



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE DERECHO**

**TESIS**

**“ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS A LOS  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS”**

**PRESENTADA POR: TREJO TREJO KARINA QUETZALLI**

**ASESOR: MTRO. ARMANDO ISMAEL MAITRET  
HERNÁNDEZ**

**OCTUBRE 2009**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

UNIDAD DE SEMINARIOS "JOSÉ VASCONCELOS"  
FACULTAD DE DERECHO  
SEMINARIO DE DERECHO CONSTITUCIONAL Y  
DE AMPARO

Cd. Universitaria, D. F. 7 de Octubre de 2009.

**DR. ISIDRO ÁVILA MARTÍNEZ.**  
**DIRECTOR GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**ESCOLAR DE LA U.N.A.M.**  
**P R E S E N T E.**

Por este conducto, me permito comunicar a usted, que la pasante **TREJO TREJO KARINA QUETZALLI**, con número de cuenta 09930372-7 bajo la supervisión de este Seminario, elaboró la tesis intitulada "**ACCESO DE LOS PARTIDOS POLITICOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRONICOS**", realizada con la asesoría del profesor **Lic. Armando Ismael Maitret Hernández**.

Con fundamento en los artículos 8° fracción V del Reglamento de Seminarios, 19 y 20 del Reglamento General de Exámenes de la Universidad Nacional Autónoma de México, por haberse realizado conforme a las exigencias correspondientes, se aprueba la nombrada tesis, que además de las opiniones que cita, contiene las que son de exclusiva responsabilidad de su autor. En consecuencia, se autoriza su presentación al Jurado respectivo.

*"La interesada deberá iniciar el trámite para su titulación dentro de los seis meses siguientes (contados de día a día) a aquél en que le sea entregado el presente oficio, en el entendido de que transcurrido dicho lapso sin haberlo hecho, sabe caducará la autorización que ahora se le concede para someter su tesis a examen profesional, misma autorización que no podrá otorgarse nuevamente, sino en el caso de que el trabajo recepcional conserve su actualidad y siempre que la oportuna iniciación del trámite para la celebración del examen haya sido impedida por circunstancia grave, todo lo cual calificará la Secretaría General de la Facultad"*

**ATENTAMENTE**  
**"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"**  
**EL DIRECTOR DEL SEMINARIO**

  
**LIC. EDMUNDO ENJAS MUSI**

México, D.F., a 28 de septiembre de 2009.

**LIC. EDMUNDO ELIAS MUSI**

Director del Seminario de Derecho Constitucional  
y Amparo de la Facultad de derecho de la U.N.A.M.

Distinguido director:

Con su apreciable autorización me desempeñé como director de la tesis intitulada **"EL ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS"**, elaborada por la pasante de derecho KARINA QUETZALLI TREJO TREJO, con número de cuenta 09930372-7, según la constancia del registro que obra en ese Seminario a su digno cargo.

Tengo la satisfacción de informar a usted que, una vez que la alumna atendió mis observaciones y realizó las modificaciones pertinentes, en mi concepto, la citada monografía fue concluida de manera satisfactoria, en virtud de que cumple ampliamente los requisitos reglamentarios aplicables, pues maneja con toda actualidad y precisión las decisiones más importantes sobre el nuevo modelo constitucional y legal de comunicación política, a partir de la reforma a nuestra Ley Fundamental de 2007, resueltas por el máximo órgano jurisdiccional en la materia. Asimismo, la tesis se apoya en fuentes doctrinales, legislativas y jurisdiccionales. Como resultado del estudio, la autora pone énfasis en la problemática resuelta con el nuevo modelo y las tareas pendientes del legislador y órganos jurisdiccionales en esa materia.

En tal virtud, y si la tesis mencionada merece su aprobación, agradeceré a usted se sirva disponer lo necesario para que se proceda a su impresión y a los trámites académicos y administrativos para la titulación de la joven Karina Quetzalli Trejo Trejo.

Sin otro particular por el momento, le reitero la seguridad de mi consideración distinguida.

Atentamente



**Mtro. Armando L. Maitret Hernández**  
Profesor de Garantías Constitucionales

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS por darme la oportunidad de vivir este momento.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO por ayudarme a extender mis alas.

A MI MAMI por darme la vida, eres la luz que me da fuerza a pesar de que el camino éste cuesta arriba y aunque a veces me llega el desgane nunca dejas que la balanza se incline hacia la derrota. Gracias por estar a mi lado en todo momento y darme las mejores palabras de aliento que jamás en la vida escucharé, esto es para ti.

A MI PAPI por hacer de mi la persona que soy, por la oportunidades otorgadas a lo largo de mi vida, créeme esto no habría sido posible sino hubiera contado contigo. Gracias por las horas dedicadas a este trabajo sé que no fue una tarea fácil pero aquí esta el resultado, esto también es tuyo.

A ELI, por estar siempre conmigo, tu apoyo incondicional en aquellos momentos difíciles ha sido importantísimo a lo largo de mi vida, recuerda que eres y serás por siempre mi soporte, mi estrella y mi ejemplo a seguir, te quiero.

AL MTRO. ARMANDO ISMAEL MAITRET HERNÁNDEZ, por el tiempo dedicado, sus consejos, pero principalmente por ser el respaldo de este trabajo, le agradezco de todo corazón la oportunidad que usted me dio de trabajar a su lado, nunca olvidaré su apoyo en este sueño.

AL DR. FLAVIO GALVÁN RIVERA, LA MTRA. NORMA INÉS AGUILAR LEÓN Y A LA LIC. SILVIA GABRIELA ORTÍZ RASCÓN, por ser mis guías en el inicio de esta carrera, nunca olvidaré la oportunidad que ustedes me brindaron al creer en mi, gracias por darme un poco de ustedes al inculcarme el amor a esta materia.

AL LIC. MARCO ANTONIO ZAVALA ARREDONDO Y LA LIC. MARÍA CECILIA SÁNCHEZ BARREIRO, por sus enseñanzas, su paciencia y la oportunidad que me han otorgado de seguir desarrollándome en mi carrera profesional, mucho de lo que soy ahora es gracias a ustedes, no olvidaré el apoyo incondicional otorgado en todo momento.

AL LIC. GABRIEL MENDOZA ELVIRA, sin usted no habría empezado esto. Muchas gracias por confiar en mí, por sus palabras y consejos créame siempre lo consideraré un muy buen amigo.

A LA FAMILIA TREJO ORDUÑA, son el mejor ejemplo de que con esfuerzo y tenacidad los sueños pueden hacerse realidad. Mención especial guarda mi tío José Juan Trejo Orduña, por ser fuente de inspiración para estudiar esta carrera.

A LA FAMILIA TREJO CAMPUZANO, por todo su apoyo, sé que siempre están conmigo. Gracias por sus oraciones, son incondicionales para mí, de corazón mil gracias.

A CARLA, ISABEL E ISMAEL, pandilla gracias por los años juntos. Por compartir conmigo mis mejores y peores momentos, recuerden que la unión hace la fuerza, no me cansaré de agradecer el apoyo que obtuve de ustedes, creo que hemos hecho una amistad única.

A TODOS LOS INTEGRANTES DE LA SECRETARÍA GENERAL DE ACUERDOS, por formar parte de mi familia. A todos y cada uno de ustedes les agradezco las muestras de afecto y cariño durante todo el tiempo que han pasado conmigo. Gracias por formar parte de este proyecto.

GRACIAS  
KARINA TREJO

# ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

## INTRODUCCIÓN

### CAPITULO 1 PARTIDOS, ELECCIONES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

1.1 La comunicación política .....	1
1.2 Los partidos y la importancia de la difusión de sus propuestas.....	6
1.3 Los medios de comunicación masiva en las elecciones .....	9
1.4 La equidad en el acceso a los medios de los partidos políticos .....	14

### CAPITULO 2 PRECEDENTES DE LA REFORMA ELECTORAL SOBRE EL ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Antecedentes de la reforma electoral de 2007-2008.

2.1 Regulación Constitucional .....	21
2.2 Regulación Legal .....	23
2.1.2 Propuesta del Instituto Federal Electoral relativa a la elaboración de una reforma electoral después de la elección presidencial celebrada en el 2000 .....	32
2.3 Regulación jurisprudencial (casos Tabasco, Colima, Michoacán, Estado de México, Nayarit y elección presidencial de 2006).....	36
2.4 Resultado del Análisis .....	52

### CAPITULO 3 LA REFORMA ELECTORAL DE 2007-2008

3.1 Motivos de la reforma constitucional .....	55
3.2 Principales aspectos de la reforma constitucional y legal.....	58
3.3 La nueva regulación del acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación .....	66
3.4 Virtudes y defectos de la reforma.....	86
3.5 El nuevo modelo de reforma electoral 2007-2008. Casos que han generado controversia en la actualidad.....	90

## CONCLUSIONES

## BIBLIOGRAFÍA

## **INTRODUCCIÓN.**

A lo largo de la historia, se ha demostrado que los medios de comunicación como la radio y la televisión, se han convertido en los principales formadores de opinión pública en nuestro país. En ellos los ciudadanos buscan allegarse de información acerca de la política y su desarrollo.

La democracia en México, en los últimos años, ha utilizado a los medios como fuente primordial de información, éstos han adquirido mayor importancia debido a la utilización y el exorbitante uso de recursos que han aplicado los diversos actores políticos, particularmente, en radio y televisión.

La importancia de los medios de comunicación electrónicos y su posicionamiento en la política de México, se debe en gran parte a la influencia que éstos tienen en la mayoría de los ciudadanos, quienes a través de ellos buscan información sobre las diversas opciones políticas y sus candidatos, sus propuestas y lo que éstos les ofrecen, con el único objetivo de ganarse su preferencia y en consecuencia su voto.

El fortalecimiento que han tenido los medios en la política y los acontecimientos llevados a cabo en la elección presidencial de 2006 motivaron la necesidad de una reforma electoral integral, que principalmente se encargara de regular su actuar, como resultado de la ingerencia cada vez más fuerte que los partidos tenían no sólo de contratar espacios con fines propagandísticos que difundieran sus planes, propuestas y programas, sino por la utilización desmedida que se hacía de ellos al contratar propaganda negativa en perjuicio del partido opositor y su candidato.

