INICIATIVA QUE ADICIONA UN ARTÍCULO 220 BIS A LA LEY EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN, EN MATERIA DE ETIQUETADO OBLIGATORIO DE CONTENIDO GENERADO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PUBLICIDAD COMERCIAL Y POLÍTICA, A CARGO DEL DIPUTADO EDUARDO GAONA DOMÍNGUEZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MOVIMIENTO CIUDADANO

El suscrito, diputado Eduardo Gaona Domínguez, integrante del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano en la LXVI Legislatura de la Cámara de Diputados, con fundamento en lo establecido en los artículos 71, fracción II, y 72 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 6, numeral 1, 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, somete a consideración de esta honorable asamblea la siguiente **iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona un artículo 220 Bis a la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en materia de etiquetado obligatorio de contenido generado con inteligencia artificial en publicidad comercial y política,** al tenor de la siguiente.

Exposición de Motivos

La inteligencia artificial generativa permite hoy crear o modificar voces, imágenes y video con un nivel de realismo que resulta cada vez más difícil para una persona distinguir a simple vista o al oído si el contenido que observa corresponde a una grabación real o a una creación sintética. Esta capacidad se ha incorporado de manera acelerada a la publicidad comercial y a la propaganda política, sin que exista en México una obligación legal expresa de advertir al público cuando ello ocurre.

En el proceso electoral federal de 2024[1] y en el proceso electoral extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025, diversos actores difundieron contenidos generados o alterados mediante inteligencia artificial, lo que llevó al Instituto Nacional Electoral a reforzar sus ejercicios de monitoreo digital y a advertir sobre los riesgos que este fenómeno representa para la integridad de la información que circula entre la ciudadanía.

La Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada el 16 de julio de 2025[2] , no contempla una obligación general de identificar el contenido generado con inteligencia artificial en la publicidad que se transmite a través de los medios y plataformas que regula. Durante su proceso legislativo se discutieron mecanismos más amplios orientados al bloqueo de contenidos generados con inteligencia artificial[3] , los cuales finalmente no se incorporaron ante el riesgo de que, sin criterios objetivos, se tradujeran en un ejercicio excesivo de censura por parte de las plataformas obligadas[4] .

La presente iniciativa retoma esa discusión, pero desde un enfoque distinto, ya que no busca bloquear ni prohibir el uso de inteligencia artificial en la creación publicitaria, sino garantizar que su uso sea transparente para quien recibe el anuncio.

El artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce el derecho de toda persona al acceso a la información y establece que ésta debe estar orientada por los principios de veracidad y oportunidad; por su parte, el artículo 28 constitucional prohíbe la publicidad que induzca al error respecto de los productos o servicios que se anuncian[5] .

Al resolver el asunto del que derivó la tesis 1a. CDXXII/2014 (10a.), la Suprema Corte de Justicia de la Nación reconoció que Existe una presunción de que todas las expresiones se encuentran protegidas por el derecho fundamental a la libertad de expresión, la cual sólo puede ser derrotada bajo razones imperiosas. En este sentido, se considera que las expresiones comerciales están protegidas por la libertad de expresión por las siguientes razones: 1) en las sociedades democráticas es más tolerable el riesgo derivado de los eventuales daños generados por la libertad de expresión que el riesgo de una restricción general de la libertad correspondiente; y, 2) en una economía de mercado es importante el libre flujo de información, esto para que los agentes económicos puedan competir libremente y los consumidores puedan tomar decisiones informadas. Ahora bien, esta racionalidad justifica tanto la protección de las expresiones comerciales, como el interés del Estado en regularlas con el propósito de proteger al consumidor y a los competidores; sin embargo, debe destacarse que, a diferencia de los discursos que se ubican en la dimensión política o individual de la libertad de expresión, la publicidad no persigue o se relaciona con un fin social o político, ni procura la autorrealización de la persona, sino que sirve o tiene un propósito meramente económico o comercial.[6] . En el mismo sentido, al resolver el amparo en revisión 1031/2019, la Primera Sala sostuvo que quienes difunden contenidos a través de los medios de comunicación deben distinguir con claridad entre la información y la opinión, y que la información divulgada debe ser veraz e imparcial[7] . Estos criterios resultan aplicables, por extensión, al contenido generado mediante inteligencia artificial que se presenta como una grabación auténtica sin advertirlo, pues tal omisión constituye precisamente el tipo de elemento inductivo al error que la Corte ha considerado incompatible con la protección constitucional del discurso comercial.

En materia político-electoral, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, al resolver el expediente SUP-REC-893/2024[8] , revocó una sentencia relacionada con el uso de inteligencia artificial en propaganda electoral y vinculó al Instituto Nacional Electoral a modificar sus lineamientos para establecer mecanismos de verificación del contenido generado, editado o modificado mediante inteligencia artificial. Esta resolución evidencia que, ante la falta de una regulación legal expresa, las autoridades electorales han debido construir, caso por caso y por vía de lineamientos administrativos, una respuesta que debería estar prevista directamente en la ley.

