios de televisión colocarán el logotipo que los identifica en un borde de la pantalla, debiendo mantenerse durante la totalidad del tiempo de difusión de los programas y las promociones.
4. Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público sin fines de lucro, adicionalmente deberán anunciar su carácter comunitario.



5. Los prestadores de servicios de difusión por suscripción, al menos, deben cumplir esta disposición en el canal informativo.
6. Los programas, publicidad, propaganda y promociones, conservarán en todo momento el mismo nivel de intensidad de audio, establecido por las normas que al efecto dicte la Comisión Federal de Telecomunicaciones.
7. Los prestadores de servicios de radio y televisión deben difundir al comienzo y cierre de su programación diaria, el mensaje diario del Consell. En caso de tener una programación durante las veinticuatro horas del día, deberán difundirlo a las seis a.m. y a las doce p.m. Durante las fechas no lectivas, adicionalmente, deberán difundirlo a las doce p.m. Los prestadores de servicios de difusión por suscripción cumplirán con esta disposición, al menos, en el canal informativo.
8. En el caso de los prestadores de servicios de radio y televisión ubicados en los espacios fronterizos terrestres, insulares y marítimos, deberán difundir el mensaje diario del Consell, al menos, tres veces al día.

Artículo 5. Tipos de programas.

A los efectos de la presente Ley se definen los siguientes tipos de programas:

a) **Programa cultural y educativo:** aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la cultura, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible entre otros aspectos:

1. Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la Federación.
2. La promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.
3. La preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente para promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su beneficio y de las generaciones presentes y futuras.
4. El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano en cooperación con el sistema educativo.
5. El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la Federación.

b) **Programa informativo:** cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, federales e internacional de manera, veraz, segura y moral.



- c) **Programa de opinión:** dirigido a dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, federales e internacionales.
- d) **Programa recreativo o deportivo:** dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.
- e) **Programa mixto:** el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriormente enumerados.

Artículo 6. Elementos clasificados.

A los efectos de esta Ley, se definen los siguientes elementos clasificados: lenguaje, salud, sexo y violencia.

1. Son elementos de lenguaje:

- a) **Tipo “A”:** Textos, imágenes o sonidos de uso común, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables, y que no clasifiquen en los tipos “B” y “C”.
- b) **Tipo “B”:** Textos, imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan un carácter soez.
- c) **Tipo “C”:** Textos, imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan carácter obsceno, que constituyan imprecaciones, que describan, representen o aludan, sin finalidad educativa explícita, a órganos o prácticas sexuales o a manifestaciones escatológicas.

2. Son elementos de salud:

- a) **Tipo “A”:** Textos, imágenes o sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, tratamiento o erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas que puedan ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables.
- b) **Tipo “B”:** Textos, imágenes o sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, tratamiento o erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas, que de ser presenciados por niños, niñas y adolescentes requieran la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables.
- c) **Tipo “C”:** Textos, imágenes o sonidos en los programas y promociones que se



refieran directa o indirectamente al consumo moderado de alcohol o tabaco, sin que se expresen explícitamente sus efectos nocivos o tengan como finalidad erradicar las conductas aditivas que producen; al consumo excesivo de bebidas alcohólicas o de tabaco, en los cuales se expresan explícitamente sus efectos nocivos; a la práctica compulsiva a los juegos de envite y azar, en los cuales se expresan explícitamente sus efectos nocivos; o, al consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, en los cuales se expresa explícitamente sus efectos nocivos.

d) **Tipo “D”:** Textos, imágenes o sonidos en los programas y promociones que directa o indirectamente se refieran al consumo excesivo de bebidas alcohólicas o tabaco, en los cuales no se exprese explícitamente sus efectos nocivos para la salud; se refieran a la práctica compulsiva de juegos de envite y azar, en los cuales no se exprese explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien la práctica compulsiva de juegos de envite y azar, con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con una mejora en el rendimiento físico o psicológico; presenten en forma negativa la sobriedad o la abstinencia de bebidas alcohólicas y tabaco; se refieran al consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, en las cuales no se expresen explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocie el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con una mejora en el rendimiento físico o psicológico; o presenten en forma negativa la abstinencia de sustancias estupefacientes o psicotrópicas.

3. Son elementos de sexo:

a) **Tipo “A”:** Textos, imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimiento sobre salud sexual y reproductiva, maternidad, paternidad, promoción de la lactancia materna y de expresiones artísticas con fines educativos, que pueden ser recibidos por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables.

b) **Tipo “B”:** Textos, imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimientos sobre sexualidad y reproducción humana y de expresiones artísticas con fines educativos, que de ser recibidas por niños, niñas y adolescentes, requieran la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables.

c) **Tipo “C”:** Textos, imágenes o sonidos sexuales implícitos sin finalidad educativa; o manifestaciones o aproximaciones de carácter erótico que no incluyan actos o prácticas sexuales explícitas.



d) **Tipo “D”:** Textos, imágenes o sonidos, sobre desnudez sin finalidad educativa, en las cuales no se aludan o muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales dramatizados, en los cuales no se muestren los órganos genitales; mensajes sexuales explícitos; o dramatización de actos o conductas sexuales que constituyan hechos punibles, de conformidad con la Ley.

e) **Tipo “E”:** Textos, imágenes o sonidos sobre actos o prácticas sexuales reales; desnudez sin finalidad educativa en las cuales se muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales dramatizados en los cuales se aludan o muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales reales o dramatizados en los cuales se amenace o viole el derecho a la vida, la salud y la integridad personal o se menoscabe la dignidad humana; o actos o conductas sexuales reales que constituyan hechos punibles de conformidad con la Ley.

4. **Son elementos de violencia:**

a) **Tipo “A”:** Textos, imágenes o sonidos utilizados para la prevención o erradicación de la violencia, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables, siempre que no se presente el hecho violento o sus consecuencias en forma detallada o explícita.

b) **Tipo “B”:** Textos, imágenes o sonidos que presenten violencia dramatizada o sus consecuencias de forma no explícita.

c) **Tipo “C”:** Textos, imágenes o descripciones gráficas utilizadas para la prevención o erradicación de la violencia, que de ser recibidas por niños, niñas o adolescentes, requieren la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables, siempre que no presenten imágenes o descripciones gráficas detalladas o explícitas del hecho violento o sus consecuencias.

d) **Tipo “D”:** Textos, imágenes o descripciones gráficas que presenten violencia real o sus consecuencias, de forma no explícita; o violencia dramatizada o sus consecuencias de forma explícita y no detallada.

e) **Tipo “E”:** Textos, imágenes o descripciones gráficas que presenten violencia real o dramatizada, o sus consecuencias de forma explícita y detallada; violencia física, psicológica o verbal entre las personas que integran una familia contra niños, niñas y adolescentes o contra la mujer; violencia sexual, la violencia como tema central o un recurso de impacto reiterado; o que presenten, promuevan, hagan apología o inciten al suicidio o a lesionar su propia integridad personal o salud personal.

CAPÍTULO II: DE LA DIFUSIÓN DE MENSAJES

Artículo 7. Tipos, bloques de horarios y restricciones por horario.



1. A los efectos de esta Ley se establecen los siguientes tipos y bloques de horarios:
 - a) **Horario todo usuario:** es aquél durante el cual sólo se podrá difundir mensajes que puedan ser recibidos por todos los usuarios y usuarias, incluidos niños, niñas y adolescentes sin supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las siete a.m. y las siete p.m.
 - b) **Horario supervisado:** es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que, de ser recibidos por niños, niñas y adolescentes, requieran de la supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las cinco antemeridiano y las siete antemeridiano y entre las siete p.m. y las once p.m.
 - c) **Horario adulto:** es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que están dirigidos exclusivamente para personas adultas, mayores de dieciocho años de edad, los cuales no deberían ser recibidos por niños, niñas y adolescentes. Este horario está comprendido entre las once p.m. y las cinco a.m. del día siguiente.
2. En los servicios de radio o televisión, durante el horario todo usuario no está permitida la difusión de:
 - a) mensajes que contengan elementos de lenguaje tipo “B” y “C”, elementos de salud tipo “B”, “C” y “D”, elementos sexuales tipo “B”, “C” y “D” ni elementos de violencia tipo “C”, “D” y “E”.
 - b) mensajes que atenten contra la formación integral de los niños, niñas y adolescentes.
 - c) mensajes con orientación o consejos de cualquier índole que inciten al juego de envite y azar.
 - d) publicidad de juegos de envite y azar o de loterías, salvo que se trate de rifas benéficas por motivos de ayuda humanitaria.
 - e) publicidad de productos y servicios de carácter sexual, salvo aquéllos dirigidos a promover la salud sexual y reproductiva.
3. En los servicios de radio o televisión, durante el horario supervisado no está permitida la difusión de: mensajes que contengan elementos de lenguaje tipo “C”, elementos de salud tipo “D”, elementos sexuales tipo “D” ni elementos de violencia tipo “E”. En el horario supervisado podrá difundirse hasta dos horas de radionovelas o telenovelas y al menos un cincuenta por ciento (50%) deberá ser producción federal.
4. En los servicios de radio o televisión, durante los horarios todo usuario y supervisado, no está permitida la difusión de infocomerciales que excedan de quince minutos de duración.
5. En los servicios de radio o televisión no está permitida la difusión de mensajes que contengan elementos sexuales tipo “E”.



