

**DE LA SENADORA MARTHA LETICIA SOSA GOVEA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, LA QUE CONTIENE PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA, DIVERSAS DISPOSICIONES A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

**C. PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA CÁMARA DE SENADORES**

**C. SECRETARIOS DE LA CÁMARA DE SENADORES.  
PRESENTES:**

La que suscribe, SENADORA MARTHA LETICIA SOSA GOVEA, del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, de conformidad con las disposiciones del artículo 71 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de los artículos 55 fracción II y 62 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, someto a la consideración de esta Honorable Asamblea la presente iniciativa con PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMA Y ADICIONA A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN., al tenor de la siguiente:

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

La preservación y cuidado de los recursos hidráulicos en nuestro país hasta los años setenta, no fueron estimados como primordiales dentro de los contenidos de las agendas legislativas y de la administración pública, enfocándose únicamente en su distribución y acercamiento para el disfrute de todos los sectores sociales, como si el vital líquido fuera un recurso inagotable. Esto se evidencia, al considerar que desde el Régimen Porfirista y durante los gobiernos que prosiguieron a la Revolución Mexicana, se dedicó gran parte del esfuerzo y constancia a la construcción de modernas obras de ingeniería que llevaron el agua a todos los rincones del país, a través de la construcción de importantes presas, diques, pozos, sistemas de distribución urbana y rural, así como de una importante infraestructura de drenaje y saneamiento, entre muchas otras acciones.

Sin embargo, el crecimiento de la población humana, así como el incremento de las actividades industriales con complejos y largos procesos que generan contaminación a gran escala, han provocado en los últimos treinta y cinco años, no sólo en nuestro país sino en todo el mundo, la gestación de una alarmante preocupación, traducida en la búsqueda de concientización por vez primera sobre la condición real de la disposición y abasto del agua, como un recurso natural no renovable y escaso, o más aun, tendiente a convertirse en un futuro no distante en objeto del ciclo económico susceptible de oferta y demanda.

Por ello, tomar medidas sobre el agua y su actual situación ha pasado de ser un reto de ingeniería para llevarla a todos los rincones de nuestra geografía, para convertirse en un desgastante debate a fin de delimitar los alcances de su distribución, a fin de racionarla y crear condiciones para concientizar a todos los niveles y sectores de la ciudadanía en el fomento a su cuidado y en la prevención de su desperdicio.

La simple solución de cuidar del agua, es una situación que puede considerarse sencillamente asimilable y de fácil cumplimiento; sin embargo, la falta de conciencia social e individual del valor del agua como vital líquido y primordial para el desarrollo de cuanta actividad humana existe, ha generado que a fines de la primera década del siglo XXI, la escasez real de este recurso se precisa cada vez más tangible.

La situación de escasez del agua ha dejado de ser sólo un problema de operatividad entre los sistemas y organismos locales, municipales y de la comisión nacional, para convertirse en eje central de las acciones de nuestros gobiernos, que cada vez más tratan con mayor medida y urgencia este problema. Dicha situación se hace patente al mencionar que las tres mayores ciudades de nuestro país, México, Guadalajara y Monterrey,

consumen cerca del 50% del agua destinada en el país para uso urbano e industrial, además de causar grandes problemas de contaminación del recurso por el vertimiento de desechos municipales e industriales, ya que en la mayoría de los casos no reciben un tratamiento adecuado para devolver el agua limpia a sus fuentes originales, poniendo en riesgo no sólo la salud de las personas sino también de los ecosistemas.

Los datos anteriores, no hacen más que confirmar el estado crítico que guarda el vital líquido en nuestro país. Basta añadir a ellos, que a pesar de contar con más de 300 cuencas hidrológicas distribuidas a lo largo y ancho del territorio nacional, más de la mitad de ellas presentan cierto grado de contaminación que no hacen apta al agua para el consumo humano. Cabe destacar que en México enfrenta una crisis de escasez de agua, que ya amenaza el desarrollo de ciertas urbes y ha generado conflictos sociales, pues la estadística señala: al menos 94 por ciento de ríos y lagos contaminados, la sobreexplotación de 102 acuíferos, la desaparición de cinco lagunas y 38 ciudades con problemas serios de abasto de agua potable.