De igual forma, el reconocimiento de la transparencia como condición para el uso responsable de la inteligencia artificial cuenta con respaldo expreso en el ámbito internacional. La Recomendación sobre la Ética de la Inteligencia Artificial de la UNESCO[9] , aprobada en 2021, establece la transparencia y la inteligibilidad de los sistemas de inteligencia artificial como uno de sus valores rectores, y llama a los Estados a garantizar que las personas puedan saber cuándo interactúan con un sistema de este tipo o cuándo un contenido ha sido generado por él.

En el mismo sentido, la Recomendación del Consejo de la OCDE sobre Inteligencia Artificial[10] incorpora la transparencia y la explicabilidad como uno de sus principios rectores, al señalar que los actores de la inteligencia artificial deben proporcionar información significativa que permita a las personas comprender cuándo están interactuando con un sistema de este tipo y con sus resultados.

Asimismo, un informe reciente de Naciones Unidas[11] sobre publicidad basada en inteligencia artificial advirtió que la falta de transparencia en el uso de esta tecnología puede acelerar la desinformación y erosionar la confianza de las personas en los medios de comunicación, y recomendó alinear la regulación de la inteligencia artificial y la publicidad con estándares internacionales de integridad informativa.

Diversos países y bloques regionales ya han incorporado obligaciones de este tipo a su legislación. En la Unión Europea, el artículo 50 del Reglamento de Inteligencia Artificial[12] , exigible desde agosto de 2026, obliga a quienes proveen o despliegan sistemas de inteligencia artificial a marcar de forma perceptible el contenido sintético que pretenda parecer auténtico, incluidos los llamados deepfakes.

En China, las disposiciones sobre la administración de la síntesis profunda en servicios de información basados en internet, vigentes desde enero de 2023, obligan a los proveedores de estos servicios a incorporar etiquetas visibles que adviertan al público sobre el origen sintético del contenido[13] .

Y en Corea del Sur en la reforma a la ley electoral vigente desde enero de 2024 restringe la difusión de contenido político generado con inteligencia artificial en los noventa días previos a una elección, con resultados favorables reportados por la propia autoridad electoral de ese país.[14]

La necesidad de esta regulación también ha sido reconocida en el propio Congreso mexicano, ya que en marzo de 2026 se presentó en el Senado de la República una iniciativa para incorporar a la legislación de telecomunicaciones un régimen de identificación de contenidos generados o modificados sustancialmente mediante inteligencia artificial, la cual, a la fecha, no ha sido dictaminada.[15] La presente iniciativa retoma esa preocupación desde la Cámara de Diputados, con una propuesta acotada y de aplicación específica a la publicidad comercial y política.

La presente iniciativa tiene por objeto adicionar un artículo 220 Bis a la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para obligar a los concesionarios, autorizados y operadores de plataformas digitales comprendidos en dicha ley a identificar de forma visible o audible, según corresponda al medio de difusión, cuando un anuncio publicitario de carácter comercial o político contenga voces, imágenes o video generados o modificados sustancialmente mediante sistemas de inteligencia artificial, de tal manera que una persona razonable pudiera considerarlos una grabación auténtica.

La obligación de identificación deberá ser clara, perceptible y proporcional al formato del anuncio. Se exceptúan de ella los ajustes técnicos menores que no alteren el sentido o la sustancia del contenido (como la corrección de color, iluminación, encuadre o sonido) así como el contenido identificable como sátira o parodia, en congruencia con las excepciones reconocidas en la experiencia comparada.

Se prevé, además, que la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones emita los lineamientos técnicos correspondientes y que, tratándose de propaganda político-electoral, lo haga en coordinación con el Instituto Nacional Electoral.

De esta manera, la iniciativa no restringe el uso legítimo de la inteligencia artificial en la creación publicitaria, sino que garantiza que las personas consumidoras y electoras cuenten con la información necesaria para identificar el origen del contenido que reciben y decidir con base en ella, en congruencia con el derecho a la información veraz reconocido en la Constitución.

Por lo anteriormente expuesto y fundado se adiciona un cuadro comparativo para la mejor comprensión de la propuesta de iniciativa:

SIL

Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión	
Texto vigente	Texto propuesto
Sin correlativo…	**Artículo 220 Bis. Los concesionarios autorizados y operadores de plataformas digitales comprendidos en esta Ley deberán identificar de forma visible o audible, según el medio de que se trate, cuando un anuncio publicitario de carácter comercial o político contenga voces, imágenes o video generados o modificados sustancialmente mediante sistemas de inteligencia artificial, de manera que una persona razonable pudiera considerarlos una grabación auténtica.** **La identificación deberá ser clara, perceptible y proporcional al formato del anuncio, y se mantendrá durante toda su difusión.** **Se exceptúan de esta obligación los ajustes técnicos menores que no alteren el sentido o la sustancia del contenido, tales como la corrección de color, iluminación, encuadre o sonido, así como el contenido identificable como sátira o parodia.** **La Comisión Reguladora de Telecomunicaciones emitirá los lineamientos técnicos para la aplicación de este artículo y, tratándose de propaganda político-electoral, lo hará en coordinación con el Instituto Nacional Electoral.**