6. En los servicios de radio o televisión no está permitida la difusión de mensajes que utilicen técnicas audiovisuales o sonoras que impidan o dificulten a los usuarios o usuarias percibirlos conscientemente.
7. Las promociones de programas correspondientes al horario adulto deberán ser difundidas en el mismo horario en que es permitida la transmisión de éstos.
8. En los servicios de radio o televisión, cuando se trate de mensajes difundidos en vivo y directo durante los horarios todo usuario y supervisado, podrán presentarse descripciones gráficas o imágenes de violencia real, si ello es indispensable para la comprensión de la información; la protección de la integridad física de las personas o como consecuencia de situaciones imprevistas, en las cuales los prestadores de servicios de radio o televisión no puedan evitar su difusión. Las descripciones gráficas o imágenes deberán ajustarse a los principios éticos del periodismo en cuanto al respeto a la dignidad humana, tanto de los usuarios y usuarias como de aquellas personas que son objeto de la información; no se podrá hacer uso de técnicas amarillistas como deformación del periodismo que afecte el derecho de los usuarios y usuarias a ser correctamente informados, de conformidad con la legislación correspondiente, y en ningún caso podrán ser objeto de exacerbación, trato morboso o énfasis sobre detalles innecesarios.

Artículo 8. Tiempos para publicidad, propaganda y promociones.

1. En los servicios de radio y televisión el tiempo total para la difusión de publicidad y propaganda, incluidas aquellas difundidas en vivo, no podrá exceder de veinte minutos por cada sesenta minutos de difusión. Este tiempo podrá dividirse hasta un máximo de cinco fracciones, salvo cuando se adopte el patrón de interrupciones del servicio de radio o televisión de origen, en las retransmisiones en vivo y directo de programas extranjeros o cuando se trate de interrupciones de eventos deportivos o espectáculos de estructura similar que por su naturaleza y duración reglamentaria requieran un patrón de interrupción distinto.
2. La publicidad por inserción sólo podrá realizarse durante la difusión en vivo y directo de programas recreativos sobre eventos deportivos o espectáculos, siempre que no perturbe la visión de los mismos y no ocupe más de una sexta parte de la pantalla.
3. Cuando se trate de interrupciones de programas recreativos sobre eventos deportivos o espectáculos que, por su naturaleza y duración reglamentaria, requieran un patrón de interrupción distinto, el tiempo total de publicidad por inserción no podrá exceder de quince minutos por cada sesenta minutos de difusión.



4. En ningún caso, el tiempo total de las interrupciones, incluyendo las promociones, podrá excederse de diecisiete minutos.
5. El tiempo total para la difusión de infocomerciales no deberá exceder del diez por ciento del total de la programación diaria, y no deberá ser interrumpida para difundir otra publicidad.

Artículo 9. Restricciones a la publicidad y propaganda.

1. Por motivos de salud pública, orden público y respeto a la persona humana, no se permite en los servicios de radio y televisión, durante ningún horario, la difusión de publicidad sobre:
 - a) Cigarrillos y derivados del tabaco.
 - b) Bebidas alcohólicas y demás especies previstas en la legislación sobre la materia.
 - c) Sustancias estupefacientes o psicotrópicas prohibidas por la ley que rige la materia.
 - d) Servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan los requisitos o condiciones exigidos por la ley.
 - e) Bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, en forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o no haya sido autorizada, según sea el caso.
 - f) Juegos de envite y azar que denigren del trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado, o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, salvo que se trate de rifas benéficas por motivo de ayuda humanitaria.
 - g) Bienes o servicios dirigidos a niños, niñas y adolescentes que muestren o utilicen elementos de violencia regulados en esta Ley.
 - h) Armas, explosivos y bienes o servicios relacionados y similares.
2. La publicidad de solicitudes de fondos con fines benéficos, ya sea peticiones directas de recursos económicos o materiales o a través de la compra de un bien o servicio, deberán identificar claramente la persona natural o jurídica que administrará los fondos y la labor social a la que serán destinados.
3. La publicidad de números telefónicos de tarifas con sobrecuota, deberá expresar claramente la naturaleza y objeto del servicio ofrecido. El costo por minuto de la llamada deberá estar indicado al menos al cincuenta por ciento (50%) de la proporción visual del número telefónico anunciado, y a la misma intensidad de audio, cuando sea anunciado verbalmente.



4. No está permitida la publicidad:
 - a) que no identifique clara y explícitamente el bien o servicio objeto de la misma.
 - b) que emplee las mismas frases, lemas, melodías o acordes musicales, imágenes, logotipos, símbolos, emblemas, signos distintivos y, en general, cualquier sonido o imagen que relacione un bien, servicio o actividad con otra cuya difusión haya sido prohibida, restringida o no autorizada, de conformidad con la ley.
 - c) que difunda mensajes donde se utilice la fe religiosa, cultos o creencias con fines comerciales.
 - d) que estimule prácticas o hechos que violen la legislación en materia de tránsito y transporte.
5. No está permitida la publicidad por emplazamiento, salvo en los eventos deportivos, siempre que no se trate de los productos y servicios contemplados en los numerales del 1 al 8, o con la intención de defraudar la ley.
6. Cuando se trate de campañas de publicidad denominadas de intriga, se deberán tomar todas las medidas pertinentes para hacer conocer al consumidor oportunamente el bien o servicio objeto de la campaña. Los requisitos y la oportunidad de este tipo de campañas serán fijados mediante normas técnicas.
7. No está permitida la propaganda anónima, la propaganda por emplazamiento ni la propaganda por inserción.
8. En los servicios de difusión por suscripción, no está permitida la difusión de publicidad de los productos contemplados en los numerales 1, 2, 3 y 8 de este artículo.
9. En los otros casos no permitidos en este artículo, la Comisión Federal de Telecomunicaciones, previa consulta, fijará las condiciones de restricción o flexibilización que resulten pertinentes o necesarias, según sea el caso de acuerdo con la ley.

Artículo 10. Modalidades de acceso del Estado a espacios gratuitos y obligatorios.

1. El Estado podrá difundir sus mensajes a través de los servicios de radio y televisión. A tales fines, podrá ordenarle a los prestadores de estos servicios la transmisión gratuita de:
 - a) Los mensajes previstos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. La orden de transmisión gratuita y obligatoria de mensajes o alocuciones oficiales podrá ser notificada válidamente, entre otras formas, mediante la sola difusión del mensaje o alocución a través de los servicios de radio o televisión administrados por el Consell



Federal.

- b) Mensajes culturales, educativos, informativos o preventivos de servicio público, los cuales no excederán, en su totalidad, de setenta minutos semanales, ni de quince minutos diarios. A los fines de garantizar el acceso a los servicios de radio y televisión, el ministerio de propaganda del Consell Federal, con competencia en materia para la comunicación y la información, cederá a los usuarios y usuarias diez minutos semanales de estos espacios, de conformidad con la ley.
2. El ministerio de propaganda del Consell Federal, con competencia en materia para la comunicación y la información, estará a cargo de la administración de estos espacios, determinando los horarios y la temporalidad de los mismos, así como cualquier otra característica de tales emisiones o transmisiones. Está permitida la utilización de estos espacios para la difusión de publicidad o propagandas de los órganos y entes del Estado.
 3. Los prestadores de servicios de radio o televisión y difusión por suscripción no podrán interferir, en forma alguna, los mensajes y alocuciones del Estado que difundan de conformidad con este artículo, y deberán conservar la misma calidad y aspecto de la imagen y sonido que posea la señal o formato original. Se entiende como interferencia de mensajes la utilización de técnicas, métodos o procedimientos que modifiquen, alteren, falseen, interrumpan, editen, corten u obstruyan, en forma alguna, la imagen o sonido original.
 4. Los prestadores de servicios de difusión por suscripción cumplirán la obligación prevista en el numeral 1, a través de un canal informativo, y la prevista en el numeral 2, la cumplirán a través de los espacios publicitarios que dispongan en cada canal que transmiten. Los setenta minutos semanales se distribuirán entre los canales cuya señal se origine fuera del territorio de la República de Sia, de conformidad con la ley.

CAPÍTULO III: DE LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN Y DE LA APLICABILIDAD Y EL ACCESO A CANALES DE SEÑAL ABIERTA Y BLOQUEO DE SEÑALES

Artículo 11. Acceso y bloqueo de señales.