Sin duda, la comunicación genera la participación de los ciudadanos en la vida democrática de nuestro país, es por ello que las diferentes organizaciones políticas actualmente buscan estar presentes no sólo a través de mensajes por los cuales nos den a conocer sus propuestas, sino a través de la presencia de sus



candidatos en noticieros, entrevistas y demás espacios informativos que, bajo el supuesto derecho a la información, pueden ser utilizados con fines meramente proselitistas.

Actualmente, la comunicación política cualquiera que sea el medio idóneo de difusión, debe procurar salvaguardar la veracidad y objetividad del mensaje a transmitir, pues de ellos muchas veces dependerá la opinión que puedan tener los ciudadanos respecto del escenario político vigente, es decir, la comunicación debe actuar por encima de los beneficios e intereses económicos que pueda obtener, debido a la responsabilidad social que tiene frente a los ciudadanos, es por ello que su regulación hoy en día, es necesaria.

Probablemente, el cambio más importante de la reforma electoral de 2007 se refiere a la incorporación de nuevas reglas en materia de comunicación, principalmente las relativas al uso que de ellos realizan los partidos políticos, adecuando dicho modelo a procesos electorales federales, locales y en periodos no electorales, elevando, inclusive a rango constitucional, muchas de las normas que actualmente existen, dando plena constitucionalidad a la limitación de algunos derechos.

Esta reforma, ha separado la estrecha vinculación existente entre medios de comunicación y partidos buscando terminar con la inequidad presentada en la contienda electoral y que en la última elección presidencial se hizo evidente. Asimismo, con dicha modificación se pretende acabar con la indebida manipulación que hasta los últimos años, en todo proceso electoral, habían tenido los medios de comunicación, pues no se comportaban como simples espectadores sino como interventores de los asuntos político electorales del país. En razón de lo anterior, se pretende subrayar la importancia que ésta ha tenido, abordando los principales aspectos de la regulación existente antes de la referida reforma y algunos acontecimientos que dieron origen a la normatividad vigente.

De esta forma, el primer capítulo aborda la relevancia que tiene la comunicación política y de cómo dicho concepto, implícitamente se encuentra ligado al fenómeno político de nuestro país, en razón del enlace que se da entre ellos. En este sentido, el control social a través de la persuasión, sin duda, servirá como herramienta de convencimiento mediante la cual se pretende llegar e impactar a un mayor número de votantes a través de mensajes. La importancia que los partidos políticos le confieren a los medios de comunicación se da principalmente por ser la herramienta por la cual los entes políticos pueden llegar a un mayor número de electores, al ser considerados como los mecanismos que mayor impacto tendrán al ser transmitidos. Asimismo, principios rectores en la materia electoral como el de la equidad es considerado uno de los conceptos que no se debe omitir abordar, debido a que el problema en el manejo de los medios de comunicación persiste, si no se hace un uso equitativo de recursos principalmente económicos a través de los cuales los partidos políticos puedan acceder a ellos. Apoya este argumento, la diferencia existente entre equidad e igualdad en materia electoral.

En el segundo apartado de esta tesis se realiza una descripción de los antecedentes que dieron origen a la reforma de 2007, debido a la incipiente regulación que se tenía en cuanto al acceso a la comunicación política en radio y televisión, pues la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos sólo señalaba como prerrogativa otorgada a los partidos políticos el participar en la vida democrática del país, haciendo posible su acceso a través de los medios de comunicación masiva existentes. Es decir, el constituyente anterior a la reforma y las demás leyes derivadas de ésta, regulaban dicha actividad de manera general, dejando de lado un factor de suma importancia y controversia como era el económico, que hicieron necesaria una reforma integral, en donde se busca la equidad en la competencia electoral, al otorgar igualdad de oportunidades en cuanto a espacios y tiempos tanto en radio como en televisión. Se reseña en dicho apartado la ausencia de normas que regularan, entre otras cosas, las famosas campañas negativas, el ilegal proselitismo pagado por terceros, así como las

preferencias que medios de comunicación, principalmente en televisión, tenían sobre los candidatos de su preferencia y que hicieron evidentes diversas irregularidades cometidas en elecciones celebradas en estados como: Colima, Estado de México, Michoacán, Nayarit, Tabasco y la elección presidencial de 2006.

En el tercer capítulo, se desarrolla el cambio más importante realizado en la reforma electoral de 2007, relacionado con la incorporación de nuevas reglas en materia de comunicación, principalmente las relativas al uso que de ellos realizan los partidos políticos, adecuando dicho modelo a las condiciones sociales que actualmente se presentan en México, realizando un análisis de los casos ocurridos en el reciente proceso electoral 2009, que sin duda ponen a prueba los cambios efectuados con la normatividad vigente y que conducen a definir el avance o retroceso que se dio con esta modificación, en cuanto al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación electrónicos.

Lo esencial de la propuesta que formulo, es demostrar que las reformas realizadas en la legislación electoral, fueron en respuesta a los procesos electorales de años anteriores, en donde los medios de comunicación ocuparon un lugar preponderante que se debía regular, no omito señalar que dichas disposiciones fueron aplicadas en los comicios celebrados durante el presente año como ejercicio básico para preparar el 2012 en donde se verán reflejadas las verdaderas reglas impuestas al proceso electoral en materia de comunicación.

## **CAPITULO 1 CONSIDERACIONES PREVIAS**

### **1.1 LA COMUNICACIÓN POLÍTICA**

En la comunicación política resulta relevante conocer lo que es valioso y tendrá como consecuencia la influencia de cada resultado político sobre los valores y las personas hacia las cosas que interesan, de tal manera que se está de acuerdo en que “la política es una cuestión de comunicación, en la que los mensajes generados por el líder político o por el partido tienen que contrastarse con los mensajes que llegan de la realidad, es decir, de la economía, de los sindicatos, de los adversarios, del exterior, de la patronal, y de los distintos grupos sociales. De la política diremos también dos cosas, que nos parecen pertinentes en este contexto, por que implican a la comunicación política: la primera, cuando contemplamos la política, vemos que, en último término gira entre gobernantes y gobernados, la segunda que la política genera comportamientos diferenciados-distintos de otros comportamientos-, y que esos comportamientos tienen que ver con la relación amigo / adversario.”<sup>1</sup>

De acuerdo con lo anterior, podemos afirmar que la comunicación va implícita en la política y que tanto el líder como el partido pretenden invariablemente enviar mensajes a la sociedad sobre los distintos tópicos que le afectan, por ejemplo, que van desde una propuesta a la situación económica, las propuestas de los otros partidos y líderes o la opinión que existe sobre el desarrollo social, de manera tal que se trata de influir en sus representados.

De igual forma, la comunicación política se refiere a los hechos del poder, esto es, a la relación que se da entre los partidos, sus líderes y la sociedad, en tanto que tal relación implica la difusión de valores, la existencia de lo bueno y lo malo, lo correcto y lo erróneo, y de todo aquello por lo cual viven o deberían vivir los miembros de una sociedad.

---

<sup>1</sup> SARTORI, Giovanni, *Teoría de la Democracia, el debate contemporáneo*, Madrid, Alianza Editorial, 1988, p. 116

En ese sentido, se está de acuerdo en que “La comunicación política es en gran medida un intercambio mediatizado, que se transmite a través de mensajes tanto verbales como en imágenes, haciendo uso de los medios de comunicación masiva,”<sup>2</sup> lo cual nos lleva a reconocer de forma clara que es un intercambio de mensajes, en donde se deben considerar aquellos de tipo verbal y transmisión de imágenes, en el entendido de que los medios de comunicación juegan un papel muy importante, principalmente por su carácter masivo y más aún con el desarrollo tecnológico.

En el mundo de la comunicación política, fenómenos tales como el mensaje político y la imagen personal del candidato juegan un papel importante, y cobra relevancia marcada el avance de la televisión, toda vez que es un medio de comunicación electrónica con influencia masiva, fundamental en el desarrollo de las democracias actuales.

Me parece interesante señalar que “La democracia pasa a ser un amasijo simbólico de órdenes institucionales que se legitima con otros medios. Se identifica con edificios, sillones vacíos, coronas, parlamentos, bandas presidenciales, ordenadores, urnas, votos, censos y padrones electorales. Se representa en la división de poderes, defensores del pueblo, del menor o de las mujeres. Incluso las libertades públicas y privadas, de reunión, asociación y expresión pueden adoptar nuevas maneras acorde con los cambios tecnológicos; la libertad del mercado y con ello la democracia del mercado.”<sup>3</sup> Lo anterior, se relaciona con el concepto de comunicación política debido a la importancia que adquieren las democracias en los distintos países, considerando los símbolos, tanto de los partidos, como la imagen de sus líderes.

Ahora bien, tomando en cuenta que son instituciones políticas que se comunican con sus electores y se legitiman cuanto mayor comunicación tienen con la propia sociedad que pretenden representar; a tal grado que la

---

<sup>2</sup> STEIN VELASCO, José Luis, *Democracia y medios de comunicación*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2005, p.36

<sup>3</sup> ROTMAN, Marcos, *Democracia sin democracia y otra invenciones*, Madrid, Ediciones Sequitur, 2007, p. 12

importancia de la comunicación política puede llegar a facilitar, incluso, la legitimidad de los partidos y sus líderes, manejando imágenes que van desde la sede del partido, los sistemas de gobierno, los símbolos del poder, el uso de mecanismo de captación del voto, conocimiento del número de habitantes con derecho a voto, considerando que son evidencias de la comunicación política.

En este contexto, cabe señalar que se presentan definiciones de comunicación política diversas, que han generado fuertes polémicas entre los múltiples investigadores en la materia, existiendo un relativo consenso en que esta forma de comunicación desempeña un papel fundamental en todo el funcionamiento de los sistemas políticos.

Meadow define a la comunicación política como "el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento de los sistemas políticos,"<sup>4</sup> lo cual nos conduce a reconocer que la comunicación política se extiende hasta los sistemas, esto es, la difusión de su organización y funcionamiento, así como las habilidades que muestran los partidos políticos y sus líderes en lo que se podría identificar como plataforma electoral.

Asimismo, podemos definir a la comunicación política como visión institucionalizada según el concepto de D. Nimo cuando sostiene que "Una comunicación (actividad) puede ser considerada política en virtud de las consecuencias (actuales y potenciales) que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto,"<sup>5</sup> esto es, destacar la existencia por un lado de la comunicación y por otro de la política, señalando que una vez que éstos tienen relación entre sí, y cuando uno interviene en el otro, podemos hablar del concepto del cual se esta haciendo referencia.