Por las consideraciones anteriormente expuestas y fundadas, se somete a consideración de esta honorable asamblea el siguiente **proyecto de**

Decreto

Por el que se adiciona un artículo 220 Bis a la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión

Único. Se adiciona el artículo 220 Bis a la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para quedar como sigue:

Artículo 220 Bis. Los concesionarios autorizados y operadores de plataformas digitales comprendidos en esta Ley deberán identificar de forma visible o audible, según el medio de que se trate, cuando un anuncio publicitario de carácter comercial o político contenga voces, imágenes o video generados o modificados sustancialmente mediante sistemas de inteligencia artificial, de manera que una persona razonable pudiera considerarlos una grabación auténtica.

La identificación deberá ser clara, perceptible y proporcional al formato del anuncio, y se mantendrá durante toda su difusión.

Se exceptúan de esta obligación los ajustes técnicos menores que no alteren el sentido o la sustancia del contenido, tales como la corrección de color, iluminación, encuadre o sonido, así como el contenido identificable como sátira o parodia.

La Comisión Reguladora de Telecomunicaciones emitirá los lineamientos técnicos para la aplicación de este artículo y, tratándose de propaganda político-electoral, lo hará en coordinación con el Instituto Nacional Electoral.

Transitorios

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

Segundo. La Comisión Reguladora de Telecomunicaciones emitirá, en un plazo no mayor a 180 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor del presente decreto, las disposiciones administrativas de carácter general, lineamientos y estándares técnicos necesarios para el cumplimiento de las obligaciones previstas en el artículo 220 Bis de la presente ley.

Notas

1 Milenio Noticias, vídeo, disponible en: https://youtu.be/-1ihhIIwF0k?si=-wq10txuFcpPYunG

2 Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LMTR.pdf

3 Gutiérrez, Ana Luis; Iniciativa busca bloquear contenido con IA, pero abre riesgo de censura; Expansión, 25 de noviembre de 2025; disponible en: https://expansion.mx/tecnologia/2025/11/25/iniciativa-busca-bloquear-contenido-con-ia-pero-abre-riesgo-de-censura

4 Publicidad ¿protegida por la libertad de expresión?, 4 de julio de 2016, IDCONLINE, disponible en: https://idconline.mx/juridico/2016/07/04/publicidad-protegida-por-la-libertad-de-expresin

5 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf

6 Suprema Corte de Justicia de la Nación, disponible en: https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2008103

7 Reyes Márquez, Ricardo; La Suprema Corte y el difícil equilibrio entre informar y opinar en los medios de comunicación; enero 27, 2022; Nexos, disponible en: https://eljuegodelacorte.nexos.com.mx/informar-u-opinar-esa-es-la-cuest ion/

8 Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, disponible en: https://www.te.gob.mx/front3/bulletins/detail/25929/0

9 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial; 23 de noviembre de 2021; disponible en: https://www.unesco.org/en/legal-affairs/recommendation-ethics-artificial-intelligence

10 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Recomendación del Consejo sobre Inteligencia Artificial, disponible en: https://legalinstruments.oecd.org/api/download/?uri=/public/db5053b5-93e0-4cf5-a7cf-edce5ee6e893.pdf

11 Laboratorio de Periodismo, La publicidad basada en inteligencia artificial puede acelerar la desinformación y erosionar la confianza en los medios, según la ONUM 6 de mayo de 2026; Fundación Luca de Tena; disponible en: https://laboratoriodeperiodismo.org/la-publicidad-basada-en-inteligencia-artificial-puede-acelerar-la-desinformacion-y-erosionar-la-confianza-en-los-medios-segun-la-onu/

12 Unión Europea, disponible en: https://artificialintelligenceact.eu/es/article/50/#:~:text=Los%20proveedores%20de,de%20manera%20artificial.

13 Library of Congress, disponible en: https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2023-04-25/china-provisions-on-deep-synthesis-technology-enter-into-effect/

14 Central Electoral (INE), Corea del Sur: el país que blindó sus elecciones contra los deepfakes, julio 17, 2026; disponible en: https://centralelectoral.ine.mx/2026/06/17/coreadelsur-deepfakes/

15 Senado de la República, disponible en: https://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2026/03/asun_5042371_20260318_1773852549.pdf

Dado en Palacio Legislativo de San Lázaro, a 6 de octubre de 2026.

Diputado Eduardo Gaona Domínguez (rúbrica)

Sistema de Información Legislativa de la Secretaría de Gobernación. **http://sil.gobernacion.gob.mx/portal**
Fuente: http://www.diputados.gob.mx/