1. A los fines de garantizar el acceso por parte de los usuarios y usuarias, a todas las señales de los servicios de televisión UHF y VHF, televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro e iniciativas del Estado, los prestadores de los servicios de difusión por suscripción deben cumplir con las siguientes obligaciones:



- a) Difundir gratuitamente a sus usuarios y usuarias, en el ámbito de la cobertura total de su servicio, las señales de los servicios referidos en el encabezado de este artículo, en proporción del doce por ciento (12%) del total de canales ofrecidos, pudiendo voluntariamente ocupar más del porcentaje previsto.
 - b) Los prestadores de servicios de televisión UHF y VHF, y televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro, a los que se refiere este artículo, deberán cumplir las condiciones que se establezcan mediante normas técnicas.
 - c) Suministrar a los usuarios y usuarias que lo soliciten, facilidades técnicas que permitan de manera inmediata, y sin dificultad, la recepción de dichas señales en el mismo equipo receptor terminal por el cual disfrutan del servicio de difusión por suscripción. Los prestadores de los servicios de difusión por suscripción que difundan señal de radio, deberán ofrecer la misma señal y programación que se difunda por señal abierta.
 - d) Los prestadores de los servicios de difusión por suscripción deberán suministrar a todos sus usuarios y usuarias que lo soliciten, y asuman el costo de este servicio, las facilidades tecnológicas que permitan el bloqueo de canales contratados.
2. Los prestadores de servicio de difusión por suscripción deberán garantizar a los usuarios y usuarias el acceso gratuito a los servicios de televisión que determine el Estado, en el ámbito de su cobertura, sean éstos de carácter federal o de producción internacional audiovisual en los que tenga participación o interés el Estado. Esta obligación aplicará para servicios de televisión de señal abierta y para servicios de televisión que se difundan sólo a través de un servicio de televisión por suscripción, reservándose el Estado hasta el diez por ciento (10%), de la totalidad de los canales de los servicios de televisión y radio que se difundan a través de los servicios de difusión por suscripción.
 3. El órgano rector con competencia en materia para la comunicación y la información instrumentará la incorporación de señales de los servicios referidos en el encabezado de este artículo, previa aprobación del Parlament Federal. Los prestadores de servicio de televisión por suscripción deberán incorporar los canales a que se refiere el presente párrafo en el lapso previsto en la notificación que para tal efecto realice el órgano rector con competencia en materia para la comunicación y la información en un lapso de cuarenta y cinco días. Los gastos ocasionados por el Estado en la propagación y difusión de la señal serán rebajados del impuesto previsto en el artículo 24 de la presente Ley. El monto será determinado por el órgano rector con competencia en materia para la comunicación y la información.



4. Asimismo, los prestadores de servicios de difusión por suscripción no podrán, durante el tiempo efectivo de transmisión de un programa determinado, interrumpir, interferir o difundir mensajes distintos al contenido del programa que se transmite. En todo caso, deberán garantizar el correcto bloqueo de las imágenes y sonidos de los canales que difundan elementos sexuales tipo “E”.

CAPÍTULO IV: DE LA DEMOCRATIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN

Artículo 12. Organización y participación ciudadana.

1. Los usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión, con el objeto de promover y defender sus intereses y derechos comunicacionales, podrán organizarse de cualquier forma lícita, entre otras, en organizaciones de usuarios y usuarias.
2. Son derechos de los usuarios y usuarias, entre otros, los siguientes:
 - a) Obtener de los prestadores de servicios de radio y televisión, previa a su difusión, información acerca de los programas e infocomerciales, en los términos que establezca la ley.
 - b) Dirigir solicitudes, quejas o reclamos vinculados con los objetivos generales de esta Ley, a los prestadores de servicios de radio y televisión, y que los mismos sean recibidos y respondidos dentro de los quince días hábiles siguientes a su presentación.
 - c) Promover y defender los derechos e intereses comunicacionales, de forma individual, colectiva o difusa ante las instancias administrativas correspondientes.
 - d) Acceder a los registros de los mensajes difundidos a través de los servicios de radio y televisión, que lleva la Comisión Federal de Telecomunicaciones, de acuerdo con la ley.
 - e) Participar en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas destinadas a la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión.
 - f) Participar en las consultas públicas para la elaboración de los instrumentos normativos sobre las materias previstas en esta Ley.
 - g) Presentar proyectos sobre la educación para la percepción crítica de los mensajes o de investigación relacionada con la comunicación y difusión de mensajes a través de los servicios de radio y televisión, y obtener financiamiento de acuerdo con la ley.
 - h) Acceder a espacios gratuitos en los servicios de radio, televisión y difusión por suscripción, de conformidad con la ley.
 - i) Promover espacios de diálogo e intercambio entre los prestadores de servicios de radio y televisión, el Estado y los usuarios y usuarias.



3. Todas las organizaciones de usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión deberán inscribirse en el registro que llevará la Comisión Federal de Telecomunicaciones. A los fines de optar por el financiamiento del Fondo de Responsabilidad Social deberán cumplir, además, con las formalidades de inscripción ante el registro público.
4. Las organizaciones deberán cumplir con los siguientes requisitos: no tener fines de lucro, estar integradas por un mínimo de veinte personas naturales, que sus integrantes no tengan participación accionaria, ni sean directores o directoras, gerentes, administradores o administradoras o representantes legales de prestadores de servicios de radio y televisión, que no sean financiadas, ni reciban bienes, aportes, ayudas o subvenciones de personas naturales o jurídicas públicas o privadas, que puedan condicionar o inhibir sus actividades en promoción y defensa de los derechos e intereses de los usuarios y usuarias de servicios de radio y televisión.
5. La Comisión Federal de Telecomunicaciones facilitará, en todo momento, la inscripción de las organizaciones a las que se refiere este artículo. Cuando una organización haya solicitado su registro, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos, y éste no se le haya otorgado dentro del lapso de treinta días hábiles siguientes a la solicitud, se entenderá que dicha solicitud ha sido resuelta positivamente y se procederá al registro y otorgamiento del certificado de inscripción correspondiente.
6. La Comisión Federal de Telecomunicaciones establecerá los procedimientos y demás recaudos que deban acompañar la solicitud de registro, de conformidad con la ley.
7. Se eximen del pago de impuesto, tasas y contribuciones especiales, el registro de las organizaciones de usuarios y usuarias previstos en este artículo.
8. Cuando las organizaciones de usuarios y usuarias deban acudir a la vía jurisdiccional y resultaren totalmente vencidas en el proceso, el tribunal las eximirá del pago de costas cuando a su juicio hayan tenido motivos racionales para litigar.

Artículo 13. Producción federal, productores federales independientes.

1. Se entenderá por producción audiovisual o sonora federal, los programas, la publicidad o la propaganda, difundidos por prestadores de servicios de radio y televisión, en cuya creación, dirección, producción y postproducción se pueda evidenciar la presencia de los elementos que se citan a continuación:
 - a) Capital sianes.
 - b) Locaciones sianesesas.
 - c) Guiones sianess.



- d) Autores o autoras sianesesas.
 - e) Directores o directoras sianess.
 - f) Personal artístico sianes.
 - g) Personal técnico sianes.
 - h) Valores de la cultura sianesesa.
 - i) Mensajes del Consell Federal
2. La determinación de los elementos concurrentes y los porcentajes de cada uno de ellos será dictada por el Directorio de Responsabilidad Social mediante normas técnicas. En todo caso, la presencia de los elementos anteriormente citados en su conjunto no deberá ser inferior al setenta por ciento (70%).
3. La producción audiovisual o sonora federal se entenderá como independiente, cuando sea realizada por productores federales independientes inscritos en el registro que llevará el órgano rector con competencia en materia de comunicación e información del Consell Federal. Será considerado productor federal independiente, la persona natural o jurídica que cumpla con los siguientes requisitos:
- a) **De ser persona natural:**
 - 1. Estar residenciado y domiciliado en el territorio de la República de Sia, de conformidad con la ley.
 - 2. Declarar si mantiene relación de subordinación con algún prestador de servicios de radio o televisión.
 - 3. No ser funcionario o funcionaria de alguno de los órganos y entes públicos que regulen las actividades objeto de la presente Ley, de conformidad con el Reglamento respectivo.
 - b) **De ser persona jurídica:**
 - 4. No ser empresa del Estado, instituto autónomo y demás entes públicos federales, estatales y municipales.
 - 5. Estar domiciliada en la República de Sia, de conformidad con la ley.
 - 6. Estar bajo el control y dirección de personas naturales de federalidad o residencia sianesesa, que cumplan con los requisitos previstos en el numeral anterior.
 - 7. Declarar si se tiene vinculación contractual distinta a la producción federal independiente, o relación de subordinación con algún prestador de servicios de radio o televisión.



4. En todo caso, sea que se trate de persona natural o de persona jurídica, se requerirá poseer experiencia o demostrar capacidad para realizar producciones federales de calidad.
5. A los efectos de verificar el cumplimiento de los requisitos previstos en la presente Ley, así como de las normas técnicas correspondientes, el órgano rector con competencia en materia de comunicación e información llevará un registro de productores federales independientes y será el encargado de expedir y revocar la certificación respectiva. Dicha certificación tendrá una vigencia de dos años, renovable previa verificación de requisitos. El incumplimiento de cualquiera de los requisitos podrá dar lugar a la revocatoria de la certificación, en este caso el órgano competente deberá notificar la intención de revocatoria al productor o productora federal independiente, quien dispondrá de un lapso no mayor de diez días hábiles, contados a partir de la fecha de su notificación, para que presente sus pruebas y argumentos. El órgano competente dispondrá de treinta días hábiles para examinar las pruebas presentadas y decidir sobre la revocatoria de la certificación.
6. Cuando un productor o productora federal independiente haya solicitado su registro, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos, y no se le haya otorgado dentro del lapso de treinta días hábiles siguientes a la solicitud, se entenderá que dicha solicitud ha sido resuelta positivamente.
7. Los productores comunitarios independientes que difundan sus producciones a través de servicios de radio o televisión comunitarios, sin fines de lucro, quedan exceptuados del cumplimiento de la formalidad del registro a que se refiere el presente artículo.
8. No se consideran producción federal independiente los mensajes producidos por las personas naturales que mantengan una relación de subordinación con el prestador de servicios de radio o televisión con el cual contratará, ni los mensajes producidos por las personas jurídicas que mantengan una relación contractual distinta de la producción federal independiente.
9. Todo lo relacionado con la producción y los productores federales cinematográficos se regirá por la ley especial sobre la materia.