La ubicación del 77% de la población en las zonas áridas y semiáridas; 11 millones de personas -sobre todo del campo- sin agua potable; el desperdicio de al menos 50% del líquido, y alrededor de 70% de aguas residuales sin tratamiento, son también algunas de las características que delinear el espectro nacional del agua.

En razón de lo anterior, debemos fortalecer por los medios posibles la conciencia social que garantice el cuidado y ahorro del agua en todos los sectores y dentro del desarrollo de todas las actividades, sean escolares, culturales o económicas en cualquiera de sus niveles, así como en cada una de los hogares de nuestro país.

Mediante el impulso de permanentes y directas campañas publicitarias que promuevan soluciones y medidas eficaces de carácter integral, se garantizará el fomento de la cultura de ahorro y cuidado del agua, misma que se traducirá en una mayor preservación, distribución en el mediano y largo plazo y una completa sustentabilidad de este recurso en nuestro país, situación que permitirá frenar la contingencia mundial de desbaste del vital líquido con sus desagradables consecuencias.

Dicha campaña, debe implementarse con apoyo de la iniciativa privada, a través de la aparición de leyendas informativas y mensajes declarativos relativos al cuidado de nuestro vital líquido en envases y en todo tipo de publicidad empleada para la comercialización de agua purificada, cualquiera que sea su envase, incluida la generada en los medios masivos, de comunicación, como prensa, radio y televisión, ya que cabe mencionar que México es el primer consumidor de agua embotellada en América Latina y el segundo en el mundo.

En este sentido, es de recordar que en la LIX legislatura, el Sen. Wadi Amar Shab Shab del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional, presentó una iniciativa con el propósito de comenzar una campaña para la concientización en el cuidado y conservación de este vital líquido, promoviendo que las aguas embotelladas estuvieran etiquetadas con frases alusivas al ahorro del agua, sin que lograra concretarse la ley.

Es por ello, que continúo con esta labor, ya no con el fin de prevención como se hizo en el año 2006, sino enfrentando las graves consecuencias y afectaciones que esta viviendo nuestro país, por la falta de este vital líquido, por lo que, considero que dentro del artículo 67 debe de adicionarse una fracción V, de la Ley Federal de Radio y Televisión, para que exista publicidad para el cuidado y ahorro del agua en la propaganda de aguas purificadas envasadas, bebidas saborizadas y otros derivados. De la misma manera, debe contemplarse dentro del artículo 77 de esta misma ley, el fomento dentro de la programación de radio y televisión, en todas las emisoras del país, los contenidos y/o mensajes que alienten a la conservación de los recursos naturales y al ahorro del agua.

No cabe más que agregar que con estas adecuaciones a nuestra legislación, será más evidente el ahorro, preservación y fomento para el consumo responsable del agua, mismo que es sinónimo de una buena administración de recursos y por tanto de la productividad y prosperidad que México, requiere para incrementar

su desarrollo económico y humano.

Por las consideraciones anteriormente expuestas, someto al pleno de esta soberanía el siguiente:

## **PROYECTO DE DECRETO**

ÚNICO .- Se adiciona la fracción V al artículo 67 y se reforma el artículo 77; ambos de la Ley Federal de Radio y Televisión, para quedar como sigue:

“Artículo 67.- La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I a la IV...

V.- En el caso de la publicidad de aguas purificadas cualquiera que sea su envase, bebidas saborizadas y otros derivados, los anunciantes deberán acompañar sus segmentos comerciales con frases y/o mensajes breves, alusivos al cuidado y ahorro del agua.

“Artículo 77.- “Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo, así como notas y contenidos alusivos al cuidado del agua y de los recursos naturales en general; así como otros asuntos de interés general nacionales o internacionales

## **TRANSITORIO**

ÚNICO.- El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Salón de Sesiones de la Cámara de Senadores del Honorable Congreso de la Unión, primer día del mes de octubre del año 2009.

**SEN. MARTHA LETICIA SOSA GOVEA**