

San Raymundo Jalpan, Oaxaca., a 26 de enero del 2021

RECIBIDO
26 ENE. 2021
DIRECCION DE APOYO
LEGISLATIVO

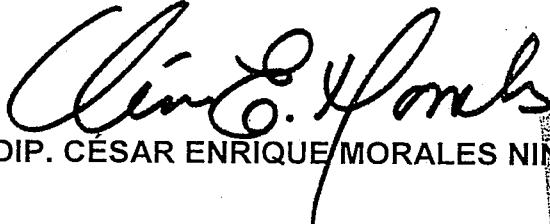
**CC. INTEGRANTES DE LA MESA DIRECTIVA DEL
H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
PRESENTES.**

DIP. CÉSAR ENRIQUE MORALES NIÑO, integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en la Sexagésima Cuarta Legislatura del Estado Libre Soberano de Oaxaca, con fundamento en lo establecido por los artículos 50, fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca; 104 fracción I de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado Libre y Soberano de Oaxaca y 54 fracción I, 60 fracción II y 61 del Reglamento Interior del Congreso del Estado de Oaxaca, me permito someter a consideración de esta Asamblea, proposición con punto de acuerdo por el que:

LA LXIV LEGISLATURA DEL CONGRESO DE OAXACA EXHORTA A LA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, DRA. OLGA SÁNCHEZ CORDERO, ASÍ COMO A LOS INTEGRANTES DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES PARA QUE SUPERVISEN Y EN SU CASO EMITAN CRITERIOS RESPECTO DE LOS ANUNCIOS Y/O COMERCIALES PAUTADOS EN TELEVISIÓN ABIERTA DONDE SE FOMENTA, INCITA, PERSUADE Y/O SE ALIENTA A REALIZAR CONVIVENCIA SOCIAL EN CALLES, LUGARES CERRADOS Y/O ESPACIOS PÚBLICOS, SIN LA DEBIDA DISTANCIA SOCIAL O EL USO DE CUBREBOCAS. POR LO ANTERIOR, REQUIERAN A LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN SPOT PUBLICITARIO SU COMPROMISO SOCIAL E INSERTEN LEYENDAS ALUSIVAS AL ACATAMIENTO DE LOS PROTOCOLOS HIGIÉNICOS, SANITARIOS Y SANA DISTANCIA EMITIDOS POR LAS AUTORIDADES DE SALUD

Lo anterior para que sirva incluirlo en el orden del día de la siguiente Sesión Ordinaria de este Honorable Congreso, con el trámite de urgente y obvia resolución.

**ATENTAMENTE
"EL RESPETO AL DERECHO AJENO ES LA PAZ"**


DIP. CÉSAR ENRIQUE MORALES NIÑO

PODER LEGISLATIVO
DEL ESTADO DE OAXACA
LXIV LEGISLATURA
RECIBIDO
26 ENE. 2021
9:48 AM
SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

San Raymundo Jalpan, Oaxaca., a 26 de enero del 2021

**CC. INTEGRANTES DE LA MESA DIRECTIVA DEL
H. CONGRESO DEL ESTADO DE OAXACA
PRESENTES.**

DIP. CÉSAR ENRIQUE MORALES NIÑO, integrante del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en la Sexagésima Cuarta Legislatura del Estado Libre Soberano de Oaxaca, con fundamento en lo establecido por los artículos 50, fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca; 104 fracción I de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado Libre y Soberano de Oaxaca y 54 fracción I, 60 fracción II y 61 del Reglamento Interior del Congreso del Estado de Oaxaca, me permito someter a consideración de esta Asamblea, proposición con punto de acuerdo por el que:

LA LXIV LEGISLATURA DEL CONGRESO DE OAXACA EXHORTA A LA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, DRA. OLGA SÁNCHEZ CORDERO, ASÍ COMO A LOS INTEGRANTES DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES PARA QUE SUPERVISEN Y EN SU CASO EMITAN CRITERIOS RESPECTO DE LOS ANÚNCIOS Y/O COMERCIALES PAUTADOS EN TELEVISIÓN ABIERTA DONDE SE FOMENTA, INCITA, PERSUADE Y/O SE ALIENTA A REALIZAR CONVIVENCIA SOCIAL EN CALLES, LUGARES CERRADOS Y/O ESPACIOS PÚBLICOS, SIN LA DEBIDA DISTANCIA SOCIAL O EL USO DE CUBREBOCAS. POR LO ANTERIOR, REQUIERAN A LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN SPOT PUBLICITARIO SU COMPROMISO SOCIAL E INSERTEN LEYENDAS ALUSIVAS AL ACATAMIENTO DE LOS PROTOCOLOS HIGIÉNICOS, SANITARIOS Y SANA DISTANCIA EMITIDOS POR LAS AUTORIDADES DE SALUD

Basando el punto de acuerdo que presento en las siguientes

CONSIDERACIONES:

El presente punto de acuerdo que pongo a consideración de la Soberanía haya su fundamento y de consecuente urgencia, toda vez que, la televisión abierta ocupa el primer lugar de entretenimiento y esparcimiento en México.

La Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA) 2019 realizada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones reveló que 77% de mexicanos ve televisión abierta.

La encuesta además revela que en promedio, las personas consumen diariamente 3.2 horas de contenido. En fines de semana curiosamente el consumo disminuye ligeramente a tres horas cerradas.

Y es justo ese poder inmenso de la mediocracia la que obliga a la redacción del presente punto de acuerdo. Tomando en cuenta la situación social que nos ha puesto la actual crisis sanitaria, los ciudadanos han optado por cambiar sus hábitos sociales y consumir más televisión, producción televisiva claro, noticieros, películas, programas de espectáculos o sketches, pero por supuesto, también consumen en consecuencia los spots o comerciales publicitarios.

El peligro hoy en día radica en que el contenido de esos comerciales es que fomentan, incitan, persuaden o alientan a los consumidores a realizar convivencia social en calles, antros, restaurantes, lugares cerrados sin la debida distancia social o el uso de cubrebocas.

De 2014 a la fecha, el número de canales de televisión abierta en México pasó de 686 a 885, lo que significa un incremento de 199 señales, según la Unidad de Competencia Económica del IFT.

De estos nuevos canales, 155 son comerciales, 32 de uso público y 12 de uso social.

Entre 2014 y 2019, la cantidad de canales se incrementó en todas las entidades del país. "En 2014, sólo 2.02% de la población vivía en localidades con cobertura de cuatro o más proveedores comerciales distintos; en tanto que, en 2019, el porcentaje creció a 41.26%". De manera que, el número de canales de programación pasó de 10 en 2014 a 15 en promedio, cinco años después.

El IFT destaca que la televisión abierta es el medio del que más usuarios dependen para ver contenidos audiovisuales. El 90.6% de la población nacional vive en localidades que cuentan con cobertura; y atrae la mayor proporción del gasto destinado a publicidad, con 38.5% del gasto total en 2018.

Por ello, dada la contundencia con la que la televisión abierta penetra en los hogares mexicanos y, dado el crítico aumento de contagios y la escalada de infección de la pandemia por COVID-19 Sarc-COV-2 Coronavirus, es que se solicita a la Secretaría de Gobernación y al Instituto Federal de Telecomunicaciones a regular y en su caso, ordenar que se inscriban leyendas donde los comerciales acaten las medidas sanitarias, los protocolos sociales y el uso de cubrebocas.


PUNTO DE ACUERDO

LA LXIV LEGISLATURA DEL CONGRESO DE OAXACA EXHORTA A LA TITULAR DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, DRA. OLGA SÁNCHEZ CORDERO, ASÍ COMO A LOS INTEGRANTES DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES PARA QUE SUPERVISEN Y EN SU CASO EMITAN CRITERIOS RESPECTO DE LOS ANUNCIOS Y/O COMERCIALES PAUTADOS EN TELEVISIÓN ABIERTA DONDE SE FOMENTA, INCITA, PERSUADE Y/O SE ALIENTA A REALIZAR CONVIVENCIA SOCIAL EN CALLES, LUGARES CERRADOS Y/O ESPACIOS PÚBLICOS, SIN LA DEBIDA DISTANCIA SOCIAL O EL USO DE CUBREBOCAS. POR LO ANTERIOR, REQUIERAN A LAS EMPRESAS QUE CONTRATAN SPOT PUBLICITARIO SU COMPROMISO SOCIAL E INSERTEN LEYENDAS ALUSIVAS AL ACATAMIENTO DE LOS PROTOCOLOS HIGIÉNICOS, SANITARIOS Y SANA DISTANCIA EMITIDOS POR LAS AUTORIDADES DE SALUD

San Raymundo Jalpan, Oaxaca., a 26 de enero del 2021

ATENTAMENTE

“EL RESPETO AL DERECHO AJENO ES LA PAZ”



DIP. CÉSAR ENRIQUE MORALES NIÑO