
— TMT · CORPORATIVO/M&A · PROTECCIÓN DE DATOS · LITIGIO ESTRATÉGICO

Derechos de las Audiencias: qué se publicó el 28 de agosto 2026 y qué implica para medios, anunciantes y marcas

Análisis del Acuerdo P/CRT/EXT/26082026/109 mediante el cual el pleno de la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones aprueba y emite los “Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las Audiencias”, publicado en Diario Oficial de la Federación el 28 de agosto de 2026.

por Ricardo Chacón

EN RESUMEN

Este análisis examina el Acuerdo P/CRT/EXT/26082026/109, mediante el cual la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones (CRT) emite los *Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las Audiencias*. El documento analiza el alcance operativo de las nuevas reglas para medios, anunciantes y marcas, destacando la eliminación del criterio punitivo sobre “información falsa”, la regulación de espacios comerciales y menciones de marca, así como los requisitos para Códigos de Ética y Personas Defensoras. Asimismo, aborda los riesgos de certeza jurídica, el impacto en protección de datos personales y en auditorías de M&A, concluyendo con una guía de cumplimiento y las vías de defensa constitucional aplicables.

1. ¿Qué se publicó?

El viernes 28 de agosto de 2026, en la edición vespertina del Diario Oficial de la Federación, se publicó el Acuerdo mediante el cual el Pleno de la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones aprueba y emite los “Lineamientos Generales para la Protección de los Derechos de las Audiencias”, junto con su Anexo Único y siete anexos técnicos y de formato.

Una precisión que conviene hacer desde el principio: **no es un decreto**.

Se ha hablado en la conversación pública de un "decreto sobre las audiencias", pero se trata de un Acuerdo del Pleno de un órgano regulador que emite disposiciones administrativas de carácter general — el propio artículo 1 las califica así —. La distinción no es cosmética: determina la vía de impugnación, el estándar de control constitucional aplicable (reserva de ley, subordinación jerárquica, taxatividad) y el margen de la autoridad para modificarlas después.

Instrumento	Acuerdo P/CRT/EXT/26082026/109, aprobado por unanimidad en la Vigésima Cuarta Sesión Extraordinaria del Pleno de la CRT, el 26 de agosto de 2026.
Publicación	DOF, edición vespertina, 28 de agosto de 2026.
Entrada en vigor	30 días naturales siguientes a su publicación → 27 de septiembre de 2026.
Abroga	Los Lineamientos Generales para garantizar los Derechos de las Audiencias, publicados el 5 de febrero de 2025.
Fundamento constitucional	Arts. 6º, apartado B, fracciones III, IV y VI; 7º; y 28, párrafo décimo sexto.
Fundamento legal	Arts. 208, fr. II, y 250 a 255 de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
Emisor	Comisión Reguladora de Telecomunicaciones, órgano de la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones.
Estructura	53 artículos en cinco títulos, cinco transitorios y siete anexos.
Consulta pública	27 de julio al 21 de agosto de 2026; 8,889 participaciones.

Destinatarios (art. 1): concesionarias de televisión abierta y radio, concesionarias de televisión y/o audio de paga, y programadoras. **No aplica a prensa escrita ni a plataformas digitales.**

Un dato operativo que se pasa por alto con facilidad: conforme al artículo 5, todos los plazos fijados en días se entienden **hábiles**. Eso cambia el cálculo de prácticamente todos los términos del procedimiento de queja.

2. ¿Qué establecen los Lineamientos?

2.1 El catálogo de derechos (art. 8).

Catorce fracciones. Además de las conocidas —información veraz, plural y oportuna; que la publicidad no se presente como información noticiosa; elementos para distinguir publicidad de contenido; elementos para diferenciar información noticiosa de opinión; derecho de réplica; no discriminación— hay tres que casi nadie ha comentado y que tienen impacto operativo directo:

- **Fracción VIII:** mantener la misma calidad y niveles de audio y video a lo largo de la programación **y durante los espacios publicitarios**. El viejo problema del comercial que suena más fuerte queda expresamente regulado.
- **Fracción XIII:** respetar horarios, avisar los cambios de programación **con al menos 24 horas de anticipación** cuando sean previsibles, o antes del inicio del programa afectado cuando no lo sean, e incluir avisos parentales.
- **Fracción XIV:** derechos específicos de **audiencias con discapacidad**, incluyendo guías de programación accesibles por línea telefónica, aplicaciones o portal.