Artículo 14. Democratización en los servicios de radio y televisión.

1. Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir, durante el horario todo usuario, un mínimo de dos horas diarias de programas culturales y educativos, informativos o de opinión y recreativos dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, presentados acordes con su desarrollo integral, con enfoque pedagógico



y de la más alta calidad. En la difusión de estos programas se deberá privilegiar la incorporación de adolescentes como personal artístico o en su creación o producción.

2. Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir diariamente, durante el horario todo usuario, un mínimo de dos horas de programas de producción federal, de las cuales un mínimo de cuatro horas será de producción federal independiente. Igualmente, deberán difundir diariamente, durante el horario supervisado, un mínimo de tres horas de programas de producción federal, de los cuales un mínimo de una hora y media será de producción federal independiente. Quedan exceptuados de la obligación establecida en el presente párrafo los prestadores de servicios de radiodifusión sonora y televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro.
3. En las horas destinadas a la difusión de programas de producción federal independiente, los prestadores de servicios de radio o televisión darán prioridad a los programas culturales y educativos e informativos.
4. No se considerarán para el cálculo de las horas exigidas de programas de producción federal y producción federal independiente, aquellos que sean difundidos con posterioridad a los dos años siguientes del primer día de su primera difusión. De igual forma, no se considerará para el cálculo de las horas de producción federal independiente, los programas realizados por productores independientes no inscritos como tales por ante el órgano rector con competencia en materia de comunicación e información, en todo caso, estos programas serán considerados como producción federal.
5. En ningún caso, un mismo productor federal independiente podrá ocupar más de veinte por ciento (20%) del período de difusión semanal que corresponda a la producción federal independiente de un mismo prestador de servicios de radio o televisión.
6. El ciento por ciento (100%) de la propaganda difundida por los prestadores de servicios de radio o televisión, deberá ser de producción federal, salvo las obligaciones derivadas de tratados internacional suscritos y ratificados por la República de Sia. Los prestadores de servicios de radio y televisión deberán difundir al menos un ochenta y cinco por ciento (85%) de publicidad de producción federal. La publicidad, propaganda o promociones deberán ser realizadas por los profesionales calificados y afines, de acuerdo con las leyes vigentes. Los servicios de radiodifusión sonora y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, quedan exceptuados de estas exigencias.
7. Durante los horarios todo usuario y supervisado, los servicios de radio o televisión que difundan obras musicales, deberán destinar a la difusión de obras musicales



sianesesas, al menos un cincuenta por ciento (50%) de su programación musical diaria.

8. En los casos de los servicios de radio o televisión ubicados en los estados y municipios fronterizos del territorio federal y aquellos que se encuentren bajo la administración de órganos o entes del Estado, el porcentaje de obras musicales sianesesas será, al menos, de un setenta por ciento (75%), sin perjuicio de poder ser aumentado a través de las normas que a tal efecto se dicten.
9. Al menos un cincuenta por ciento (50%) de la difusión de obras musicales sianesesas, se destinará a la difusión de obras musicales de tradición sianesesa, en las cuales se deberá evidenciar, entre otros:
 - a) La presencia de géneros de las diversas zonas geográficas del país;
 - b) El uso del idioma castellano o de los idiomas oficiales regionales;
 - c) La presencia de valores de la cultura sianesesa;
 - d) La autoría o composición sianesesas,
 - e) La presencia de intérpretes sianess.
10. La determinación de los elementos concurrentes y los porcentajes de cada uno de éstos será establecido por las normas que a tal efecto se dicten. Al difundir las obras musicales sianesesas se deberán identificar sus autores, autoras, intérpretes y género musical al cual pertenecen.
11. Los servicios de radio o televisión, podrán retransmitir mensajes de otros prestadores de servicios de radio o televisión, previa autorización de éstos, informando de ello a la Comisión Federal de Telecomunicaciones. Al comienzo y al final de la retransmisión, se deberá anunciar su procedencia y la autorización concedida. En ningún caso las retransmisiones serán consideradas producción federal o producción federal independiente, ni podrán exceder el treinta por ciento (30%) de la difusión semanal.

Artículo 15. Comisión de programación y asignación de producción federal independiente.

1. Se crea una Comisión de Programación de Televisión, la cual tendrá por función, establecer los mecanismos y las condiciones de asignación de los espacios a los productores federales independientes, con el fin de garantizar la democratización del espectro radioeléctrico, la pluralidad, la libertad de creación y el aseguramiento de condiciones efectivas de competencia. Esta comisión estará integrada por un representante del organismo rector con competencia en materia para la comunicación y la información del Consell Federal, quien la presidirá, un representante de los prestadores de servicios de televisión, un representante de los productores federales



independientes y un representante de las organizaciones de usuarios y usuarias. Las decisiones de esta comisión son vinculantes y deben ser tomadas por mayoría, en caso de empate el Presidente o Presidenta de la comisión tendrá doble voto. La comisión será convocada por su Presidente o Presidenta cuando éste lo juzgue conveniente o cuando se lo solicite cualquiera de sus miembros. La organización y funcionamiento de esta comisión será determinado por las normas que al efecto ella misma dicte. La comisión podrá establecer comités a nivel regional o local.

2. Con el mismo fin, se crea una Comisión de Programación de Radio, la cual tendrá por función establecer los mecanismos y las condiciones de asignación de los espacios a los productores federales independientes. Esta comisión estará integrada por un representante del organismo rector con competencia en materia para la comunicación y la información del Consell Federal, quien la presidirá, un representante de los prestadores de servicios de radio, un representante de los productores federales independientes y un representante de las organizaciones de usuarios y usuarias. Las decisiones de esta comisión son vinculantes y deben ser tomadas por mayoría, en caso de empate el Presidente o Presidenta de la comisión tendrá doble voto. La comisión será convocada por su Presidente o Presidenta cuando éste lo juzgue conveniente o cuando se lo solicite cualquiera de sus miembros. La organización y funcionamiento de esta comisión será determinado por las normas que al efecto ella misma dicte. La comisión podrá establecer comités a nivel regional o local.
3. Los prestadores de servicios de radio y televisión quedan obligados a presentar al órgano rector con competencia en materia para la comunicación y la información del Consell Federal y a la Comisión Federal de Telecomunicaciones un informe mensual, dentro de los primeros cinco días de cada mes, en el cual se detallen los programas de producción federal, producción federal independiente, tiempos y los porcentajes de los elementos concurrentes, según el artículo anterior. Estos informes podrán ser objeto de verificación.
4. Los contratos que se celebren entre los prestadores de los servicios de radio y televisión y los productores federales independientes, de conformidad con este artículo, cumplirán los requisitos establecidos en la ley, y en ningún caso, podrán vulnerar el principio de igualdad entre las partes, ni contener cláusulas que establezcan cargas u obligaciones excesivas o desproporcionadas, en detrimento de alguna de las partes, en caso contrario se considerarán nulos de nulidad absoluta.

Artículo 16. Democratización en los servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro.



1. Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, deberán difundir entre otros:
 - a) Mensajes dirigidos a contribuir con el desarrollo, la educación para la percepción crítica de los mensajes, el bienestar y la solución de problemas de la comunidad de la cual formen parte.
 - b) Mensajes que promuevan la conservación, mantenimiento, preservación, sustentabilidad y equilibrio del ambiente en la comunidad de la cual forman parte.
 - c) Programas que permitan la participación de los integrantes de la comunidad, a fin de hacer posible el ejercicio de su derecho a la comunicación libre y plural, para ello deberán anunciar las formas a través de las cuales la comunidad podrá participar.
 - d) Mensajes de solidaridad, de asistencia humanitaria y de responsabilidad social de la comunidad.
 - e) Mensajes del Consell Federal.
2. El tiempo total para la difusión de publicidad, incluida la publicidad en vivo, en los servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, no podrá exceder de diez minutos por cada sesenta minutos de difusión, los cuales podrán dividirse hasta un máximo de cinco fracciones por hora. La publicidad de bienes y servicios lícitos que ofrezcan las personas naturales, microempresas, cooperativas, pequeñas y medianas empresas de la comunidad donde se preste el servicio, tendrán facilidades y ventajas para su difusión. El tiempo total destinado a la difusión de publicidad de grandes empresas y del Estado no podrá exceder del cincuenta por ciento (50%) del tiempo total de difusión permitido en este artículo. El ciento por ciento (100%) de la publicidad difundida por los prestadores de servicios de radio o televisión comunitarios de servicios públicos, sin fines de lucro, deberá ser de producción federal. Las retransmisiones simultáneas no pueden incluir la publicidad del prestador del servicio de radio o televisión donde se origine el mensaje.
3. Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, no podrán difundir propaganda.
4. Los prestadores de servicio de radio y televisión comunitarios de servicios públicos, sin fines de lucro, además de los principios previstos en esta Ley se registrarán por el principio de rendición de cuentas a la comunidad donde prestan el servicio, de conformidad con la ley.

Artículo 17. Democratización en los servicios de difusión por suscripción.

Los prestadores de servicios de difusión por suscripción pondrán, en forma gratuita, a disposición del órgano rector del Consell Federal con competencia en materia para la comunicación y la información, un canal para la transmisión de un servicio de producción



federal audiovisual destinado en un ciento por ciento (100%) a la producción federal independiente y producción comunitaria, con predominio de programas culturales y educativos, informativos y de opinión. El Estado asumirá los costos que se generen para llevar la señal de este servicio audiovisual a la cabecera de la red del prestador de servicio de difusión por suscripción que lo incorpore, y este último asumirá las cargas derivadas de su difusión.