---

<sup>4</sup> Meadow, R. B., citado por MONZÓN, Cándido, *Opinión pública y comunicación política, la formación del espacio público*, Madrid, Editorial Tecnos, 1996, p. 218

<sup>5</sup> Nimo, D, citado por op cit Monzón

Es importante señalar que la comunicación política es el área interdisciplinaria que examina la función de los medios de comunicación con el proceso político, ya que trata de analizar de qué forma la política es comunicada por parte de los responsables públicos a los medios, y como éstos lo trasladan a la ciudadanía. Es decir, este tipo de comunicación se puede entender como un estudio de corte político, que analiza principalmente los papeles de tres actores en toda elección: el político o candidato, el ciudadano y los medios de comunicación electrónicos, tomados estos últimos como vehículos de relación entre los primeros. Es importante mencionar, que todo vínculo que se procure transmitir por medio del mensaje político desde el comunicador hasta el ciudadano o receptor, con la intermediación de los medios de comunicación, se puede considerar como comunicación política.

En la comunicación política intervienen, igualmente factores de tiempo, lugar, acontecimientos, y lo más importante, los objetivos de quienes participan en ella dentro de un orden político determinado.

Las definiciones de comunicación política son diversas y, por tanto, objeto de polémica, pero en lo fundamental se está de acuerdo en que la comunicación política se entenderá “como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político.”<sup>6</sup> El profesor Oscar Ochoa mismo autor plantea que la comunicación política ha desempeñado distintos papeles dependiendo del sistema político del que se traten. Por ejemplo, en una dictadura su papel se verá limitado a servir como un mero instrumento del poder establecido, mientras que, en un sistema democrático, la comunicación ocupará un rol central en los procesos.

En suma, el concepto de comunicación política es aquella relación que se establece entre los miembros de la sociedad y quienes expresan sus ideas en sus programas de acción, con los cuales intentan mostrar a la sociedad sus proyectos a desarrollar, buscando la aceptación del electorado. Por lo tanto, se entiende que los procesos que median entre las instituciones formales del

---

<sup>6</sup> OCHOA, Oscar, *Comunicación política y opinión pública*, México, Ed. Mc Graw Hill, 2000, p. 5

Gobierno y la conducta electoral de los ciudadanos, son la parte central de la comunicación política en sus distintas fases, ya que se refiere al vínculo entre los líderes, los partidos y sus electores.

La comunicación política puede ser considerada como una actividad determinada que realizan candidatos, partidos, medios de comunicación (radio, televisión y prensa) con la intención de participar en las decisiones de los asuntos políticos de su país que implique la toma del poder público.

A juicio de María José Canel <sup>7</sup>, la comunicación política deberá de contar con la siguientes características: **orientarse a corto plazo**, porque busca resultados prácticos e inmediatos, **estratégica**, al comunicar para lograr algo y siguiendo un plan, **persuasiva e intencionada**, al influir en creencias, actitudes, valores y acciones, **mediada** porque atraviesa el filtro de los medios de comunicación y **orientada** porque está destinada para actividades específicas, esto es, se buscarán obtener resultados inmediatos con el único propósito de llegar al electorado y obtener el voto ciudadano, a través de planes y programas que se realizarán continuamente en los diversos medios de comunicación masivos por medio de mensajes diseñados exclusivamente para aquellas personas que a través de su participación en toda jornada electoral den el triunfo a aquellos actores y organizaciones políticas que buscan llegar a un cargo de elección popular. Es así, que el mensaje que trata de dar la comunicación política se puede dar a través de distintas formas, entre las cuales está, la publicidad, los mensajes informativos de eventos políticos, el debate, etc.

Es importante señalar que la comunicación política surge desde los orígenes de la civilización, en la manera que los líderes y pensadores comunicaban sus ideas y propósitos con gran elocuencia. Al respecto, se observa que en la actualidad se utilizan los medios impresos y electrónicos como vehículos emisores de los mismos.

---

<sup>7</sup> CANEL, María José, *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*, España, Editorial Tecnos, 2º Edición, 2006, p.24



Asimismo, “la comunicación política utiliza la persuasión como arma para convencer a la opinión pública sobre un determinado planeamiento. Así, política y persuasión forman un binomio inseparable, ya que la comunicación política siempre tiene intencionalidad. Con la aparición de los nuevos medios de comunicación personalizada, como la telefonía móvil e internet, se ha producido un gran impacto en el proceso informativo que ha influido de forma determinante en la comunicación política.”<sup>8</sup> Al respecto, la comunicación política, por medio de la persuasión, busca lograr un control social, haciendo uso de las nuevas tecnologías.

## **1.2 LOS PARTIDOS Y LA IMPORTANCIA DE LA DIFUSIÓN DE SUS PROPUESTAS.**

Es importante señalar que los partidos políticos pueden ser también definidos como “vehículos de transmisión que canalizan las demandas y las sensibilidades de los ciudadanos, los partidos políticos los representan en las instituciones democráticas, y presentan a sus candidatos a elecciones libres y democráticas con el firme y decidido propósito de obtener representación y conseguir el poder. Uno de los principales y fundamentales objetivos de todos los partidos políticos es alcanzar el poder gubernativo para implementar en la sociedad su programa político.”<sup>9</sup> Los partidos, organizaciones y actores políticos han ido desarrollando una visión más amplia y sofisticada de las implicaciones y efectos del manejo de medios, dentro y fuera de sus campañas, así como en la relación que éstos guardan con el electorado, la cual debe concentrarse principalmente por elementos de confianza que propiamente los actores políticos deben ofrecer.

El uso que los partidos políticos le dan a los medios de comunicación está centrado básicamente en la difusión de sus ideologías, de sus propuestas y de sus exhortaciones hacia la población en general para conseguir el voto; esto

---

<sup>8</sup> YAÑES MESA, Rafael, “La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada” en *Ámbitos*, número 15, Año 2007, p. 355, revista consultada en [http://grupo.us.es/grehcco/ambitos\\_16/20yanes.pdf](http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/20yanes.pdf), Octubre, 2008.

<sup>9</sup> IVORRA ALEMANY José Adrián *Los Partidos Políticos en los Sistemas Democráticos* consultado en <http://www.metrocamp.edu.br/pesquisa/pdf/04.pdf>, Septiembre, 2008

indiscutiblemente sucede con mayor intensidad en la época de campañas, en las cuales vemos spots tanto en medios electrónicos, como inserciones en cada espacio existente, en espectaculares, revistas y prensa.

En la actualidad, los medios de comunicación electrónicos, son los voceros con mayor alcance en cuanto a política se refiere, llegando a crear en la ciudadanía ideas y conclusiones respecto de cualquier tema, a partir de lo que éstos presentan en sus espacios, muchas veces incluso, convencen a las personas de manera tal que no permiten conocer por otras vías el mismo tema, lo cual sin duda limita la posibilidad de contar con opiniones mejor informadas en la sociedad.

La difusión de los programas electorales y los proyectos ideológicos estriba en la credibilidad con que en éstos se manejen, considerando a los políticos o representantes de los partidos como comunicadores que necesitan como intermediarios de sus mensajes a los medios de comunicación. A través de ellos se dirigen a la sociedad, otorgándoles así un papel fundamental buscando convencer por medio de un interlocutor que traslada a los demás la difusión de sus propuestas, como base fundamental para el voto que obtendrán del electorado.

En una sociedad democrática son muchos los comunicadores políticos que se pueden tener, en ellos, el ciudadano recibe distintos mensajes persuasivos con diferente interpretación sobre un mismo hecho. La conclusión final recaerá en el manejo adecuado que hagan sobre el hecho y en materia política, la difusión de sus propuestas en los medios de comunicación.

Para lograr la confianza de los ciudadanos es preciso que los políticos y los partidos puedan dirigirse a ellos, ya que contar con canales de comunicación adecuados resulta tarea prioritaria. Para el ciudadano también es una necesidad conocer lo que piensan sus gobernantes, en este sentido, los medios de comunicación se consideran parte de los componentes de ese diálogo permanente que debe existir en una democracia participativa.

Por lo tanto, se considera como parte inherente en este tema que “El manejo de medios comprende una amplia variedad de fórmulas y prácticas a través de las cuales los partidos, organizaciones y actores políticos, con el propósito de proteger o promover sus fines, buscan ejercer un cierto control, o una manipulación sobre los propios medios de comunicación. La visión que pueden tener diversos políticos sobre los medios es que ellos representan valiosos vehículos, que incluso pueden constituirse como aliados indispensables en procesos electorales”<sup>10</sup>. De esta forma, los partidos como organizaciones y actores políticos emplean una gran diversidad de técnicas, métodos y procedimientos con la finalidad de convencer al electorado y obtener de ellos su confianza (o al menos su voto), con el manejo apropiado de los medios de comunicación en los procesos electorales en los que participan.

Como se sabe la democracia supone la pluralidad de intereses e ideologías existentes en una sociedad, por lo tanto, la difusión de las propuestas de los partidos políticos es necesaria como expresión real para obtener el voto ciudadano.

Por otra parte, no se debe perder de vista que “los partidos son conductos de mediación porque ponen en contacto a los ciudadanos dispersos con las instituciones estatales; son elementos organizativos que logran trascender la atomización de la vida social y a través de ellos se expresa la contienda entre los diversos diagnósticos y propuestas que existen en la sociedad”.<sup>11</sup>

Asimismo, “los partidos son instrumentos para lograr beneficios colectivos, para lograr un fin que no es meramente el beneficio privado de los combatientes, puesto que realzan una serie de capacidades del sistema, en virtud de que son órganos funcionales -.”<sup>12</sup>. Así, la importancia de la difusión de las propuestas partidarias pueden contribuir al reconocimiento de la sociedad que se identifica a su vez con una determinada corriente política. Los partidos políticos tendrán trascendencia ante la sociedad en la medida en que puedan difundir sus

---

<sup>10</sup> STEIN, op. cit., p. 38

<sup>11</sup> Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, WOLDEMBERG, José en *Autoridades Electorales y el Derecho de los Partidos Políticos en México* 2005 p. 14

<sup>12</sup> Idem

propuestas y relacionarlas con los intereses sociales como forma de enlace del poder y la sociedad.