2.2 Distinción entre publicidad y contenido (arts. 9 y 10)

El artículo 9 prohíbe presentar publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa. El artículo 10 obliga a identificar **todo patrocinio, mensaje comercial, contenido de marca o emplazamiento de producto**. Los Lineamientos definen expresamente *contenido de marca* y *emplazamiento de producto* (art. 3, fracciones X y XIII), lo que cierra la puerta a discusiones sobre si el branded content queda o no comprendido.

Para televisión abierta y de paga, en espacios comercializados dentro de un contenido:

- La concesionaria **podrá** hacer la mención mostrando en pantalla el símbolo "**P**" conforme al Anexo 1, y ese símbolo **se podrá** incluir al inicio y al final del espacio por al menos cinco segundos continuos.
- Al final de cada contenido **se deberá** mostrar en pantalla la leyenda de que el programa contó con espacios comercializados y/o patrocinados, **y los logotipos o nombres comerciales de las marcas** que los contrataron.
- Los cortes comerciales deben anunciarse al inicio y al final cuando la continuidad de la transmisión no lo haga evidente.

Para radio y audio de paga, al final de cada contenido debe expresarse verbalmente la misma leyenda, y anunciarse el inicio y fin de los cortes comerciales cuando no resulte claro.

Aquí hay que ser preciso: **el símbolo "P" quedó redactado en términos potestativos** ("podrán", "se podrá"), no obligatorios. El proyecto sometido a consulta decía "deberá". Lo que sí es obligatorio es la **leyenda de cierre con las marcas**. Y en radio, el proyecto exigía mención verbal previa y clara de que se trataba de publicidad; la versión final la sustituyó por la leyenda al final del contenido.

2.3 Información noticiosa contra opinión (art. 11).

En televisión: plecas, cortinillas, mensajes en pantalla o cualquier otro elemento que permita identificar plenamente si quien conduce, informa o comenta expresa de forma indistinta opiniones y mensajes noticiosos, o principalmente opiniones. Deben incorporarse **al menos al inicio y al final del programa**, no de forma permanente. En radio y audio de paga, elementos sonoros equivalentes, también al inicio y al final. Aplica a concesionarias **y a programadoras**.

2.4 Deber de diligencia en la información noticiosa (art. 12).

El artículo más discutido. Su redacción final:

Las Concesionarias [...] adoptarán las medidas necesarias para preservar la pluralidad y veracidad de la información, debiéndose apegar a los criterios editoriales y valores que establezcan en sus Códigos de Ética para el tratamiento de la información noticiosa.

El proyecto sometido a consulta obligaba a adoptar medidas **para no difundir información falsa, descontextualizada o información histórica como si fuera actual**. Esa fórmula desapareció. El considerando explica el cambio: se armonizó la redacción con el artículo 6º, apartado B, fracción III constitucional, que ordena preservar la pluralidad y la veracidad de la información en el servicio de radiodifusión.

Correlativamente, el **artículo 18, fracción I, inciso b)** exige que el Código de Ética contenga criterios editoriales y valores para el tratamiento de la información noticiosa **que aseguren que, al momento de hacerla pública, se contaba con elementos mínimos para concluir que la noticia era veraz**. Es, en sustancia, un estándar de diligencia informativa previa, no una obligación de resultado sobre la verdad.