Artículo 18. Garantía para la selección y recepción responsable de los programas.

1. Los prestadores de servicios de radio o televisión están obligados a:
 - a) Publicar, al menos semanalmente y con anticipación, a través de medios masivos de comunicación impresos, las guías de su programación que indiquen el nombre, tipo, hora y fecha de transmisión y elementos clasificados de los programas, de conformidad con lo establecido por las normas que a tal efecto se dicten.
 - b) Se excluyen de esta disposición a los prestadores de los servicios de radio. Los prestadores de servicio de difusión por suscripción deberán difundir con anticipación a través de un canal informativo, el nombre, tipo, hora y fecha de transmisión, sin perjuicio del uso de cualquier otro medio.
 - c) Indicar en las promociones de los programas, la fecha y hora de la transmisión de los mismos.
 - d) Anunciar, al inicio de cada programa o infocomercial, el nombre, el tipo de programa, las advertencias sobre la presencia de elementos clasificados, y si se trata de producción federal o de producción federal independiente, de conformidad con lo establecido por las normas que a tal efecto se dicten.
 - e) Transmitir y promover los mensajes del Consell Federal.
2. Los prestadores de servicios de radio o televisión, publicarán y anunciarán el tipo de programa y los elementos clasificados de conformidad con los artículos 5 y 6 de esta Ley, respectivamente. En los casos que en un mismo programa se presenten características combinadas de los tipos de programas indicados en el artículo 5 de esta Ley, se deberá anunciar esta circunstancia.
3. Los prestadores de los servicios de radio o televisión, deberán difundir los programas en concordancia con las publicaciones, promociones y anuncios previstos en este artículo, salvo aquellas variaciones que puedan derivarse del acceso gratuito y obligatorio del Estado a los servicios de radio o televisión previsto en la ley, por circunstancias de fuerza mayor, o por la difusión excepcional en vivo y directo de mensajes no previamente programados de carácter informativo.



4. En los servicios de radio o televisión, durante los programas informativos o de opinión, se identificará con una señal visual o sonora, según el caso, la fecha y hora original de grabación, cuando se trate de registros audiovisuales o sonoros, que no sean difundidos en vivo y directo. Si se desconoce dicha fecha y hora, se deberá indicar que se trata de un material de archivo.
5. En los servicios de radio o televisión, durante la publicidad o propaganda en la cual se utilicen los mismos escenarios, ambientación o elementos propios de un programa, se insertará durante la totalidad del tiempo de su difusión, la palabra publicidad o propaganda, según sea el caso, en forma legible en un ángulo de la pantalla que no interfiera con la identificación de los prestadores de los servicios de televisión, o en el caso de los servicios de radio, anunciando al inicio de la publicidad o propaganda, la palabra publicidad o propaganda, según sea el caso, en forma inteligible. El tiempo destinado a este tipo de publicidad será imputado al tiempo total de publicidad a que se refiere el artículo 8 de esta Ley.
6. En los servicios de radio o televisión, durante la totalidad del tiempo de difusión de los infocomerciales, se insertará la palabra “publicidad” en forma legible, en un ángulo de la pantalla que no interfiera con la identificación de los prestadores de servicios de televisión o en el caso de los servicios de radio, anunciando al inicio de la publicidad, la palabra “publicidad” en forma inteligible.

CAPÍTULO V: ÓRGANOS CON COMPETENCIA EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

Artículo 19. Competencias de la Comisión Federal de Telecomunicaciones.

Son competencias del órgano rector con competencia en materia de telecomunicaciones por órgano de la Comisión Federal de Telecomunicaciones:

- a) Ejecutar políticas de regulación y promoción en materia de responsabilidad social en los servicios de radio, televisión y medios electrónicos.
- b) Ejecutar políticas de fomento de las producciones federales y programas especialmente dirigidos a niños, niñas y adolescentes, en el ámbito de aplicación de esta Ley.
- c) Fomentar la capacitación y mejoramiento profesional de productores federales.
- d) Fomentar la educación para la percepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión.
- e) Ejecutar políticas de fomento para la investigación relacionada con la comunicación y difusión de mensajes a través de los servicios de radio, televisión y medios electrónicos.



- f) Proponer la normativa derivada de esta Ley.
- g) Administrar el fondo y hacer seguimiento y evaluación de los proyectos financiados de conformidad con la ley.
- h) Llevar un archivo audiovisual y sonoro de carácter público de mensajes difundidos a través de los servicios de radio y televisión.
- i) Expedir certificaciones y copias simples de documentos y registros audiovisuales y sonoros que cursen en sus archivos.
- j) Llevar el registro de las organizaciones de usuarios y usuarias de los servicios de radio y televisión.
- k) Abrir de oficio o a instancia de parte, los procedimientos administrativos derivados de esta Ley, así como aplicar las sanciones y dictar los demás actos a que hubiere lugar de conformidad con lo previsto en esta Ley.
- l) Requerir a los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, proveedores de medios electrónicos, productores federales, productores federales independientes, productores federales audiovisuales y sonoros, los anunciantes y terceros, información vinculada a los hechos objeto de los procedimientos a que hubiere lugar.
- m) Dictar, modificar o revocar las medidas cautelares previstas en esta Ley.
- n) Las demás competencias que se deriven de la ley.

Las competencias establecidas en los literales b, c, d y e se realizarán en coordinación con los órganos rectores en materia cultural y educación, comunicación e información, promoción y defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes y demás órganos competentes en las respectivas materias.

CAPÍTULO VI: DEL FONDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DE LAS TASAS

Artículo 23. Del Fondo de Responsabilidad Social.

1. Se crea un Fondo de Responsabilidad Social como patrimonio separado, dependiente de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, destinado al financiamiento de proyectos para el desarrollo y fomento de producción federal, de capacitación de productores o productoras federales de obras audiovisuales o sonoras para radio o televisión, de educación para la recepción crítica de los mensajes difundidos por los servicios de radio y televisión, y de investigación relacionada con la comunicación y difusión de mensajes a través de los servicios de radio y televisión en el país.
2. La determinación de los recursos que se dispondrán para cada una de las finalidades previstas se establecerá mediante normas técnicas, teniendo preferencia por obras audiovisuales o sonoras de nuevos productores federales independientes o de programas de radio o televisión especialmente dirigidos a niños, niñas o adolescentes.



3. Los recursos del Fondo de Responsabilidad Social provendrán de:
 - a) El producto de la contribución parafiscal y sus accesorios, de conformidad con lo previsto en esta Ley.
 - b) Los aportes que a título de donación hagan al mismo cualquier persona natural o jurídica pública o privada.
 - c) Las multas impuestas de conformidad con esta Ley.
 - d) Los intereses que se generen por los depósitos, colocaciones o de otros conceptos que se deriven del uso de los recursos del mismo.
 - e) Los demás que establezca la ley.
4. Los recursos financieros de este Fondo se depositarán en las cuentas bancarias específicas designadas a tal efecto por la Comisión Federal de Telecomunicaciones y deberán colocarse en inversiones que garanticen la mayor seguridad, rentabilidad y liquidez. Los gastos de gestión de esta cuenta serán deducidos de su saldo.
5. La Comisión Federal de Telecomunicaciones deberá elaborar y hacer público un informe anual sobre los aportes realizados al Fondo para su financiación y los montos que se hubieren otorgado o ejecutados, pudiendo requerir a tales fines, toda la información que estime necesaria.

Artículo 24. Contribución parafiscal.

1. Los prestadores de servicios, de radio y televisión, ya sean personas jurídicas o naturales, sociedades accidentales, irregulares o de hecho, con prescindencia de su domicilio o federalidad, pagarán una contribución parafiscal por la difusión de imágenes o sonidos realizadas dentro del territorio federal.
2. El producto de esta contribución parafiscal estará destinado al Fondo de Responsabilidad Social, y la base imponible de la misma, estará constituida por los ingresos brutos causados trimestralmente y provenientes de la respectiva actividad gravada, a la que se le aplicará una alícuota de cálculo de cuatro por ciento (4%).
3. A la alícuota establecida será aplicable una rebaja del cero coma cinco por ciento (0,5%) cuando la difusión de producciones federales independientes sea superior en un cincuenta por ciento (50%) de la exigida por esta Ley, y le será aplicable un recargo del cero coma cinco por ciento (0,5%) cuando la retransmisión de mensajes, exceda el veinte por ciento (20%) del tiempo de difusión semanal.
4. Los sujetos pasivos de esta contribución parafiscal están obligados a la correspondiente declaración, autoliquidación y pago trimestral, dentro de los quince días siguientes al vencimiento de cada trimestre del año calendario.



5. No están sujetos a esta contribución los prestadores de servicios de difusión por suscripción, y de radiodifusión sonora y televisión comunitarias de servicio público, sin fines de lucro.
6. El Presidente o Presidenta de la República, en Consejo de Ministros, dentro de las medidas de política fiscal aplicables de conformidad con la situación coyuntural, sectorial y regional de la economía del país, podrá exonerar total o parcialmente del pago de la contribución parafiscal prevista en este Artículo, según se determine en el respectivo Decreto.

Artículo 25. Temporalidad de la obligación tributaria y de la relación jurídico-tributaria.