Cada partido y candidato tendrán la libertad para desarrollar su propia estrategia y mensaje político y su éxito electoral dependerá de la efectividad con que los medios puedan transmitir la candidatura de un individuo y sus propuestas, permitiendo al candidato comunicarse con los votantes sin filtros ideológicos ni censuras.

En la actualidad, hay una gran importancia de la difusión de propuestas políticas, en razón de que ésta viene a influir de manera directa en la obtención de la confianza de los electores y en consecuencia del voto, y que será la base para la toma del poder con consenso social.

### **1.3 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN LAS ELECCIONES**

Los medios de comunicación masiva realizan una acción permanente e informativa que contribuye de manera muy importante a la formación e interpretación de las propuestas políticas, tanto de los partidos como de sus candidatos ya sea para la obtención de un conocimiento político ciudadano, que viene a facilitar la toma de decisiones tanto en lo colectivo como en lo individual, como de si pronunciamiento frente a un tema político, económico o social relevante.

Su importancia es tal, que puede sostenerse que “hoy en día, la presencia de los medios y los amplios recursos tecnológicos que utilizan, irremediablemente tienen un impacto no sólo en la vida de la democracia, sino en el quehacer político, por reducido o insignificante que pueda parecer. Difícilmente es posible encontrar instituciones, organizaciones o actores políticos que se aventuren a entrar en la arena política contemporánea sin una asesoría o apoyo profesional sobre la forma en que trabajan los medios de comunicación y sus efectos,”<sup>13</sup> lo que demuestra que los medios de comunicación masiva, en la actualidad,

---

<sup>13</sup> STEIN, op. cit., p. 52

tienen un enorme impacto en la ciudadanía, más aún en los periodos electorales donde se agudiza la lucha política.

En una búsqueda de lo más importante sobre el uso de los medios de comunicación masiva en los procesos electorales, se encuentran los diez principios básicos siguientes:

- Comunicar valores. Una comunicación efectiva debe divulgar una clara afirmación de valores básicos, autoridad moral y liderazgo.
- Establecer cuestiones respecto de las cuales el electorado esté en contra. Por regla general, la ciudadanía manifiesta su rechazo hacia aquellos que representan o son presentados como opuestos a sus intereses, costumbres o ideas.
- Cubrir en el ejercicio de campaña al electorado que está indeciso o no tiene una preferencia definitiva a favor de un candidato.
- Brindar al electorado elementos que le den certeza de que el candidato en cuestión será el triunfador frente a los que proponen los otros partidos.
- Identificar los errores de la oposición y a quien los comete, para exhibirlos frente al electorado.
- Motivar al auditorio a que asista a votar a favor de su candidato. Por lo general se presenta el sentimiento entre ciudadanos que su voto es irrelevante y que en nada cambiará el que ellos acudan a las urnas.
- Utilizar en apoyo del uso de los medios, la presencia y promoción a favor del candidato por líderes de opinión. Esto es especialmente importante cuando se carece de muchos recursos para el uso de medios de comunicación.
- Asumir actitudes provocativas que produzcan reacciones en los medios. Actitudes que tratan de guardar una moderación no llegan a llamar la atención de los medios, y muchas veces se les relega a un lugar sin importancia.
- Afirmar y defender permanentemente la integración de programas gubernamentales con el consenso social.

- Diversificar estrategias. La pluralidad en la solución de los problemas considerados como centrales en el mensaje de campaña es indispensable. La exclusión con base en criterio de raza, color, sexo, por ejemplo, para abordar un tema, no debe ser aplicada.<sup>14</sup>

Observamos en estos diez principios básicos la gran influencia que tienen los medios de comunicación masiva en las elecciones, debido a que se pueden divulgar los valores básicos de la propia sociedad, así como las virtudes de los líderes ante una sociedad que espera ser bien representada, en donde va implícita, incluso, la autoridad moral de los actores políticos ante la sociedad.

Ante esta descripción de los principios básicos se podrían realizar múltiples consideraciones por la precisión que contienen, sin embargo, se reconoce que su contenido es de aplicación práctica y son una realidad en la vida cotidiana de la democracia., pero en todo caso, los medios tendrán siempre como objetivo motivar al electorado, con la utilización de actitudes provocativas que induzcan a la sociedad a votar por un determinado partido y su candidato, y principalmente presentar soluciones a la problemática social, sin discriminación y con pluralidad.

Ello es así, porque una de las principales tareas de la comunicación es, sin duda, coordinar los flujos de información entre los partidos, los líderes y naturalmente entre gobernantes y gobernados, que bien podría significar que, en la actualidad, sin los medios de comunicación la política se vería restringida en su dimensión.

Con el desarrollo de la tecnología los medios de comunicación electrónica, se han convertido en uno de los mecanismos fundamentales del poder, al ocupar un lugar central en la democracia y jugar un papel determinante en su desarrollo. La función de los medios masivos de comunicación en las elecciones tiene un objetivo político y determinante de opinión ciudadana.

---

<sup>14</sup> CHAO GUNTHER, Herbert, "Ten Principles for Effective Advocacy Campaigns" en Meredith Mintler (ed.), *Community Organizing and Community Buildings for Health*, 1977, p.114, citado por STEIN, op. cit., pp.51-52

Los medios masivos de comunicación, especialmente radio y televisión y secundariamente la prensa, se han convertido hoy en día en un centro de interés de los asuntos públicos relacionados con las elecciones, en el foro de debate donde se visualiza el diálogo continuo que resume los sucesos actuales de la política, así como el lugar en donde se presentan diariamente las propuestas y los contrastes que va teniendo la actividad política.

En tal virtud, los medios de comunicación masiva pueden ser considerados no sólo como simples transmisores de información y de propuestas políticas, sino como analistas y comentaristas de opinión de la vida democrática en el período de elecciones, además de constituir una herramienta persuasiva que nos permite mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, económicos, pero principalmente políticos del país.

Su acción aumenta en importancia con los progresos técnicos, la amplitud y la diversidad de las noticias transmitidas. La información se convierte en una necesidad social que sin duda muchas veces conduce o va guiando la vida en sociedad, contribuyendo con la tarea informativa y la formación de un conocimiento político.

Los medios de comunicación masiva en un periodo electoral en tanto unidades de negocio deben procurar dar certeza al electorado de que su voto por un partido o bien un candidato culminará con el triunfo de éste frente a los demás participantes, de tal manera que se presente una cierta confianza en el ciudadano de los efectos de sus voto y de la importancia de su participación en la democracia.

Dada la necesidad de ejemplificar este punto se cita que “la comprensión de los medios implica, hoy, comprender las dimensiones del hombre. Los medios permean todas las actividades humanas de manera tan insistente, intensa y extensa que el entendimiento de cómo funcionan, con qué contenidos, intereses y resultados, es fundamental lo mismo para explicarnos las variaciones de la economía que las tensiones (y distorsiones) de la política.

Entender a los medios es necesario tanto para prever los alcances de la educación, como para apreciar el estado de la moral en nuestras sociedades,”<sup>15</sup> lo cual necesariamente nos conduce a señalar que los periodos electorales son de gran intensidad en donde se manejan intereses de trascendencia, cuya finalidad es obtener un buen resultado, pero también en donde se manejan las discrepancias de la política y sus alcances.

Asimismo, se está de acuerdo en que “estudiar a los medios implica examinar la principal fuente de influencia sobre las relaciones sociales, el factor más dinámico en la conformación de la cultura política, el instrumento más sobresaliente en la instrucción o confusión de nuestras poblaciones. Al mundo de hoy no se le puede entender sin los medios. Con ellos se están imbricadas todas las nociones de futuro, desarrollo y progreso de nuestros países. Además, los medios constituyen el espacio privilegiado para la exposición de ideas.”<sup>16</sup> Por lo tanto, la influencia de los medios masivos de comunicación constituye un factor dinámico en la conformación de la cultura política, que precisamente se presenta con mayor intensidad en el periodo de elecciones, de tal manera que no se puede entender en las actuales condiciones un proceso electoral en que los medios se encuentren ausentes, ocupando un lugar privilegiado en la vida democrática de la sociedad.

Se tiene algunos ejemplos recientes en donde se ha observado la importancia de los medios de comunicación y las elecciones, desde el punto de vista ético, ya que reflejan distintas posturas de pluralidad ideológica y política, de tal manera se considera que “hoy en día, los medios son el espacio natural donde se da la confrontación, el análisis y el debate de las ideas políticas. El público receptor de los mensajes, que a final de cuentas es el ciudadano que con su voto elige la opción que le más le convence, encuentra en los medios la información básica que le permite normar sus preferencias y comportamiento políticos.”<sup>17</sup> Esto reconoce que los medios son el lugar para el análisis y debate

---

<sup>15</sup> TREJO DELARBRE, Raúl, *Poderes Salvajes, Mediocracia sin contrapesos* México, Ediciones Cal y Arena, 2005, p.29

<sup>16</sup> TREJO DELARBRE op cit, p. 30

<sup>17</sup> ÍSITA TORNELL, Víctor, *Ética, Medios de Comunicación y Elecciones* consultada en <http://veneno.com/2004/v-82/isit-82.html>, Septiembre, 2008



de las posturas políticas de los partidos y su mayor importancia se presentará en los periodos electorales.

Consideramos que en las elecciones a menudo se presenta la oportunidad de evaluar el cumplimiento de la oferta y compromiso político de los diversos actores políticos participantes. Repetidos procesos electorales en las últimas décadas presentan claras evidencias de ello, exhibiendo el lugar central que los medios masivos de comunicación ocupan en los citados procesos electorales.

En síntesis, se reconoce que en los periodos electorales, los medios de comunicación masiva ocupan un lugar central en la información que recibe la sociedad, y que su intensidad y efectividad repercutirá, en los resultados electorales, ya que se tiene una enorme capacidad de atracción en las decisiones de los electores.

#### **1.4 LA EQUIDAD EN EL ACCESO A LOS MEDIOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.**

La equidad es un concepto aplicable a distintas cuestiones de la vida social, que incluso se ha abordado desde el punto de vista filosófico, y que ahora convirtió en un elemento fundamental en la doctrina jurídica y específicamente al derecho electoral.