2.5 Réplica y accesibilidad (arts. 13 a 16).

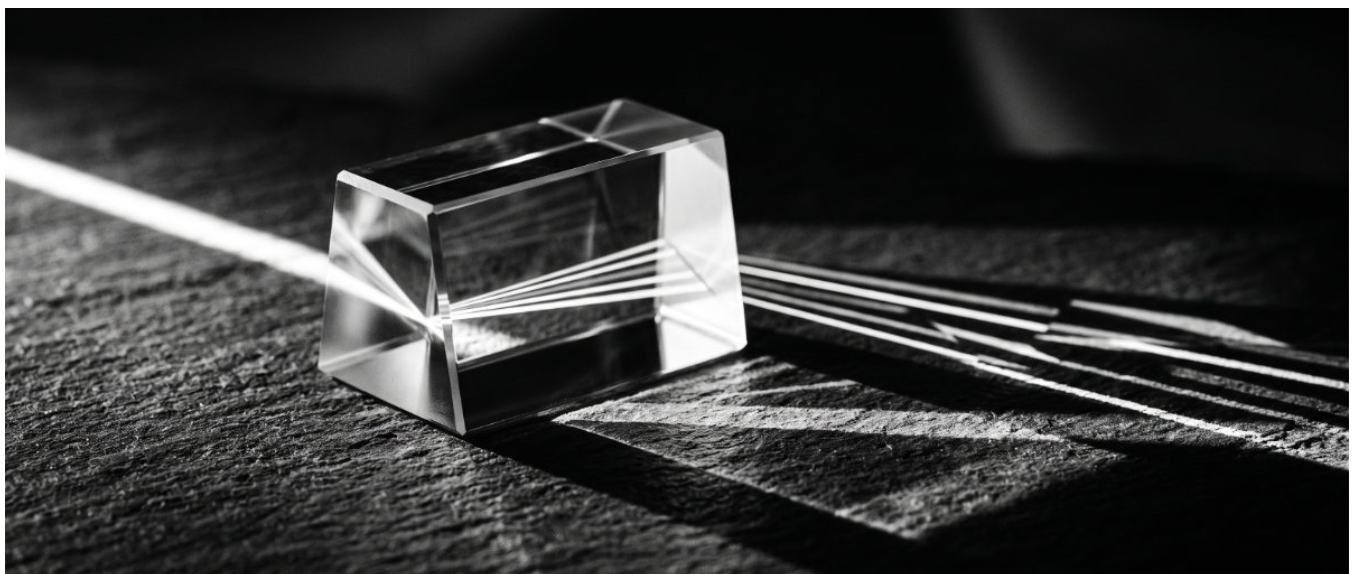
El derecho de réplica se remite íntegramente a su ley reglamentaria; la obligación que se añade es **informativa**: publicar en el portal que el derecho existe y que, de ser procedente, la rectificación se transmitirá gratuitamente por el mismo medio. En accesibilidad, los Lineamientos son más exigentes de lo que se ha reportado: subtítulo oculto con siete parámetros técnicos (sincronía, ubicación, número de líneas, tipografía, contraste), doblaje al español y Lengua de Señas Mexicana, disponibles **al menos en un contenido noticioso y un programa infantil de mayor audiencia nacional**, transmitidos entre las 06:00 y las 24:00 horas, para señales comerciales y públicas de televisión abierta con cobertura superior al 50% del territorio nacional. En programas en vivo se admite un retraso de hasta cinco segundos.

2.6 Los dos instrumentos: Código de Ética y Persona Defensora (arts. 17 a 38).

Código de Ética. Siete contenidos mínimos (art. 18), entre ellos criterios editoriales sobre protección a grupos vulnerables, no discriminación y no emisión de discursos de odio; mención expresa de los derechos de las audiencias; misión, visión e identidad editorial; identidad programática; y mecanismos para nombrar a la Persona Defensora. **Cada canal de multiprogramación requiere su propio Código** (art. 19), aunque los canales con la misma identidad programática a nivel nacional comparten uno. Debe **inscribirse en el Registro Público de Concesiones** (art. 20), con afirmativa ficta a los 15 días (art. 21), publicarse en portal, medios digitales e instalaciones dentro de los 10 días siguientes a la constancia (art. 22), y **es aplicable y exigible a partir de la notificación de la constancia de inscripción** (art. 24).

Persona Defensora. Obligatoria para televisión abierta y radio. Requisitos (art. 27): 30 años cumplidos, experiencia en comunicaciones, derecho, radiodifusión o telecomunicaciones, no haber sido condenada por delito doloso con pena de prisión mayor a un año, y **no haber laborado para la concesionaria en los dos años previos**. Impedimentos amplios por parentesco, participación accionaria y representación legal (art. 29). Designación por **tres años, prorrogable hasta en dos ocasiones**, con observancia del principio de igualdad de género (art. 34). Causas tasadas de terminación (art. 35). La concesionaria está obligada a proveerle recursos técnicos y materiales **asegurando su independencia e imparcialidad, sin interferencias directas o indirectas** (art. 37). Debe publicar y remitir a la Comisión un **informe semestral en abril y octubre** (art. 38, fr. V).

Para **televisión y audio de paga**, contar con Persona Defensora es **potestativo**: pueden designar en su lugar un área responsable de atender quejas con las mismas reglas (art. 51).



"Un estándar de diligencia informativa previa, no una obligación de resultado sobre la verdad."