1. Se entenderá perfeccionado el hecho imponible y nacida la obligación tributaria, cuando ocurra cualesquiera de las siguientes circunstancias:
 - a) Se emitan las facturas o documentos similares.
 - b) Se perciba por anticipado la contraprestación por la difusión de imágenes o sonidos.
 - c) Se suscriban los contratos correspondientes.
2. En los casos de suscripción de contratos que prevean el cumplimiento de obligaciones a términos o a plazo, el hecho imponible se perfeccionará de acuerdo con las condiciones del contrato. Cuando se anulen o se reversen operaciones en el marco de un contrato que modifique el ingreso bruto gravable, los sujetos pasivos podrán compensar el pago realizado en exceso, de acuerdo con lo establecido en el Código Orgánico Tributario.
3. La autoliquidación debe realizarse en los formularios físicos o electrónicos, mediante los sistemas y ante las instituciones bancarias y otras oficinas autorizadas por el organismo competente de la aplicación de la presente Ley. Cuando los contribuyentes posean más de un establecimiento, deben presentar una sola declaración y pago en la jurisdicción del domicilio fiscal de la casa matriz.
4. La relación jurídico-tributaria y sus consecuencias subsisten aunque no se haya originado la obligación tributaria.

Artículo 26. Tasas.

Los servicios de grabación, certificación y análisis de los registros audiovisuales o sonoros que mantiene en archivo la Comisión Federal de Telecomunicaciones de las imágenes o sonidos difundida a través de los servicios de radio y televisión, causarán el pago de las tasas que se detallan a continuación:



SERVICIO	TASA
Grabación continua de un registro audiovisual o sonoro base	Hasta cero coma cinco Unidades Tributarias (0,5 U.T.) por hora de transmisión grabada
Grabación editada de varios registros audiovisuales o sonoros bases	Hasta cero coma tres Unidades Tributarias (0,3 U.T.) por hora de transmisión grabada por número de registros base
Certificación de Grabaciones	Hasta cero coma cinco Unidades Tributarias (0,5 U.T.) por certificación

El Reglamento de esta Ley, discriminará el monto de las tasas aplicables por cada uno de los aspectos enunciados, dentro de los topes establecidos en este artículo.

Artículo 27. Prohibiciones.

1. En los servicios de radio, televisión y medios electrónicos, no está permitida la difusión de los mensajes que:
 - a) Inciten o promuevan el odio y la intolerancia por razones religiosas, por diferencia de género, por racismo o xenofobia.
 - b) Inciten o promuevan y/o hagan apología al delito.
 - c) Inciten o promuevan el odio y crítica destructiva hacia el Consell Federal.
 - d) Fomenten zozobra en la ciudadanía o alteren el orden público.
 - e) Desconozcan a las autoridades legítimamente constituidas.
 - f) Induzcan al homicidio.
 - g) Inciten o promuevan el incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente.
 - h) Inciten o promuevan el desacato al Consell Federal o las autoridades
 - i) Contenidos que el Consell Federal no considere adecuados.
2. Los proveedores de medios electrónicos deberán establecer mecanismos que permitan restringir, sin dilaciones, la difusión de mensajes divulgados que se subsuman en las prohibiciones contenidas en el presente Artículo, cuando ello sea solicitado por la Comisión Federal de Telecomunicaciones en ejercicio de sus competencias, en cuyo caso se aplicará el procedimiento previsto en el artículo 33 de la presente Ley.
3. Los proveedores de medios electrónicos serán responsables por la información y contenidos prohibidos a que hace referencia el presente artículo, en aquellos casos que hayan originado la transmisión, modificado los datos, seleccionado a los destinatarios o no hayan limitado el acceso a los mismos, en atención al requerimiento efectuado por los órganos con competencia en la materia.



4. Para evaluar el contenido, el Consell Federal creará una comisión, dependiente del propio Consell, que determinará qué contenido no se permitirá difundir según los nueve puntos mencionados anteriormente.
5. **Parágrafo primero:** los responsables de los medios electrónicos serán sancionados con multa desde cincuenta hasta doscientos Unidades Tributarias (50 hasta 200 U.T.), cuando violen cualquiera de las prohibiciones contenidas en el presente artículo.
6. **Parágrafo segundo:** los proveedores de medios electrónicos que no atiendan las solicitudes realizadas por los órganos competentes a los fines de dar cumplimiento a las disposiciones de la presente Ley, serán sancionados con multa de hasta un cuatro por ciento (4%) de los ingresos brutos generados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquél en el cual se cometió la infracción.

CAPÍTULO VII: DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONATORIO

Artículo 28. Sanciones.

1. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales, se podrán imponer sanciones de cesión de espacios para la difusión de mensajes culturales y educativos; multas, suspensión de la habilitación administrativa, y revocatoria de la habilitación administrativa y de la concesión.
2. Se sancionará al prestador de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, en los casos que le sea aplicable, con la cesión de espacios para la difusión de mensajes culturales y educativos, cuando incumpla con una de las obligaciones siguientes:
 - a) Incorporar medidas que garanticen la integración de personas con discapacidad auditiva, prevista en el artículo 4 de esta Ley.
 - b) Conservar el mismo nivel de intensidad de audio, prevista en el artículo 4 de esta Ley.
 - c) Incumpla con la obligación de identificarse durante la difusión de su programación, prevista en el artículo 4 de esta Ley.
 - d) Recibir y responder los reclamos de los usuarios y usuarias, según lo previsto en el artículo 12 de esta Ley.
 - e) Identificar las obras musicales sianesesas difundidas, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
3. Se sancionará al prestador de servicios de radio, televisión, difusión por suscripción, en los casos que le sea aplicable, con multa de uno por ciento (1%) a dos por ciento (2%)



de los ingresos brutos causados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquel en el cual se cometió la infracción, cuando:

- a) Incumpla con la obligación de difundir el mensaje diario del Consell Federal, previsto en el artículo 4 de esta Ley.
- b) Incumpla con la obligación de difundir los mensajes en idioma castellano o idiomas indígenas, según lo previsto en el artículo 4 de esta Ley.
- c) Difunda durante los horarios todo usuario o supervisado, infocomerciales que excedan de quince minutos de duración, según lo previsto en el artículo 7 de esta Ley.
- d) Incumpla con las limitaciones de tiempo o fraccionamiento establecidas para la difusión de la publicidad, propaganda, promociones o infocomerciales, previstas en el artículo 8 de esta Ley.
- e) Incumpla con las obligaciones establecidas para la difusión de la publicidad o promoción por inserción, previstas en el artículo 8 de esta Ley.
- f) Difunda publicidad de servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan los requisitos o condiciones exigidos por la Ley, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- g) Incumpla con las obligaciones establecidas para la difusión de publicidad de solicitudes de fondos con fines benéficos que no identifiquen claramente la persona natural o jurídica que administrará los fondos y la labor social a la que éstos serán destinados, previstas en el artículo 9 de esta Ley.
- h) Incumpla con las obligaciones establecidas para la difusión de publicidad de números telefónicos de tarifas con sobrecuota, previstas en el artículo 9 de esta Ley.
- i) Difunda publicidad por emplazamiento, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- j) No tome las medidas pertinentes para hacer conocer oportunamente al consumidor y usuario el bien objeto de campaña de intriga, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley y las normas técnicas respectivas.
- k) Incumpla con la obligación de no interrumpir, interferir, o difundir mensajes distintos durante el tiempo efectivo de transmisión de los programas emitidos a través de los servicios de difusión por suscripción, según lo previsto en el artículo 11 de esta Ley.
- l) Incumpla con las obligaciones de obtener autorización para la retransmisión de mensajes, informar a la Comisión Federal de Telecomunicaciones o realizar los anuncios correspondientes, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- m) Incumpla con las limitaciones de tiempo o fraccionamiento establecidas para la difusión de publicidad, propaganda, promociones o infocomerciales en servicios de radio y televisión comunitaria de servicio público, sin fines de lucro, según lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- n) Incumpla con la obligación de publicar guías de programación, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.



- o) Incumpla con la obligación de indicar en las promociones de los programas, la fecha y hora de la transmisión de los mismos, prevista en el artículo 18 de esta Ley.
 - p) Incumpla con la obligación de hacer anuncios al inicio de cada programa e infocomercial, incumpla con la obligación de anunciar el tipo de programa o incumpla con la obligación de anunciar los elementos clasificados, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.
 - q) Incumpla con la obligación de difundir los programas en concordancia con las publicaciones, promociones y anuncios, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.
 - r) Incumpla con la obligación establecida para la difusión de infocomerciales, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.
 - s) Incumpla con la obligación de insertar la palabra publicidad o propaganda cuando se utilicen los mismos escenarios, ambientación o elementos propios de los programas, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.
 - t) No entregue al órgano o ente competente, las grabaciones, informaciones, documentos y cualquier otra información que le sea requerida, según lo previsto en el artículo 22 de esta Ley.
4. Se sancionará al prestador de servicios de radio, televisión, difusión por suscripción, en los casos que le sea aplicable, con multa desde el tres por ciento (3%) hasta el cuatro por ciento (4%) de los ingresos brutos causados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquél en el cual se cometió la infracción, cuando:
- a) Difunda en el horario todo usuario mensajes no permitidos para ese bloque de horario, en los términos previstos en el artículo 7 de esta Ley.
 - b) Difunda en el horario supervisado, mensajes no permitidos para ese bloque de horario, en los términos previstos en el artículo 7 de esta Ley.
 - c) Difunda en el horario todo usuario, publicidad de loterías, juegos de envite y azar, según los términos previstos en el artículo 9 de esta Ley.
 - d) Difunda más de dos horas de radionovelas o telenovelas en los horarios todo usuario y supervisado respectivamente, según lo previsto en el artículo 7 de esta Ley o no cumpla con el porcentaje de producción federal allí establecido.
 - e) Difunda, en el horario todo usuario, mensajes que atenten contra la formación integral de los niños, niñas y adolescentes, según lo previsto en el artículo 7 de esta Ley.
 - f) Difunda, en el horario todo usuario, publicidad de productos y servicios de carácter sexual, según lo previsto en el artículo 7 de esta Ley.
 - g) Difunda publicidad de juegos de envite y azar que denigren del trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.