Debemos recordar que “la palabra equidad deriva del latín *aequitas*, derivado éste a su vez de *aequus* que significa igual; atendiendo a su raíz etimológica la noción se vuelve incierta y equivoca, por lo que también se le concibe como justicia natural por oposición a la legal. De igual modo atendiendo a este criterio de igualdad, la equidad es sinónimo de determinada actitud a la hora de regir las relaciones entre personas”<sup>18</sup> y para el tema que analizaremos incluso es parte del derecho positivo, es decir, de la legislación y por lo tanto tiene un carácter jurídico con dos funciones básicas: la primera corregir insuficiencias y, la segunda, como principio de interpretación.

---

<sup>18</sup> QUIÑONES TINOCO, Carlos Sergio, *La Equidad en la contienda electoral*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2002, p. 35

En esta tesitura, el concepto de equidad tiene una interpretación amplia, pero en esencia “es un principio de interpretación esencial y difundidísimo en las codificaciones contemporáneas y en los sistemas de derecho consuetudinario. La referencia a la equidad en otros textos legales suele encontrarse en dos formas, la primera es una referencia expresa, la segunda es sobreentendida, tácita. La primera forma no requiere por supuesto de mayores análisis y comentarios, en cuanto a la segunda, con frecuencia se nos presenta en forma evidente y en muchos casos, sólo es posible ver su presencia mediante el análisis cuidadoso que hace el jurista de las múltiples relaciones que se presentan en un sistema jurídico dado, en estos casos, la equidad pasa desapercibida para el no versado en la materia.”<sup>19</sup> Con lo anterior, se presenta la necesidad de considerar tanto la definición como ese principio, y vincularlo con los acontecimientos políticos recientes.

En este contexto, se puede considerar que los procesos electorales deben ser equitativos, y en eso se debe centrar la atención, tanto por el desempeño de los partidos políticos como sus candidatos, ya que de acuerdo con la experiencia es en donde más quejas existen, debido a que se distorsiona de manera permanente tanto el concepto como el principio de equidad.

De ninguna manera es ocioso también aceptar la significación del concepto de equidad al señalar que “al resumir el pensamiento aristotélico y aquinatense: la equidad es una fuente supletoria por cuanto es lo justo más allá de la ley escrita y su enderezamiento o rectificación y, un principio de interpretación que obliga al juez a mirar no a la ley sino al legislador, no a la letra ni al hecho, sino la intención, no a la parte sino al todo, nos preguntamos si la idea de lo social no está de tal suerte impregnada por la equidad que de verdad no es sino la aplicación de su sentido humano,”<sup>20</sup> al interpretarse que el derecho electoral es parte del derecho social y que en este terreno la equidad es equivalente al concepto de igualdad, básicos ambos en cualquier contienda política, pues el

---

<sup>19</sup> AZUA REYES, Sergio T, citado por QUIÑONES TINOCO ídem, op. cit., p. 35

<sup>20</sup> CUEVA, Mario de la, citado por QUIÑONES TINOCO, ídem op. cit., p. 36

primero se ha referido al trato presupuestal que reciben los partidos y sus candidatos, bajo el principio de justicia distributiva, en tanto que la igualdad se refiere a trato idéntico a los contendientes aunque éstos sean diferentes.

Partiendo de estos conceptos, es evidente que el acceso a los medios masivos de comunicación de los partidos políticos se verá reflejada, y que incluso estará basada en la votación obtenida en elecciones anteriores, pero con la tendencia a que esta equidad también se oriente hacia el incremento de preferencias entre los ciudadanos, o sea, no sólo destinar los recursos disponibles en los resultados obtenidos sino que el principio de equidad también deberá de contemplar el incremento en el número de votantes, además de cuidar que no se vulnere el principio de equidad a través de incentivos y fuentes de financiamiento privado disfrazadas o encubiertas de información noticiosa.

En este contexto, la equidad en los procesos electorales es motivo de una revisión permanente en varios sentidos, en virtud de que los medios existentes (televisión, radio y prensa) y específicamente los electrónicos tienen capacidad para hacer y deshacer prestigios. En el caso de la televisión se construyen imágenes que pueden estar muy lejos de la realidad mientras que en el caso de la radio se pueden utilizar tonos y voces que no corresponden a lo que plantea el partido ó el candidato. La forma en que estos medios de comunicación electrónicos llegan a la comunidad pueden alcanzar una influencia tal que sean determinantes en perder o ganar una elección. No obstante, se debe reconocer la existencia de habilidades, capacidades, destrezas, conocimientos y experiencias de los candidatos, razón por la cual también puede existir la aplicación de este concepto de equidad.

El impacto que los medios de comunicación masiva tienen en las decisiones del electorado, conlleva a reconocer las potencialidades e influencias de cada medio, en razón de que se podrían presentar la aplicación de técnicas visuales en la televisión al reconocer que una imagen vale más que mil palabras, y aplicar modalidades avanzadas de influencia de tipo comercial, esto es, prácticamente vender imágenes con un impacto electoral.

Para el caso de la radio es también muy importante la duración de los mensajes, éstos pueden tener mayor influencia mientras se mantengan en el aire durante las horas de mayor audiencia.

Con lo anterior podemos deducir que la equidad está relacionada con una serie de factores que por ejemplo, tratándose de la prensa escrita no necesariamente llevan a la aplicación presupuestal de recursos sino las propias preferencias de los medios en la inteligencia de que se puede vulnerar el principio de equidad al poner su capacidad instalada y sus destrezas al servicio de un partido y sus candidatos.

En este sentido, el concepto de equidad puede ser de tipo procedimental y referirse a la igualdad de los partidos y los candidatos ante la ley electoral, de tal manera que, la equidad real comprenda simple y llanamente un igualdad sin más, lo cual nos induce a la idea de que la ley electoral aplicable no favorezca a ningún partido. Por lo tanto, la equidad será una lucha de los partidos y sus líderes para lograr la igualdad de oportunidades en varios sentidos, principalmente en la disposición de los recursos para acceder a los medios de comunicación masiva y que tienen un alto componente político, resultado de acuerdos basados en las habilidades de los propios partidos y sus líderes.

Asimismo, el concepto de equidad exige la consideración de topes en el uso de recursos, en el acceso a los medios de comunicación así como transparencia en su manejo.

En este contexto, se ha señalado que “la cuestión de la equidad en el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación está más o menos resuelto a través de la ley electoral. Las condiciones en que compiten las instituciones políticas son ahora mucho más equilibradas y justas que antaño y en el futuro podrían mejorar, pero nadie puede asegurar que la información que emiten los medios en relación con la cobertura de las campañas de proselitismo durante los procesos electorales continúe por la ruta de la equidad, la justicia, la imparcial y la verdad, entre otros valores de lo que podría llamarse

periodismo democrático.”<sup>21</sup> Con esta descripción, se plantea que la ley electoral aplicable pretende la equidad y un equilibrio entre los partidos con cierta justicia, y mejorando las condiciones anteriores existentes, sin embargo, el principio de equidad también se ve vulnerado por los propios medios de comunicación que tienen capacidad de emitir información sobre coberturas de campañas o proselitismos de acuerdo con sus estándares de medición durante y después de los procesos electorales, lo cual es muy difícil de evaluar, debido a que, esa información que emiten los medios por su sistemas son de su absoluto conocimiento, y de alguna manera vienen a determinar criterios incluso de tipo periodístico que vendrán a influir de cierta forma en la vida democrática del país.

Para que exista la equidad deben existir condiciones necesarias en el logro de una opinión pública informada y conocedora, no obstante que los medios pueden llegar a distorsionar la información con parcialidad o sin ella ya que, la oferta política de los partidos que buscan arribar al poder con los votos de los ciudadanos cuidan hasta donde les es posible llegar la equidad la cual logran en algunos casos y en otros la buscan.

Atendiendo a un ejemplo concreto, para el caso de México y la campaña de 1994 en la televisión mexicana, relacionada con este concepto, se sostuvo que “la equidad tampoco es un atributo fácil de establecer, tratándose de asuntos políticos. Una idea simple, pero algo extendida de equidad, sugiere que ella consiste en que cada uno de los protagonistas de una campaña electoral se le otorguen espacios o, en el caso de los medios electrónicos, tiempos idénticos. Esa es una concepción elemental, y por ello limitada de igualdad, que sin embargo parte de una premisa errónea: supone que todos los que compiten en las campañas electorales son iguales, lo mismo en su capacidad para propagar mensajes originales que en el consenso que suscitan en la sociedad.”<sup>22</sup> Esta concepción, se dio hace tiempo en México y es aplicable en la actualidad, en virtud de que hay una cobertura noticiosa en cada partido y candidato que

---

<sup>21</sup> [SITA TORNELL, op cit

<sup>22</sup> TREJO DELARBRE, Raúl, *Equidad, calidad y competencia electoral, en las elecciones de 1994*, México, Ediciones cal y arena, 1995, p.114

podría contar con espacios idénticos la cual no se presenta en la práctica, dado que en toda contienda electoral hay competidores fuertes y débiles.

También para el caso de México y en el mencionado periodo electoral, se expresó lo siguiente “ningún informador, que sea profesional, pondrá en práctica al pie de la letra ese principio. Suponer que por el hecho de ser, todos, partidos registrados, los nueve partidos políticos merecen el mismo espacio en los medios, aparentemente sería un síntoma de igualdad pero el problema es que, los partidos mismos, no son iguales entre sí. Hay enorme distancia entre los tres partidos auténticamente nacionales (PAN, PRI y PRD) y el resto de las organizaciones registradas legalmente como tales pero circunscritas a presencias regionales o sectoriales, o quizá sin una presencia real comprobable. Pretender que todos, los nueve partidos, reciban el mismo tratamiento informativo, equivale a suponer que el interés de los ciudadanos se distribuye de manera equitativa, lo cual en cada elección se comprueba que no es cierto.”<sup>23</sup> Este señalamiento, se debe considerar como referencia al abordar un problema de igualdad que no es real, ya que existen tres partidos hasta la fecha auténticamente nacionales, mientras que los demás tienen un registro legal pero con presencia regional o sectorial que dificulta el mismo trato informativo en los medios de comunicación, obstaculizando enormemente la aplicación del concepto del cual se viene haciendo referencia.