2.7 El procedimiento de queja (arts. 39 a 50).

1. **Presentación:** por domicilio de la concesionaria, domicilio de la Persona Defensora o correo electrónico habilitado, dentro de los **7 días** siguientes a la emisión del contenido (art. 45). Requiere nombre e identificación oficial, correo para notificaciones, datos que identifiquen el contenido, y motivos y evidencia (art. 44). **La queja puede fundarse en la violación al Código de Ética de la propia concesionaria.** La Persona Defensora no puede negar su recepción por falta de requisitos.
2. **Prevención:** 3 días para prevenir, 5 para subsanar. Si se desecha, **la audiencia puede inconformarse ante la Comisión, que podrá ordenar la admisión y trámite** (art. 45).
3. **Requerimiento:** admitida la queja, dentro de 5 días la Defensora requiere a la concesionaria informe y testigos de audio/video; ésta responde en 5 días (art. 46).
4. **Determinación y Recomendación:** la Defensora resuelve si hubo o no contravención. Si la hubo, emite Recomendación **para que se rectifique o modifique el contenido**, con acciones correctivas. Se notifica en 3 días y **la concesionaria debe hacerla pública en su portal dentro de las 24 horas siguientes** (art. 47).
5. **Cumplimiento:** la concesionaria informa acciones en 5 días, prorrogables por 5 más; la Defensora emite un **Análisis de Cumplimiento** (art. 48).
6. **Intervención de la Comisión (art. 49):** procede a petición de la audiencia (si no se resuelve o se resuelve fuera de plazo) o de la Defensora (si la concesionaria no responde). La Comisión **exhorta** a la concesionaria, con apercibimiento de inicio del procedimiento sancionatorio.
7. **Plazo global:** la Defensora debe atender la queja en un máximo de **20 días** (art. 42), suspendible por prevención o inconformidad.

2.8 Supervisión y sanciones (arts. 52 y 53).

La Comisión supervisa mediante monitoreos, requerimientos "o cualquier otra actuación que sea necesaria". Las infracciones se sancionan **en términos del artículo 295 de la Ley** —no del 282, como decía el proyecto y como repitió buena parte de la prensa— con multa del **0.01% al 1% de los ingresos acumulables**

El cambio de referencia importa mucho, y el propio considerando lo explica: el artículo 295 acota los supuestos a **(i) no poner a disposición de las audiencias mecanismos de defensa y (ii) no nombrar Defensor de las Audiencias o no emitir Códigos de Ética**; y además prevé que **no se aplica sanción si hay cumplimiento espontáneo** sin requerimiento, visita de inspección o verificación previos, y que **en la primera infracción la Comisión amonesta por única ocasión**.

2.9 Régimen transitorio.

Obligación	Plazo	Fecha
Entrada en vigor	30 días naturales	27 de septiembre de 2026
Inscripción del Código de Ética	30 días hábiles desde la vigencia	≈ 6 de noviembre de 2026
Inscripción de la Persona Defensora	30 días hábiles desde la vigencia	≈ 6 de noviembre de 2026
Servicios de accesibilidad	60 días hábiles desde la vigencia	≈ 21 de diciembre de 2026
Concesionarias sociales comunitarias, indígenas y afromexicanas	180 días hábiles	2027

3. Comentarios

3.1 Lo que hay que reconocer

1. **Desapareció la fórmula sobre información "falsa" o "descontextualizada"** como obligación autónoma. Su sustitución por el deber de preservar pluralidad y veracidad, anclado en el texto constitucional y operado a través de un estándar de diligencia previa, evita que el regulador tenga que calificar la verdad de una nota.
2. **Se corrigió la remisión sancionatoria** del artículo 282 al 295, lo que reduce el universo de conductas multables a dos supuestos objetivos e incorpora amonestación en primera infracción y exención por cumplimiento espontáneo.
3. **La intervención de la Comisión quedó acotada al procedimiento**, no al fondo: exhorta a que se responda, no revisa si la Determinación de la Defensora fue correcta.
4. **La identificación publicitaria se flexibilizó** de "deberá" a "podrá" en el símbolo "P", atendiendo a los retos técnicos de producción que se plantearon en la consulta.

Si **se publicó un Informe de Consideraciones** de la consulta pública en el portal de la CRT, y el propio Acuerdo lo documenta. El reproche legítimo no es que no exista, sino que el Acuerdo reconoce que los comentarios se valoraron **"de manera general"**, sin una respuesta desagregada por observación.

3.2 El problema estructural: ¿quién vigila?

La objeción más seria está en que **la CRT no es el IFT**. El órgano constitucional autónomo (IFT) desapareció y sus funciones pasaron a un regulador inserto en la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones.

