

Monitorearán anuncios clasificados en medio de comunicación, a fin de prevenir y perseguir el delito

Por Liliana Alcántara,
Silvia Otero y
Ariadna García
EL UNIVERSAL

CD. DE MÉXICO.- Con un año y medio de retraso, la Secretaría de Gobernación (SEGOB) publicó en el Diario Oficial de la Federación los lineamientos para vigilar y monitorear los anuncios clasificados que se publiquen en cualquier medio de comunicación, a fin de prevenir y perseguir el delito de trata de personas.

La Ley General para Prevenir, Sancionar y Erradicar los Delitos en Materia de Trata de Personas y para la Protección y Asistencia a las Víctimas de estos delitos fue publicada el 14 de junio de 2012 y en ella se establece, en el artículo octavo transitorio, que la Secretaría de Gobernación debió emitir estos lineamientos en un plazo no mayor a 90 días hábiles posteriores a la publicación de este decreto.

“Estos lineamientos tuvieron que haber sido publicados desde diciembre de 2012, así que ya se habían tardado”, indicó Teresa Ulloa, directora regional de la Coalición Contra el Tráfico de Mujeres y Niñas en América Latina y el Caribe (CATWLAC, por sus siglas en inglés), quien, a su vez, destacó que esta casa editorial fue la empresa pionera que, por propia voluntad, determinó retirar los anuncios de servicios sexuales que podrían propiciar que se cometa el referido delito.

El 19 de septiembre de 2011 se suprimió de los diarios El Universal, El Gráfico, así como de sus espacios de internet, cualquier publicidad de servicios que fomente este delito.

A raíz de decisión antes mencionada, esta casa editorial recibió el 23 de septiembre de 2011 el Premio Latinoamericano por la Vida y la Seguridad de las Mujeres y Niñas de América Latina y el Caribe, ello debido a su contribución en el combate a la trata de personas.

Los lineamientos establecen que, en caso de que las direcciones generales de la Segob que realicen el monitoreo, encuentren un anuncio clasificado que promueva o propicie la comisión de este delito, darán aviso a la fiscalía respectiva para que tome las medidas a que haya lugar.

El objetivo de esta vigilancia, dice el ordenamiento, es “promover una regulación de los contenidos de las campañas publicitarias públicas y privadas, a fin de propiciar el pleno respeto de las libertades y derechos de las personas”.

El monitoreo se concentrará en los principales periódicos y revistas de mayor circulación en el País y se deberá emitir un reporte bimestral de lo que se observe.

La Subsecretaría de Normatividad de Medios deberá rendir un informe trimestral con los reportes que pudieran generarse, ante la Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Seguridad.

Teresa Ulloa consideró que estos lineamientos, aunque de manera tardía, contribuyen a prevenir a que más personas sean engañadas y enganchadas en las redes de tráfico y explotación que utilizan medios de comunicación para cometer los ilícitos.

Dijo que las empresas periodísticas deberían presentar denuncias penales, si detectan posibles actos de trata.