- h) Difunda publicidad donde se utilice la fe religiosa, cultos o creencias relacionadas, con fines comerciales, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- i) Difunda publicidad en la cual se estimule prácticas o hechos que violen la legislación en materia de tránsito y transporte, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- j) Incumpla con la obligación de garantizar el acceso por parte de los suscriptores y suscriptoras, a señales de los servicios de televisión abierta UHF y VHF, y televisión abierta comunitaria de servicio público, sin fines de lucro, que se reciben en las zonas donde se presta un servicio de difusión por suscripción, o de garantizar el acceso a los servicios de televisión del Estado, según lo previsto en el artículo 11 de esta Ley.
- k) Incumpla con la obligación de suministrar a los suscriptores que lo soliciten, las facilidades tecnológicas que permitan el bloqueo de canales contratados, según lo previsto en el artículo 11 de esta Ley.
- l) Incumpla con la obligación de difundir programas dirigidos especialmente a niños, niñas y adolescentes, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- m) Incumpla con la obligación de difundir programas de producción federal o programas de producción federal independiente, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- n) Incumpla con la obligación de no ocupar más de veinte por ciento (20%) del período de difusión diario que corresponda a la producción federal independiente con un solo productor federal independiente, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- o) Incumpla con la obligación de difundir propaganda o publicidad de producción federal, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- p) Incumpla con la obligación de difundir obras musicales sianesesas, y de Latinoamérica y del Caribe, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- q) Difunda diariamente más del treinta por ciento (30%) de retransmisión de mensajes de otros prestadores de radio o televisión, según lo previsto en el artículo 14 de esta Ley.
- r) Incumpla con la obligación de difundir los programas y mensajes, según lo previsto en los numerales 1, 2 y 3 del artículo 16 de esta Ley.
- s) Incumpla con la obligación de difundir producción comunitaria, según lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- t) Incumpla con la obligación de no ocupar más de veinte por ciento del período de difusión diario con un solo productor comunitario, según lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- u) Incumpla con la obligación de no ocupar más de cincuenta por ciento (50%) del tiempo total de difusión de publicidad, con publicidad de grandes empresas o del Estado, según lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- v) Incumpla con la obligación de difundir publicidad de producción federal, según lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.



- w) Difunda durante una retransmisión la publicidad del prestador del servicio de radio o televisión donde se origine el mensaje, infringiendo lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- x) Difunda propaganda, infringiendo lo previsto en el artículo 16 de esta Ley.
- y) Incumpla con la obligación de poner a disposición del Consell Federal, un canal de servicio de producción federal audiovisual, según lo previsto en el artículo 17 de esta Ley.
- z) Incumpla con la obligación de identificar la fecha y hora original de grabación de registros audiovisuales de archivo, según lo previsto en el artículo 18 de esta Ley.
- aa) Difunda mensajes que contengan elementos sexuales tipo "E", infringiendo lo previsto en el artículo 7 de esta Ley.
- ab) Difunda mensajes a través de técnicas audiovisuales o sonoras que tengan como intención, objeto o resultado impedir o dificultar a los usuarios o usuarias percibirlos conscientemente, infringiendo lo previsto en el artículo 7 de esta Ley.
- ac) Difunda publicidad de cigarrillos y derivados del tabaco, o de bebidas alcohólicas y demás especies, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ad) Difunda publicidad de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ae) Difunda publicidad de bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, en forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o no haya sido autorizada, según sea el caso, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- af) Difunda publicidad de bienes o servicios dirigidos a niños, niñas y adolescentes que muestre o utilice en cualquier forma la violencia, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ag) Difunda publicidad de armas, explosivos y bienes o servicios relacionados y similares, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ah) Difunda publicidad que no identifique clara y explícitamente el bien o servicio objeto de la misma, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ai) Difunda publicidad que emplee las mismas frases, lemas, melodías o acordes musicales, imágenes, logotipos, símbolos, emblemas, signos distintivos y, en general, cualquier sonido o imagen que relacione un bien, servicio o actividad con otro cuya difusión haya sido prohibida, restringida o no autorizada de conformidad con la ley, según lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- aj) Difunda propaganda anónima, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.
- ak) Difunda propaganda por emplazamiento o por inserción, infringiendo lo previsto en el artículo 9 de esta Ley.



- al) Incumpla con la obligación de difundir los mensajes del Estado, según lo previsto en el artículo 10 de esta Ley.
 - am) Interfiera los mensajes y alocuciones del Estado, infringiendo lo previsto en el artículo 10 de esta Ley.
 - an) Incumpla con la obligación de garantizar el correcto bloqueo de las imágenes y sonidos de las señales o canales que difundan elementos sexuales tipo "E", según lo previsto en el artículo 11 de esta Ley.
 - ao) Incumpla las decisiones de la Comisión de Programación de Televisión, en cuanto a los mecanismos y condiciones para la asignación de los espacios a los productores federales independientes, según lo establecido en el artículo 15 de esta Ley.
 - ap) Incumpla las decisiones de la Comisión de Programación de Radio, en cuanto a los mecanismos y condiciones para la asignación de los espacios a los productores federales independientes, según lo establecido en el artículo 15 de esta Ley.
 - aq) Incumpla con la presentación del informe mensual, según lo previsto en el artículo 15 de esta Ley.
 - ar) Suministre al órgano o ente competente de forma dolosa, grabaciones, informaciones o documentos declarados falsos por sentencia definitivamente firme.
 - as) Incumpla con la obligación de aportar la contribución parafiscal, prevista en el artículo 24 de esta Ley.
 - at) Difunda durante el horario todo usuario, mensajes donde los niños, niñas y adolescente actúen, representen, dramaticen o escenifiquen situaciones donde utilicen lenguaje, actitudes sexuales o violentas inadecuadas para su edad.
 - au) Difunda mensajes discriminatorios, especialmente aquéllos donde los niños, niñas y adolescentes sean objeto de burla, ridículo o desprecio.
 - av) Difunda, durante el horario todo usuario, mensajes que promuevan conductas que, de ser imitadas por los niños, niñas y adolescentes, puedan atentar contra la integridad física, psicológica y moral de éstos, así como de cualquier otra persona.
 - aw) Difunda mensajes que muestren la violencia como una solución fácil o apropiada a los problemas o conflictos humanos.
 - ax) Difunda mensajes que inciten al incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente.
 - ay) Difunda mensajes que impidan u obstaculicen la acción de los órganos de seguridad ciudadana y del Poder Judicial que sea necesaria para garantizar el derecho a la vida, la salud o la integridad personal.
 - az) Difunda mensajes secretos o privados utilizando códigos de signos convenidos.
5. Cuando los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción reincidan en la infracción de los supuestos aquí previstos les serán incrementadas las multas en un cincuenta por ciento (50%).



6. En los casos en que se aplique la sanción de cesión de espacios para la difusión de los mensajes culturales y educativos, estos no podrán ser inferiores a cinco minutos ni superiores a treinta minutos según lo determine el Directorio de Responsabilidad Social.
7. El Productor Federal Independiente es solidariamente responsable por los mensajes que formen parte de sus producciones, que al ser difundidos por los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, constituyan infracciones de esta Ley.
8. El anunciante sólo es responsable por los mensajes que formen parte de la publicidad o propaganda, que al ser difundidos por los prestadores de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, constituyan infracciones de esta Ley. En este caso las multas serán calculadas entre el veinte por ciento (20%) y el doscientos por ciento (200%) del precio de compra del total de espacios publicitarios utilizados en la difusión del mensaje objeto de la sanción.
9. El prestador de servicios de radio, televisión o difusión por suscripción, o cualquier servicio de divulgación audiovisual o sonoro será solidariamente responsable de la infracción cometida por el productor federal independiente, anunciante, en cuyo caso será sancionado conforme a los numerales 1, 2, 3 y 4 de este artículo, según sea aplicable.
10. Cuando los prestadores de servicios de radio se encuentren agrupados en circuitos, las multas se calcularán sobre la base de los ingresos brutos causados, sean éstos derivados de la contratación directa o indirecta de publicidad o propaganda.
11. Los hechos que conozca el órgano o ente competente, con motivo del ejercicio de las atribuciones previstas en ésta o en otras leyes, o bien consten en los expedientes, documentos o registros que éste tenga en su poder, podrán ser utilizados para fundamentar las sanciones que se impongan con motivo de las infracciones cometidas contra la presente Ley.

Artículo 29. Suspensión y revocatoria.