El estándar interamericano en materia de radiodifusión, desarrollado por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH, exige que el órgano que aplica la regulación audiovisual sea independiente del poder político y de los intereses del sector regulado. Ningún lineamiento, por bien redactado que esté, sana un déficit de independencia orgánica. Y cuando el regulador depende del Ejecutivo, incluso una facultad estrictamente procedimental opera con una carga distinta sobre las salas de redacción.

Por otro lado, el **artículo 6** reserva la interpretación administrativa de los Lineamientos al Pleno de la propia Comisión. La cláusula de salvaguarda del artículo 2 —que prohíbe interpretar el instrumento como restricción a la libertad editorial o como censura previa— es necesaria, pero quien la interpreta es el mismo órgano cuya independencia está en cuestión.

3.3 Un problema de tipicidad.

El **artículo 53** dispone que **"las infracciones a las disposiciones previstas en los presentes Lineamientos"** se sancionarán en términos del artículo 295 de la Ley. Pero el artículo 295 contiene **dos supuestos tasados**: no poner a disposición mecanismos de defensa, y no nombrar defensor o no emitir código de ética. La redacción del artículo 53 es universal; el precepto al que remite es cerrado.

Esa asimetría genera dos lecturas incompatibles:

- **Lectura restrictiva:** solo son sancionables los dos supuestos del 295. Entonces el incumplimiento del artículo 10 (identificación publicitaria), del 11 (distinción información/opinión), del 12 (diligencia informativa) o de los artículos 14 a 16 (accesibilidad) **carece de consecuencia sancionatoria directa**. Buena parte de los Lineamientos sería norma imperfecta.
- **Lectura extensiva:** el artículo 53 amplía el catálogo de infracciones por vía de disposición administrativa general, remitiendo a una sanción prevista para otras conductas. Eso choca frontalmente con los principios de **tipicidad y taxatividad** en materia administrativa sancionadora y con la reserva de ley del artículo 14 constitucional.

El mismo problema aparece en el **artículo 50**: si la concesionaria no cumple la Recomendación de la Persona Defensora, "se dará inicio al procedimiento sancionatorio correspondiente".

¿Con qué fundamento, si desatender la recomendación de un órgano interno no es ninguno de los dos supuestos del artículo 295? Y en el **artículo 46**, donde se apercibe a la concesionaria con el inicio del procedimiento sancionatorio si no rinde su informe ante la Defensora.

Este es, con diferencia, el flanco más litigable del instrumento, y no requiere invocar la libertad de expresión para plantearlo.

3.4 La reserva de ley.

El artículo 12 ya no remite el contenido del deber a los códigos de ética de forma exclusiva: fija un deber sustantivo —preservar pluralidad y veracidad— tomado literalmente del artículo 6º, apartado B, fracción III constitucional, y solo después remite a los criterios editoriales propios como modo de cumplimiento. Eso reduce, sin eliminarlo, el problema que la SCJN identificó en el amparo en revisión 499/2020, donde declaró inconstitucionales los párrafos segundo y tercero del entonces artículo 256 de la LFTyR por violación a la reserva de ley al remitir a los códigos de ética la definición del contenido de los derechos de las audiencias.

Lo que mantiene viva la tensión es otra cosa: el **artículo 44, fracción III**, admite expresamente que la queja se funde en la transgresión **al Código de Ética de la concesionaria**. Es decir, el código —instrumento de autorregulación aprobado por el propio sujeto obligado— se convierte en parámetro de un procedimiento cuyo incumplimiento puede escalar hasta la intervención de la Comisión. Un mismo hecho podrá ser infracción para una concesionaria y no para otra, según lo que cada una haya escrito en su código.

No es un vicio insalvable —el sistema descansa en que el código es exigible desde su inscripción registral, art. 24—, pero exige que la CRT precise, por criterio interpretativo, hasta dónde llega la exigibilidad del código y dónde termina.

3.5 Independencia de la Persona Defensora.

Los Lineamientos hacen bastante más de lo que se les reconoció: mandato de tres años, prórrogas tasadas, impedimentos por parentesco y participación accionaria, prohibición de haber laborado para la concesionaria en los dos años previos, obligación expresa de la concesionaria de asegurar independencia e imparcialidad sin interferencias directas o indirectas, e informe semestral público.

El problema está en el **artículo 35, fracción III**: es causa de terminación de la designación **"la falta de atención a los requerimientos de información que le formule la Concesionaria"**. La concesionaria puede requerir información a la persona que resuelve quejas en su contra, y el incumplimiento de esos requerimientos extingue el nombramiento. Eso convive mal con el artículo 37. Es un vector de presión sobre un funcionario que la propia concesionaria designa.