Es de conocimiento general que la equidad es muy difícil de lograr por la intervención de diversos valores cualitativos y cuantitativos, éstos se refieren a la participación de los propios medios, que pueden ser imparciales o no, y que se pueden orientar por preferencias electorales, mientras que el uso de recursos, también no necesariamente nos conduce a inducir, que tengan una aplicación similar o de la misma influencia que otros, para lograr la preferencia electoral que es su principal objetivo, por lo tanto, la equidad será una aspiración que se contemple en la ley pero que en la práctica tiene ciertas dificultades su logro, al formar parte del problema de la distribución existente

---

<sup>23</sup> ibidem p.116

desde hace muchos siglos y aún más en los entes políticos y el acceso a los medios de comunicación masiva.

## **CAPITULO 2.- PRECEDENTES DE LA REFORMA ELECTORAL SOBRE EL ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **ANTECEDENTES DE LA REFORMA ELECTORAL DE 2007-2008**

#### **2.1 REGULACIÓN CONSTITUCIONAL**

Los medios de comunicación constituyen un elemento básico en las relaciones de poder que se presentan en los diversos actores que participan en las decisiones de la sociedad. En esas relaciones, la influencia de éstos se ha vuelto por demás importante y muchas veces decisiva en las preferencias electorales, por su impacto social evidente en la vida cotidiana que en todo momento recibe mensajes sobre todos los temas.

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se encontraba regulada la participación de los partidos políticos en las actividades del Estado, pues al jugar un papel de trascendencia en él, éstos tienen derechos, obligaciones así como garantías que los protegen.

En su artículo 41, se establecía la importancia que para el sistema mexicano tienen los partidos políticos, de como éstos forman parte esencial del proceso electoral que desde la constitución de 1917 se venía contemplando al prever su participación y regulación en la misma.

Con respecto a las prerrogativas de radio y televisión, el constituyente federal señalaba en el precepto de referencia, el fundamento base de este análisis, pues le otorgaba a los partidos políticos promover la participación del pueblo en la vida democrática para contribuir a la integración de la representación nacional y hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público mediante la difusión de sus propuestas. Sin embargo, el texto constitucional remitía a la fuente secundaria correspondiente, al no establecer criterios concretos para asegurar y regular sus prerrogativas.



En este sentido, es posible concluir que el texto constitucional generaba un rasgo inequitativo, considerado durante mucho tiempo punto de discusión, porque si bien, todos los partidos tenían el derecho al uso y disfrute de los medios de comunicación, la equidad que se trataba de manejar dentro de la contienda electoral no existía, en razón de que, el constituyente anterior a la reforma de 2007 no regulaba la fuerza política, ni económica, con la que contaban los diferentes partidos en nuestro país, al existir mayor presencia de uno u otro partido en los medios, como resultado de una inclinación hacia el partido que se viera mayormente beneficiado por la propaganda realizada, provocando de esta manera una competencia injusta e imparcial, como consecuencia del apoyo económico o impulso político que éstos pudieran obtener.

El texto constitucional, relacionado con el acceso de los partidos a los medios de comunicación social, nos remitía a la disposición contenida en el numeral 116, fracción IV, inciso g), al considerar la prevención a la que debían estar sujetas las leyes tanto federales como estatales en materia electoral, pues con la referida disposición se intentaba garantizar y proteger los principios básicos que rigen el sistema electoral en México.

Es obligación de la Federación y los Estados, elaborar criterios concretos que permitan asegurar y regular los términos y condiciones a que se sujetarán los diversos actores políticos en toda contienda electoral, con la única finalidad de difundir sus propuestas de campaña. Por ello el ordenamiento constitucional que se analiza buscaba a través del principio de equidad, la distribución igualitaria de los espacios que se otorgan a los partidos en los medios.

Asimismo, se señalaba que, la prerrogativa de los partidos políticos nacionales a participar en los procesos electorales federales y estatales, obliga a que por mandato constitucional, la ley garantice la competencia de manera equitativa, con elementos para llevar a cabo sus actividades. Particularmente, en los medios de comunicación es insuficiente, dada la proyección e importancia que pueden tener frente al electorado, pues resulta evidente el papel que desempeñan como formadores de opinión y factores de cambio en la sociedad.

## 2.2 REGULACIÓN LEGAL

Con el avance tecnológico que han tenido los medios de comunicación a lo largo de nuestro tiempo, el papel que desempeñan en toda actividad electoral es por demás fundamental. Por ello, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales regulaba las actividades que deben tener los partidos políticos en relación al acceso a los medios de comunicación masivos.

Esta actividad sin lugar a dudas puede llegar a significar el triunfo o derrota de algún candidato, pues la manipulación que se ejerce a través de sus mensajes, es fundamental, ya que dependerá principalmente del manejo que se haga de éstos el resultado final de la elección.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en su artículo 36, inciso c), establecía como uno de los derechos de los partidos políticos nacionales el disfrutar de las prerrogativas contempladas dentro del artículo 41 constitucional, en el que, como ya se mencionó se otorga el derecho y disfrute de los medios de comunicación social con la finalidad de que sean los actores políticos los que a través de ellos difundan sus programas de acción, difusión de ideas y plataformas electorales, con el único propósito de ganarse al electorado.

Es importante destacar que no sólo adquieren derechos, también obligaciones, en la disposición del numeral 38 inciso j) del referido ordenamiento, se establecía la responsabilidad de los partidos de dar a conocer, a través de las frecuencias de radio y canales de televisión, sus propuestas.

Dentro del marco legal que regulaba el tema de medios de comunicación y partidos, se desprende que el referido Código electoral, establecía en su libro segundo, título tercero, las prerrogativas en relación con el acceso a la radio, televisión y financiamiento al cual se encontraban sujetos los institutos

políticos, entendiéndose como prerrogativas “los privilegios que la ley otorga a los partidos para el ejercicio de sus funciones.”<sup>24</sup>

Como antecedentes, se tiene que la Ley Federal Electoral de 1973 fue la primera legislación secundaria que consagró como prerrogativa de los partidos políticos su acceso gratuito a la radio y televisión, incluyendo las exenciones de impuestos, franquicias postales y telegráficas.

Asimismo, es la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procedimientos Electorales de 1977, la que amplió dichas prerrogativas al disponer que los partidos políticos podían tener acceso gratuito a la radio y televisión de manera permanente, aun en periodos no electorales, y que durante los periodos electorales, en todo caso, se incrementarían los periodos de duración y se proporcionarían los medios adecuados para sus tareas editoriales, y contarían en forma equitativa con un mínimo de elementos para sus actividades electorales durante las jornadas respectivas.<sup>25</sup>

Es así, que el citado artículo 41 constitucional como la disposición contenida en el diverso 42 del Código Federal Electoral, regulaban de manera integral los derechos que el propio constituyente federal otorgaba a los partidos políticos, con la única finalidad de cumplir sus responsabilidades en busca del voto del electorado a través de la difusión de sus propuestas, principios, imagen y plataformas electorales. Se hace notar que, el carácter permanente que se da a través de las citadas disposiciones, al otorgarles el acceso a radio y televisión, aún en periodos no electorales.

La prerrogativa de acceso permanente y gratuito a la radio y televisión de la cual gozan los partidos políticos nacionales, era regulada a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión de la máxima autoridad administrativa electoral, encabezada esta

---

<sup>24</sup> PÉREZ CRUZ, Orestes Eugenio, *Compendio de términos político-electorales*, Veracruz, Universidad de Xalapa, 2000, p. 54

<sup>25</sup> JAKEZ GAMALLO, Luis Carlos, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Doctrina, legislación, comentarios, jurisprudencia, tesis relevantes y tematizado*, México, Editorial Porrúa, 2006, p. 276

última, por el titular de la citada dirección e integrada por un representante de cada uno de los institutos políticos, con facultades de decisión respecto a su programación. Su función central consistía en tener a su cargo la producción de programas, así como el trámite de los tiempos correspondientes que se otorgaban (fechas, canales y horarios de transmisión) como resultado de la garantía constitucional de la cual los partidos son titulares.

A través de la difusión de programas individuales cada partido político da a conocer a la ciudadanía sus propuestas, sin embargo, es importante señalar que el impacto que éstos tengan o la difusión y tiempo que les otorguen significará sin duda el éxito de su campaña. Es por ello que el Estado garantizará la equidad en la contienda electoral a través de disposiciones que regulen el tiempo del que cuentan, independientemente del uso que estas organizaciones políticas utilicen.

Con detalle, el Código electoral contemplaba otorgar dentro del tiempo proporcionado al Estado, **15 minutos mensuales** en radio y televisión, obligándolos a que durante procesos electorales difundieran el contenido de sus plataformas electorales en la mitad de su tiempo, y a solicitud de ellos transmitirán programas en cobertura regional no mayores a la mitad del tiempo asignado a los de cobertura nacional, además, de contar con un programa especial que tenía como finalidad dar a conocer a la ciudadanía los diversos puntos de vista (acuerdo y desacuerdo) de los diferentes actores políticos en aquellos temas de debate (elegidos por los representantes de los partidos integrantes de la Comisión de Radiodifusión) que afectan al país. La idea central era crear en un mismo programa, un foro de discusión cuyo contenido diera a conocer sus posturas y propuestas, frente a situaciones sociales, económicas y políticas.

Por otra parte, se señalaba en el artículo 45 del Código electoral federal la manera en que los partidos políticos dividían el tiempo que de manera mensual les correspondía, distribuyéndolo en dos semanas distintas mediante un programa en cada una de ellas, estableciéndose que el orden de presentación de dichos programas se haría mediante sorteo.

Se consideraba obligación de los institutos políticos explicar el contenido de estos programas mediante guiones técnicos que se pondrían a disposición de la Comisión de Radiodifusión, ésta a su vez, considerada la encargada de proporcionar todas las condiciones necesarias para la difusión de los mensajes que los partidos quisieran hacer llegar al electorado por medio de éstos.

Las condiciones de administración de fechas, canales, tiempos y demás circunstancias relativas a la difusión de la programación correspondiente a los partidos políticos era responsabilidad de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos con auxilio de la Comisión de Radiodifusión. Asimismo, por primera vez se incluye en la regulación atinente a la prensa como medio de comunicación masivo, encargado de que las transmisiones correspondientes, tuvieran la debida difusión en la prensa de circulación nacional.

Era obligación de los concesionarios de radio y televisión transmitir en los horarios con mayor audiencia los programas de corte partidista. Al respecto, es conveniente señalar que este punto fue durante mucho tiempo tema de debate, debido a la inconformidad mostrada por los representantes de los partidos, en virtud de que las transmisiones no siempre se llegaban a ver en horarios considerados como de “mayor audiencia”.