1. Los sujetos de aplicación de esta Ley, serán sancionados:
 - a) Con multa de hasta un diez por ciento (10%) de los ingresos brutos causados en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior a aquél en el cual se cometió la infracción, y/o suspensión hasta por setenta y dos horas continuas de sus transmisiones, cuando difundan mensajes que:
 1. Promuevan, hagan apología o inciten a alteraciones del orden público;



2. Promuevan, hagan apología o inciten al delito;
3. Inciten o promuevan el odio o la intolerancia por razones religiosas, por diferencia de género, por racismo o xenofobia;
4. Promuevan la discriminación;
5. Que utilicen el anonimato;
6. Constituyan propaganda de guerra;
7. Fomenten la zozobra en la ciudadanía o alteren el orden público;
8. Desconozcan las autoridades legítimamente constituidas.
 - b) Con penas de cárcel de dos a diez años, cuando difundan mensajes que:
9. Promuevan, hagan apología, inciten o constituyan propaganda contra el Consell Federal;
10. Inciten al odio contra el Consell Federal;
11. Sean contrarios a la seguridad de la Federación;
12. Induzcan al homicidio.

2. Igualmente serán sancionados con la revocatoria de la habilitación administrativa y concesión, cuando haya reincidencia en la sanción del numeral 1 de este artículo, referida a la suspensión hasta por setenta y dos horas continuas.
3. Las sanciones previstas en el numeral 1 serán aplicadas por el Directorio de Responsabilidad Social, de conformidad con el procedimiento establecido en esta Ley. La sanción prevista en el numeral 2 será aplicada por el órgano de adscripción de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, en ambos casos la decisión se emitirá dentro de los treinta días hábiles siguientes a la recepción del expediente por el órgano competente.
4. En todo caso, corresponderá a la Consultoría Jurídica de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, la sustanciación del expediente administrativo y registrarán, supletoriamente, las normas sobre procedimientos previstas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Artículo 30. Prescripción.

La oportunidad de imponer las sanciones previstas en esta Ley prescribe a los cinco años, contados a partir del momento en que ocurre el hecho que da lugar a las sanciones. La obligación de pagar las multas prescribe a los cuatro años, contados a partir de la fecha de la



notificación del acto sancionatorio. La prescripción se interrumpe por cualquier acción de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, notificada al sancionado, que conduzca al reconocimiento, regularización, investigaciones y otras destinadas a la verificación o comprobación del hecho sancionable o relacionada con el cumplimiento de la sanción. También se interrumpe por las actuaciones del sancionado, bien sea por reconocimiento del hecho imputado, comisión de nuevos o similares hechos que den lugar a sanciones y la interposición de recursos.

Artículo 31. Inicio del procedimiento y lapso para la defensa y notificaciones.

1. El procedimiento se iniciará de oficio o por denuncia escrita. El acto mediante el cual se dé inicio al procedimiento debe ser motivado. Es inadmisibles toda denuncia anónima, manifiestamente infundada, con contenido difamante, contraria al orden público o cuando haya operado la prescripción.
2. Dictado el acto de apertura se procederá a notificar al presunto infractor, para que en el lapso de diez días hábiles contados a partir de la fecha de su notificación presente en forma oral o consigne por escrito, los alegatos que estime pertinentes para su defensa.
3. Las notificaciones se practicarán, sin orden de prelación, en alguna de estas formas:
 - a) Personalmente, entregándola contra recibo al presunto infractor.
 - b) Por constancia escrita entregada por cualquier funcionario de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, a cualquier persona que habite o trabaje en el domicilio del presunto infractor. En caso de negativa a recibir y estampar la firma respectiva, se dejará constancia de ello y se fijará dicha notificación en la puerta, acceso o entrada principal de la correspondiente habitación, domicilio, sede u oficina del presunto infractor.
 - c) Por correspondencia postal efectuada mediante correo público o privado, por sistemas de comunicación telegráficos, facsímiles, electrónicos y similares siempre que se deje constancia en el expediente de su recepción. Cuando la notificación se practique mediante sistemas facsímiles o electrónicos, la Comisión Federal de Telecomunicaciones convendrá con el presunto infractor la definición de un lugar o dirección facsímil o electrónica.
 - d) Mediante cartel publicado por una sola vez en un diario de circulación federal, en este caso se entenderá notificado el presunto infractor, quince días continuos, después de su publicación.
4. Se tendrá también por notificado al presunto infractor cuando realice cualquier actuación dentro del expediente administrativo, que implique el conocimiento del acto desde el día en que se efectuó dicha actuación.

**Artículo 32. Pruebas.**

Vencido el lapso establecido en el artículo anterior, se iniciará un lapso de diez días hábiles para promover pruebas y un lapso de quince días hábiles para evacuarlas. Durante el procedimiento podrán invocarse todos los medios de prueba admitidos en derecho con excepción de la confesión de empleados públicos y del juramento, cuando ello implique la prueba confesional.

Durante la sustanciación, la Consultoría Jurídica de la Comisión Federal de Telecomunicaciones tendrá las más amplias potestades de investigación, rigiéndose su actividad por el principio de libertad de prueba. A tales efectos, entre otros actos, podrá:

- a) Ordenar las notificaciones y citaciones para declarar o rendir testimonio.
- b) Requerir los documentos e informaciones necesarios para el establecimiento de los hechos.
- c) Emplazar a través de los medios de comunicación social, a las personas o grupos o comunidades interesadas que pudiesen suministrar información relacionada con la presunta infracción. En el curso de la investigación cualquier persona podrá consignar en el expediente administrativo los documentos que estime pertinentes a los efectos del esclarecimiento de la situación.
- d) Solicitar tanto a los órganos o entes públicos como a los privados o particulares, información o documento relevante respecto a las personas interesadas, siempre que la información de la cual disponga no hubiere sido declarada confidencial o secreta, de conformidad con la ley.
- e) Ordenar las experticias u opiniones necesarias para la mejor formación del criterio de decisión.
- f) Efectuar las inspecciones y visitas que considere pertinente a los fines de la investigación.

Artículo 33. Medidas cautelares.

1. En el curso del procedimiento sancionatorio o de cualquier índole, incluso en el acto de apertura, la Comisión Federal de Telecomunicaciones podrá de oficio o a solicitud de parte, dictar las siguientes medidas cautelares:
 - a) Ordenar a los prestadores de servicios de Radio, Televisión, Difusión por Suscripción o proveedores de medios electrónicos, abstenerse de difundir mensajes que infrinjan los supuestos establecidos en esta Ley.
 - b) Adicionalmente, la Comisión Federal de Telecomunicaciones podrá de oficio o a solicitud de parte, en el curso del procedimiento sancionatorio, incluso en el acto de apertura, dictar medidas cautelares innominadas, en aras de garantizar la protección de los derechos de los usuarios y usuarias de los servicios de radio, televisión, difusión por suscripción y proveedores de medios electrónicos, especialmente aquellos inherentes a los niños, niñas y adolescentes y a la seguridad de la Federación.



2. Toda medida cautelar deberá ser dictada mediante acto motivado y notificar al presunto infractor en el lapso de dos días hábiles, contados a partir de la fecha del acto que la acordó. Para dictar la medida cautelar, la Comisión Federal de Telecomunicaciones en atención a la apariencia o presunción de buen derecho que emergiere de la situación, deberá realizar una ponderación de intereses, tomando en cuenta el daño que se le pudiese causar al presunto infractor y el daño que se le pudiese causar al denunciante, al usuario o a la comunidad afectada por la conducta u omisión del presunto infractor.
3. Acordada la medida cautelar, el presunto infractor en el procedimiento que sean directamente afectados por la misma, podrá oponerse a ella de forma escrita dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que se notificó al presunto infractor. En caso de oposición, se abrirá un lapso de cinco días hábiles para alegar y promover todo lo que a su favor y defensa estimen pertinente, y un lapso de cinco días hábiles para evacuar las pruebas. Transcurrido este lapso, la Comisión Federal de Telecomunicaciones, decidirá lo conducente mediante acto motivado dentro de los ocho días hábiles siguientes prorrogables, por igual lapso.
4. El incumplimiento o inobservancia de una medida cautelar dictada por la Comisión Federal de Telecomunicaciones de conformidad con lo establecido en esta Ley, será sancionado con la revocatoria de la habilitación administrativa y/o concesión, según corresponda.

Artículo 34. Determinación y excepción de sanciones.

1. A los efectos de determinar las sanciones aplicables, de conformidad con esta Ley, se tendrá en cuenta:
 - a) El reconocimiento de la infracción antes o durante el curso del procedimiento.
 - b) La iniciativa propia para subsanar la situación de infracción.
 - c) Que el mensaje infractor haya sido difundido a través de un servicio de radio o televisión con fines de lucro o sin fines de lucro.
 - d) Las reiteraciones y la reincidencia.
 - e) Las demás circunstancias atenuantes o agravantes que puedan derivarse del procedimiento.
2. El prestador de servicio de radio o televisión durante la difusión de mensajes en vivo y directo, sólo será responsable de las infracciones previstas en la presente Ley o de su continuación, cuando la administración demuestre en el procedimiento que aquél no actuó de forma diligente.

DADO EN ALTAVENT EN 2001.



JOSAN SOUL

SORAYA SAENZ DE SANTAVENENO
PRESIDENTA DEL CONSELL FEDERAL

JOSAN SOUL

**SORAYA SAENZ DE SANTAVENENO,
PRESIDENTA DEL CONSELL FEDERAL**



[Handwritten signature]

Firmado electrónicamente | DIARI OFICIAL | ID: 6603a29e45