Se corrige con un criterio interpretativo que acote esos requerimientos a cuestiones administrativas y excluya expresamente el fondo de las quejas en trámite.

3.6 Asimetrías que pueden generar fricción.

Programadoras. Están sujetas a los artículos 11 (información/opinión), 12 (diligencia) y 52-53 (supervisión y sanciones), pero **no están obligadas a expedir Código de Ética ni a designar Persona Defensora** (los arts. 18 y 25 se refieren solo a concesionarias). Quedan sujetas al deber sin el instrumento de cumplimiento, y potencialmente expuestas a sanción sin canal propio de atención.

Televisión y audio de paga. La Persona Defensora es potestativa (art. 51). Dos audiencias con el mismo agravio tendrán garantías distintas según reciban la señal por radiodifusión o por cable.

Radiodifusión frente a digital. Un mismo noticiero, con el mismo conductor y el mismo contenido patrocinado, queda sujeto a plecas, leyenda de cierre, código de ética y defensoría si se transmite en televisión abierta, y a nada si se distribuye en YouTube o en podcast. No regular plataformas es, desde la libertad de expresión, la decisión correcta. Pero produce arbitraje regulatorio en un mercado donde la migración de audiencias ya ocurrió.

3.7 Una contradicción entre el articulado y el Anexo 1.

El artículo 10 redacta el uso del símbolo "P" en términos potestativos: la concesionaria **podrá** hacer la mención mostrándolo, y el símbolo **se podrá** incluir al inicio y al final por al menos cinco segundos.

El **Anexo 1**, en sus consideraciones técnicas, dispone que el símbolo **deberá** mostrarse al inicio y al final del contenido en el que existan espacios comercializados, por al menos cinco segundos continuos.

Un anexo técnico no puede convertir en obligatorio lo que el articulado dejó potestativo. Prevalece el artículo 10. Pero la contradicción está en el texto publicado y va a producir consultas, criterios divergentes y, eventualmente, un requerimiento mal fundado.

3.8 Observaciones sobre el procedimiento de queja.

El plazo de 7 días. Contados desde la emisión del contenido, y aunque sean hábiles, son pocos para un derecho humano cuyo ejercicio depende de que la persona advierta la afectación, identifique al defensor, reúna evidencia y formalice la queja. Opera de facto como caducidad.

La identificación oficial. El artículo 44 exige nombre e identificación oficial. Es entendible por debido proceso y protección de datos, pero elimina la queja anónima y puede inhibir denuncias sobre contenidos políticamente sensibles. Un mecanismo de reserva de identidad frente al medio, conservándola frente a la Defensora, resolvería la tensión.

3.9 Protección de datos personales.

El artículo 40 hace responsables a la Persona Defensora, a las Concesionarias y a las Programadoras del

debido tratamiento y protección de los datos personales a los que accedan con motivo de la atención de las quejas, en términos de la **Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares**. La remisión es escueta, pero abre un frente de cumplimiento que conviene dimensionar bien.

Primero, un apunte que muchos avisos de privacidad todavía no han absorbido: **la autoridad ya no es el INAI**. El Instituto se extinguió con la reforma constitucional de simplificación orgánica publicada el 20 de diciembre de 2024, y la nueva LFPDPPP —publicada el 20 de marzo de 2025 y vigente desde el día siguiente— atribuyó sus funciones respecto del sector privado a la **Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno**, que las ejerce a través del órgano desconcentrado Transparencia para el Pueblo. Frente a sus resoluciones, la vía es el amparo ante juzgados y tribunales especializados, no el juicio de nulidad ante el TFJA. Cualquier documento de cumplimiento que siga citando al INAI está desactualizado, y es lo primero que se detecta en una verificación.

Sobre esa base, tres obligaciones concretas:

- **Definir roles.** Habrá que decidir si la Persona Defensora opera como responsable autónoma o como encargada de la Concesionaria. No es una discusión académica: determina quién responde ante la autoridad, quién debe emitir aviso de privacidad y si se requiere un contrato de encargo. La independencia funcional que exige el artículo 37 y la titularidad de los datos no necesariamente apuntan al mismo sujeto.
- **Actualizar avisos de privacidad.** Los expedientes de queja concentran nombre, identificación oficial, correo electrónico y, con frecuencia, la opinión política de la persona quejosa —dato sensible cuando la queja versa sobre contenido informativo—. El aviso debe distinguir finalidades necesarias de voluntarias, y el tratamiento de datos sensibles agrava el régimen sancionador.
- **Conciliar conservación y supresión.** Los artículos 38 y 46 obligan a llevar registro de todos los asuntos y a conservar testigos de audio y video para su remisión a requerimiento. La nueva LFPDPPP introdujo el concepto de **plazo de conservación** con deber de supresión al vencimiento. Ambos deberes son compatibles, pero solo si se documenta expresamente el plazo y su justificación regulatoria. Guardar indefinidamente "por si acaso" ya no es una postura defendible.