Por otro lado, la ley regulaba la distribución del tiempo en radio y televisión en épocas de campaña electoral, el cual era repartido de la siguiente forma:

#### “ARTÍCULO 47

1. Los partidos políticos, durante las campañas electorales, a fin de difundir sus candidaturas, independientemente del tiempo previsto en el artículo 44 de este Código, tendrán derechos a las siguientes transmisiones en radio y televisión:

- a) En el proceso electoral en el que se elija a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos será de 250 horas en radio y 200 en televisión;
- b) En los procesos electorales en que sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión, el tiempo de transmisión en radio y televisión corresponderá al 50% de los totales previstos en el inciso anterior; y...”

En suma, los tiempos destinados a cada una de las organizaciones políticas en tiempos de proceso electoral se distribuían de manera igualitaria, según lo dispuesto en el citado artículo. Es decir, en procesos en donde se eligiera al Presidente de la República el tiempo que se otorgaba era el señalado en el inciso a) del referido precepto, no obstante, en los procesos donde se renovara el Congreso de la Unión, el tiempo otorgado a la difusión de candidaturas era de 125 horas de radio y 100 en televisión, independientes de los 15 minutos mensuales previstos en el artículo 44 del aludido Código Electoral.

El Instituto Federal Electoral (IFE) adquiriría para uso de los partidos políticos en tiempos de campaña electoral, 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, con una duración de 20 segundos y sus costos no rebasarían el 20% (en caso de elección presidencial) o de 12% (en elecciones estrictamente legislativas) de financiamiento público que correspondiera a las organizaciones políticas participantes en dicho proceso.

Por otra parte, también se establecía lo siguiente:

“ ...

3. El tiempo de transmisión y el número de promocionales a que se refieren respectivamente, los incisos a) y c) del párrafo 1 de este artículo, se distribuirán entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión, de la siguiente manera: el 30% en forma igualitaria, y el 70% restante en forma proporcional a su fuerza electoral.”

En ese sentido, la ley prevenía los tiempos de distribución, aún cuando, los partidos no tuvieran representación en el Congreso. Ahora bien, por lo que hace a los demás partidos, se observa que cuentan con representación en el Congreso Federal, la distribución se haría de un 30% en forma igualitaria, mientras que el 70% restante se repartiría entre aquellos partidos con mayor fuerza electoral. De ahí que, la distribución de dicha prerrogativa se considera inequitativa, pues el razonamiento hecho valer en el precepto de mérito no justifica la protección al principio que se trata de preservar en toda contienda electoral, al repartir entre aquellas organizaciones políticas con mayor peso electoral en el país, un porcentaje superior al de aquellos que no logran cumplir con dicho requisito.

Del tiempo total de radio y televisión del que disponían los partidos, en el proceso electoral donde se eligiera Presidente de la República, el artículo 47 del código federal, señalaba la repartición que podían hacer los institutos políticos acerca de la transmisión de sus programas, en lapsos de 15 minutos, aunque también de 5, 7.5 y 10 minutos.

Los partidos políticos de manera particular podían contratar tiempos en radio y televisión para la difusión de sus campañas electorales, sobre esta base, diferentes puntos de vista han sido motivo de discusión y debate respecto del tema, en virtud de que muchas veces es el uso que dichos institutos hacían de esta prerrogativa el que los llevaba a alcanzar el triunfo o la derrota en el proceso electoral para el cual competían.

Conforme a lo estipulado por el artículo 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, los candidatos gozarían de la prerrogativa apuntada en el párrafo anterior sólo a través del tiempo asignado a su partido o coalición, nunca de manera independiente.

Era obligación del Instituto Federal Electoral a través de su Secretaria Ejecutiva solicitar a la Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT) proporcionar un catálogo de horarios y tarifas puestas a disposición de los institutos políticos en dos periodos, que comprenderían, del 1° de febrero al 31 de marzo, mientras que el segundo del 1° de abril hasta tres días antes de la fecha prevista para celebrar la jornada electoral.

“ARTÍCULO 48.-...

4. Los partidos políticos deberán de comunicar por escrito a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, las estaciones, canales y horarios en los que tengan interés de contratar tiempos, conforme al primer catálogo que les fue proporcionado, a más tardar el 15 de diciembre del año anterior al de la elección, por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, y a más tardar el 31 de enero del año de la elección, para las campañas de senadores y diputados. Los partidos políticos deberán comunicar por escrito a la misma Dirección Ejecutiva, las estaciones, canales y horarios en los que tengan interés de contratar tiempos del segundo catálogo que les fue proporcionado, a más tardar el 28 de febrero del año de la elección por lo que hace a la campaña de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y a más tardar el 15 de marzo del mismo año para las campañas de senadores y diputados...”

Sobre el particular, es importante destacar que en este caso eran las organizaciones políticas las encargadas de elegir de acuerdo a su necesidad los horarios, canales y estaciones, tanto en radio como en televisión, en los cuales estuvieren interesados para la difusión de su campaña electoral. Al



respecto, cabe mencionar, que el derecho protegido en el párrafo citado debía regirse bajo ciertos principios que si bien es cierto no regulaba la ley en materia, debían ser contemplados a la hora de transmitir los programas a los cuales los partidos tenían derecho, es por ello, que los programas a transmitirse debían contar con un contenido objetivo y veraz sin difamaciones ni calumnias que pudieran perjudicar a algún candidato o partido.

En el caso de que dos partidos se encontraban interesados en los mismos tiempos, canales y estaciones, la ley contemplaba en el referido artículo 48 lo siguiente:

“... ”

5. En el evento de que dos o más partidos políticos manifiesten interés en contratar tiempos en un mismo canal o estación, en los mismos horarios, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, aplicará, en su caso, el procedimiento siguiente:

a) Se dividirá el tiempo total disponible para contratación del canal o estación en forma igualitaria entre el número de partidos políticos interesados en contratarlo; el resultante será el tiempo que cada partido político podrá contratar. Si hubiese tiempos sobrantes y no podrán ser objeto de contratación posterior por los partidos políticos.

b) al d) se derogan...”

Una vez concluido el reparto correspondiente, la Dirección Ejecutiva estaba obligada a dar a conocer a los partidos políticos, los tiempos, transmisiones, estaciones y canales autorizados para su campaña electoral, además, de darlos a conocer a los concesionarios y permisionarios. En este sentido, cabe mencionar que la difusión de los mensajes relativos a los candidatos de cada partido político en los tiempos contratados sólo podían transmitirse durante periodos de campaña electoral, aunque, tocante a la elección de diputados al Congreso, únicamente se proporcionaría el segundo catálogo de horarios y

tarifas correspondiente del 1° de abril y hasta tres días previos a la jornada electoral.

Se reconoce que el impacto que pueden tener los medios de comunicación masiva sobre el electorado en determinado proceso electoral, sin duda, marca una pauta muy importante y de gran peso para los actores políticos que buscan a través de la difusión de sus propuestas, conseguir la simpatía de los votantes e inclusive su voto.

El aspecto económico, sin duda, generaba en toda contienda electoral una diferencia abismal entre partidos, pues la posibilidad que tenían de contratar más espacios en medios, sin duda, incrementaba la fuerza política que tenía dicho instituto, en razón de que su presencia, influiría dentro del posicionamiento que éstos tenían frente a los otros.

En efecto, es el apoyo económico que obtengan los partidos muchas veces a través de recursos obtenidos mediante financiamiento privado, la diferencia abismal e inequitativa que, al no ser regulada en forma clara, precisa y mucho menos limitada, la respuesta que permitiera a los partidos políticos pequeños competir en condiciones más justas.

Finalmente, cabe mencionar, que a pesar de los muchos avances con los que contó la referida legislación electoral, diversos temas quedaban aun en la mesa, como era la regulación de sanciones a todo instituto político que, previo a la celebración de la jornada usaran la promoción de obra pública con fines exclusivamente electorales. Asimismo, como ya lo hemos mencionado, la poca regulación que se tenía al respecto en cuanto a financiamiento privado muchas veces por encima del público generaba fuertes criticas y debates, pues siempre resultaban más beneficiados aquellos partidos que gozaban de privilegios mayores respecto al apoyo de esta prerrogativa, sobre aquellos participantes que no disfrutaban de la misma, esta característica se pudo ver reflejada en aquellos partidos cuyo peso electoral en nuestro país es más fuerte (PRI, PAN y PRD).

De igual modo, no pasa por alto señalar la falta de disposiciones con las que hasta ese momento se contaban respecto a la regulación del contenido que tenían los programas políticos con fines de difusión, debido al compromiso que asumen los partidos de procurar que éstos reflejen su propuesta electoral y no una campaña negativa, es decir, la legislación vigente hasta ese momento se caracterizó por la ausencia de reglas de competencia, así como pautas en cuanto a la compra de espacios que tuvieran los partidos, pues en muchos casos éstos se encontraban manipulados por los mismos concesionarios, esto es, por descuentos y bonificaciones, entendiéndose esta última, como el tiempo que venden las televisoras a los partidos y que están facturando para efectos de la ley, además de ofrecer la posibilidad de que sus candidatos pudieran ser entrevistados por la televisora concesionaria, o bien, hablaran de ellos en los programas de cobertura de la misma.

### **2.2.1 PROPUESTA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RELATIVA A LA ELABORACIÓN DE UNA REFORMA ELECTORAL DESPUÉS DE LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL CELEBRADA EN EL 2000.**

Diversas preocupaciones traían consigo la celebración de elecciones en nuestro país, originadas principalmente por las irregularidades cometidas en las elecciones presidenciales del año 2000, todo ello en razón de que la normas que regulaban nuestro sistema electoral dejaban pendientes situaciones no contempladas aún en ella, por este motivo, y ante su preocupación, los integrantes del Consejo General del Instituto Federal Electoral vieron la necesidad de formular una propuesta de reforma a la regulación en materia electoral vigente hasta ese momento, debido a diversas irregularidades cometidas en los últimos comicios federales, pues la problemática recientemente presentada, hicieron evidente la insuficiencia de reglas en la materia que buscarán salvaguardar el principio básico de equidad en la contienda electoral.

Por los argumentos señalados con anterioridad, los Consejeros de la máxima autoridad administrativa electoral, propusieron tres rubros que a su consideración necesitaban ser regulados, estos son: 1) El costo y las

condiciones de la competencia; 2) Las facultades de la autoridad y; 3) La mejor organización de los procedimientos electorales<sup>26</sup>.