4. Propuestas

Cinco medidas que la CRT puede adoptar por vía de criterio interpretativo —el artículo 6 le da esa facultad— sin reformar el instrumento:

1. **Resolver expresamente la antinomia del artículo 53**, precisando que las conductas sancionables son únicamente las de los dos supuestos del artículo 295 de la Ley, y que las demás disposiciones de los Lineamientos operan por vía del procedimiento de queja y no del sancionatorio.
2. **Aclarar la contradicción entre el artículo 10 y el Anexo 1** sobre el carácter potestativo del símbolo "P".

3. **Acotar el artículo 35, fracción III**, excluyendo el fondo de las quejas en trámite del universo de requerimientos que la Concesionaria puede formular a la Persona Defensora.
4. **Precisar el alcance de la exigibilidad del Código de Ética** como parámetro de la queja conforme al artículo 44, fracción III.
5. **Publicar una respuesta desagregada** a las observaciones de la consulta pública, más allá de la valoración general del Informe de Consideraciones.

5. Qué hacer y cuándo

Concesionarias de televisión abierta y radio.

Antes del 6 de noviembre de 2026:

- Redactar el Código de Ética con los siete contenidos del artículo 18, incluyendo el estándar de "elementos mínimos para concluir que la noticia era veraz". **Uno por cada canal de multiprogramación**, salvo identidad programática común a nivel nacional.
- Presentar la solicitud de inscripción en el Registro Público de Concesiones con el formato del Anexo 3.
- Identificar y proponer a la Persona Defensora verificando requisitos del artículo 27 e impedimentos del artículo 29 —en particular, que no haya laborado para la concesionaria en los dos años previos—, con los formatos de los Anexos 4, 5 y 6.

Dentro de los 10 y 5 días siguientes a las constancias respectivas: publicar Código y datos de contacto de la Defensora en portal, medios digitales e instalaciones.

Antes del 21 de diciembre de 2026: implementar subtítulo oculto conforme al Anexo 2, doblaje al español y Lengua de Señas Mexicana en al menos un noticiario y un contenido infantil de mayor audiencia.

Desde ya: diseñar el flujo interno del procedimiento de queja. Los plazos son cortos y encadenados —5 días para requerir, 5 para que el área responda, 3 para notificar, 24 horas para publicar la Recomendación— y sin proceso definido no se cumplen. Conservar testigos de audio y video es ahora una obligación práctica, porque el artículo 46 los exige a requerimiento. Coordinar ese diseño con el área de datos personales, conforme al apartado 3.9.

Concesionarias de televisión y audio de paga

Código de Ética obligatorio en los mismos plazos. Persona Defensora potestativa: decidir entre designarla o habilitar un área responsable con las mismas reglas. La segunda opción es más barata pero somete al área a los mismos plazos sin las garantías de independencia que protegen a la Defensora.

Programadoras

Sujetas a los artículos 11 y 12 y al régimen de supervisión, sin obligación de código ni defensoría.

Conviene documentar internamente el cumplimiento de la distinción información/opinión y del deber de diligencia, y **negociar con las concesionarias la asignación de responsabilidad** por incumplimientos derivados del contenido provisto.

Anunciantes, agencias y titulares de marca.

- **El nombre o logotipo de su marca aparecerá en la leyenda de cierre** de todo contenido en el que haya contratado espacios comercializados o patrocinios. La versión final eliminó el "en su caso" que el proyecto contenía. No es opcional para el medio.
- **El branded content y el emplazamiento de producto están expresamente definidos y sujetos a identificación.** El supuesto económico de una integración de marca —que se perciba como parte natural del contenido— cambia cuando la integración se señala.
- **Revisen las cláusulas de cumplimiento normativo y asignación de riesgos** en los contratos vigentes de patrocinio, integración y pauta. La multa recae en el Concesionario, pero la exposición reputacional se comparte y las Recomendaciones de las Defensorías **son públicas dentro de las 24 horas siguientes.**
- **En contratos nuevos,** incorporar obligaciones expresas de identificación conforme a los Lineamientos, declaraciones y garantías del medio sobre inscripción vigente de su Código de Ética, e indemnidad recíproca.
- **Revisen campañas ya producidas** cuya pauta se extienda más allá del 27 de septiembre.

Impacto en M&A (fusiones y adquisiciones).

A partir del 27 de septiembre de 2026, el cumplimiento de estos Lineamientos pasa a formar parte del due diligence en la adquisición de concesionarias o programadoras. La falta de inscripción del Código de Ética o la omisión en el nombramiento de la Persona Defensora dentro de los plazos transitorios constituyen contingencias regulatorias verificables en fuente pública: ambos actos se inscriben en el Registro Público de Concesiones, de modo que la revisión es rápida y el hallazgo, difícil de discutir.

Conviene ajustar en consecuencia las declaraciones y garantías y las condiciones suspensivas del contrato de compraventa. Dos precisiones prácticas:

- La **amonestación por única ocasión** del artículo 295 es un beneficio que se agota. Un target que ya fue amonestado llega al cierre con exposición a multa efectiva ante la siguiente infracción, lo que altera el perfil de riesgo respecto de uno que nunca ha sido requerido.
- La **exención por cumplimiento espontáneo** —que opera solo si no ha mediado requerimiento, visita de inspección o verificación— hace que regularizar antes del cierre sea materialmente más barato que hacerlo después. Es un argumento útil para negociar una condición suspensiva de subsanación en lugar de un ajuste de precio.

6. Vías de defensa

Para quien considere que los Lineamientos exceden la Ley o afectan derechos, el camino es el **amparo indirecto contra disposiciones administrativas de carácter general**.

Naturaleza de la norma. Las obligaciones de expedir Código de Ética e inscribir Persona Defensora nacen con la sola entrada en vigor, sin acto concreto de aplicación, lo que sostiene la tesis de norma **autoaplicativa** y activa el plazo de 30 días desde que cobre vigencia. Otras —identificación gráfica, plecas, accesibilidad— admiten lectura heteroaplicativa, con plazo abierto hasta el primer acto de aplicación.

7. Conclusión

Los Lineamientos publicados el 28 de agosto de 2026 son notablemente mejores que el proyecto que los precedió. Retiraron la fórmula que habría convertido al Estado en calificador de la veracidad periodística, corrigieron la remisión sancionatoria hacia un catálogo cerrado con amonestación en primera falta, y acotaron la intervención del regulador al cumplimiento del procedimiento.

Lo que no resuelven —porque no está a su alcance— es que el órgano encargado de aplicarlos ya no goza de la autonomía constitucional que el estándar interamericano exige. Y lo que resuelven mal es un problema técnico: **un artículo 53 redactado en términos universales que remite a un precepto legal de supuestos tasados**. Eso puede corregirse con un criterio del Pleno. Debería corregirse antes del 27 de septiembre.

Para los medios, los próximos setenta días son de cumplimiento. Para las marcas y las agencias, de revisión contractual. Y la pregunta que definirá si esta norma protege audiencias o solo administra formalidades sigue siendo la que se planteó durante la consulta: **¿qué le queda a quien se queja, cuando su queja no prospera y la Comisión solo puede revisar que el procedimiento se haya seguido?**

En las prácticas de TMT, Corporativo/M&A, Protección de Datos y Litigio Estratégico de ECIJA quedamos a su disposición para auditar contratos de pauta publicitaria, estructurar el nombramiento de Personas Defensoras, redactar e inscribir Códigos de Ética, adecuar avisos de privacidad y políticas de conservación documental, y evaluar las vías de defensa constitucional idóneas para su modelo de negocio.

CONTACTOS



Ricardo Chacón

Socio

rchacon@ecija.com

La información contenida en este documento es de carácter informativo y de análisis general. No constituye ni debe interpretarse como asesoría u opinión legal, fiscal o regulatoria aplicable a un caso concreto, y su lectura o distribución no genera una relación abogado-cliente. Recomendamos buscar asesoría especializada antes de implementar cualquier acción correctiva, modificación contractual o estrategia de litigio con base en estos Lineamientos. Análisis elaborado a partir del texto íntegro del Acuerdo P/CRT/EXT/26082026/109 y su Anexo Único, publicados en la edición vespertina del Diario Oficial de la Federación del 28 de agosto de 2026.