Respecto al primero de los temas la propuesta realizada por dichos funcionarios estuvo encaminada principalmente al ingreso que los partidos políticos han obtenido durante estos años, señalando lo poco benéfico que resultaba la distribución realizada a los diversos actores políticos año tras año, debido a que el financiamiento otorgado a ellos para la realización de sus fines fue incrementando como resultado de la variedad de opciones políticas que se han ido conformando en nuestro país, la propuesta de reforma respecto a este tema, atiende básicamente a revisar la distribución del financiamiento, buscando su estabilización a través de la disminución del porcentaje anual al que tienen derecho todas las organizaciones políticas en aquellas elecciones intermedias. En el proyecto de reforma aludido, se propuso además la reducción en la duración de las campañas, señalado a su vez que la disminución de éstas traerá aparejada como consecuencia la propuesta de reducción señalada en líneas anteriores.

Asimismo, se contempló como propuesta la regulación de los periodos de precampañas, en razón de que la promoción de los candidatos a juicio de los funcionarios electorales se daba en tres momentos, “con anterioridad a que los partidos abran su convocatoria de selección interna, durante éste proceso de selección interna y durante las campañas electorales”<sup>27</sup>, sobre dicho argumento se está de acuerdo con la propuesta de referencia pues durante este tiempo los ciudadanos que buscaban ser candidatos a algún cargo de elección popular hacían uso de forma despilfarrada de los recursos económicos con los que contaban, incrementando así la competencia e inequidad que más adelante se vería reflejada.

Un punto sin duda de importancia en la iniciativa planteada -tema relativo al análisis realizado en este trabajo- es el concerniente a la revisión de compra en radio y televisión, proponiendo el uso de éstos medios a través de los tiempos

---

<sup>26</sup> *Notas para una reforma electoral: una visión de conjunto.*

<sup>27</sup> *Ídem* p. 3

oficiales que el Estado otorga, distribuidos de manera equitativa, e incluso, mantener la posibilidad de fijar topes en los gastos realizados por los institutos políticos con motivo de la compra que éstos hacían en medios de comunicación para la difusión de sus propuestas.

Dentro de este rubro también se señalaron propuestas tocantes a la modificación en las formas a que los partidos tenían acceso a las franquicias políticas, a la regulación de las aportaciones realizadas por los militantes y organizaciones, que si bien señaló que las recibidas por simpatizantes tenían un límite establecido en ley, lo mismo debería de operar en cuanto a las apuntadas en primer término, de igual forma se advertía que la ley electoral debía contener además, métodos que permitieran a la autoridad electoral estar al tanto del cumplimiento de los requisitos que debían satisfacer las diversas organizaciones que buscaran su registro como partido político, así como una normatividad propia que reglamentara a las agrupaciones políticas nacionales. Por último, se enfatizó la importancia de implementar un procedimiento de liquidación de bienes, a todas aquellas organizaciones que perdieran su registro por no haber alcanzado el porcentaje mínimo señalado en la ley para conformarse como tal, respecto a lo propuesto estoy de acuerdo debido a que muchas veces se desconocía el destino que llegaban a tener los bienes adquiridos durante la conformación del partido, en mi opinión esta medida hubiera generado nuevas facultades de vigilancia que el instituto federal pudo haber desempeñado como autoridad en la materia.

El segundo bloque de reformas puestas a disposición de los legisladores por parte de los Consejeros Electorales después de la elección presidencial celebrada en el año 2000, tuvo como temas de relevancia la necesidad de conceder al Instituto Federal Electoral la posibilidad de iniciar controversias constitucionales, la eliminación del secreto bancario, fiduciario y fiscal con el único propósito de preservar las facultades de investigación que muchas veces necesitaba este órgano para resolver las diversas quejas en materia de fiscalización y a las que no podían tener acceso por ser consideradas de carácter confidencial haciendo más engorroso y lento el desahogo de investigación en aquellos procedimientos en donde se buscaba esclarecer el

destino de los recursos proporcionados a los partidos, en este mismo sentido se propuso la inclusión de facultades a este Instituto de requerir a empresas o personas físicas la información que pudiera resultar beneficiosa en el desarrollo de la investigación que se hubiera hecho, principalmente en quejas cuyo tema central era el destino de los recursos utilizados por cualquier partido o agrupación política. Cabe señalar, que aunado a esto se proponía, la coordinación entre el Instituto Federal y sus órganos electorales locales, debido a que la fiscalización de los partidos nacionales se originaba tanto en comicios federales como locales.

Por último, se ponían en la mesa temas relativos a una mejor organización de los procedimientos electorales, en donde se tomaban en cuenta temas como voto de mexicanos en el extranjero, reglas para el conteo de votos a favor de las coaliciones, implementación de vigencia en credenciales de elector, acceso a muestras de la documentación electoral, regulación de los procedimientos administrativos llevados a cabo en el Instituto Federal Electoral, concentración de las fechas para celebrar las jornadas electorales en un mismo día, revisión de los horarios para la apertura de casillas así como fijación del número de casillas especiales instaladas en cada distrito.

De los puntos planteados por los Consejeros de dicho instituto podemos destacar el relativo a la revisión de los procedimientos administrativos llevados a cabo en el IFE, reconociendo existían dos tipos: los de fiscalización y los genéricos; en este sentido, se planteó la posibilidad de que la ley estableciera mecanismos que pudieran corregir ciertas lagunas suscitadas comúnmente en estos procedimientos, entre los cuales encontramos: el dotar de facultades ilimitadas de investigación a la autoridad administrativa electoral y la implementación de medidas de coordinación entre ésta y las autoridades locales para realizar conjuntamente la investigación a que diera lugar por la posible violación de las obligaciones a que deben sujetarse los partidos políticos y las agrupaciones políticas nacionales. En el mismo tema, se enfatizó la necesidad que había de sistematizar cuestiones relativas a la regulación de la vida interna de los partidos políticos y a la concentración que tenían los

órganos electorales de resolver los procedimientos mencionados en el párrafo anterior.

Otro punto que considero relevante dentro de la iniciativa presentada es el relacionado con la posibilidad de concentrar las fechas de las elecciones a celebrarse en toda la República en una sola, con el único propósito de otorgar al ciudadano la posibilidad de tener una fecha cierta para la celebración de las jornadas electorales en nuestro país, además de incentivar a los partidos políticos a redoblar esfuerzos en sus campañas y disminuir el costo que hubiere generado su participación en cada una de ellas.

Por último, me pareció interesante la idea de renovar la credencial de elector en un periodo considerable de tiempo, en virtud de las consideraciones realizadas, por ejemplo al señalar que la renovación de ésta hubiera traído como consecuencia inmediata la actualización del padrón electoral, hoy en día difícil de ajustar, debido a las múltiples anomalías ocurridas durante los procesos electorales, principalmente en aquellos en donde se elige Presidente de la República, donde ejemplo de ello encontramos aquellos casos en que gente difunta ha votado, ha sido suspendida de sus derechos ciudadanos por la comisión de algún delito que ameritare su readaptación, o por el simple cambio de domicilio, situación que actualmente es común entre los habitantes de nuestro país.

### **2.3 REGULACIÓN JURISPRUDENCIAL (CASOS COLIMA, NAUCALPÁN EDO. DE MÉXICO, NAYARIT, TABASCO, MICHOACÁN Y LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DEL 2006)**

Durante mucho tiempo, los procesos electorales en nuestro país se han visto viciados por los constantes cambios que se dan en materia de comunicación, los partidos políticos día con día tratan de dar a conocer sus propuestas con la mayor difusión posible tanto en radio como en televisión, muchos llegaban inclusive, a gastar enormes cantidades de dinero con tal de lograr el voto del electorado.

La legislación electoral como ya se señaló, buscaba como principal objetivo, regular que la contienda electoral entre partidos se diera en un ambiente de igualdad de condiciones, sin embargo, poco se logró al respecto, pues el apoyo que las organizaciones políticas llegaban a obtener, sin duda, generaba disparidad en la contienda e inequidad en ella.

Múltiples cambios se han originado en cuanto a la regulación del tema en los últimos años, no obstante, se escapan aun situaciones todavía por contemplar, que han sido hoy en día tema de debate en todo proceso electoral y de controversia en comicios suscitados en estados como Tabasco (2000), Colima, Michoacán (2003), Estado de México y Nayarit (2005) e inclusive, el proceso electoral llevado a cabo en la elección presidencial (2006).

### **2.3.1 Tabasco**

La elección de Gobernador de Tabasco celebrada el 22 de octubre del año dos mil, fue el escenario político local, en el cual los partidos Revolucionario Institucional y de la Revolución Democrática, fueron los principales actores en la disputa por llegar a representar al ejecutivo del Estado.

La elección dio como resultado una competencia reñida y con una votación cerrada de 298,969 votos del candidato Manuel Andrade Díaz postulado por el PRI contra 290,968 votos de su más cercano adversario Raúl Ojeda Zubieta, candidato del PRD<sup>28</sup>.

No obstante, los resultados fueron impugnados ante el Tribunal Estatal Electoral en la referida entidad, mediante recurso de inconformidad interpuesto por el representante del Partido de la Revolución Democrática, resolviendo dicho órgano administrativo electoral local confirmar el triunfo del candidato postulado por el Partido Revolucionario Institucional otorgándole la constancia de mayoría y validez correspondiente.

---

<sup>28</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral “*SUP-JRC-487/2000 y su acumulado SUP-JRC-489/2000*”, p.2



Es así que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación conoce de los juicios de revisión constitucional electoral SUP-JRC-487/2000 y SUP-JRC-489/2000 acumulados, promovidos por los partidos de la Revolución Democrática y Acción Nacional a fin de impugnar las resoluciones emitidas por el Tribunal local, y es así como mediante sentencia emitida el 29 de diciembre del año dos mil el Tribunal Electoral declara por primera vez la nulidad de la elección de gobernador y la constancia de mayoría que las autoridades locales habían expedido a favor del candidato ganador.

Es importante hacer notar que el principio de equidad en el acceso de los partidos a los medios trata sin duda de dar un trato igualitario a los diversos actores políticos, como antes lo señalamos, respecto a la distribución del tiempo en radio y televisión, no obstante, los sucesos acontecidos en la mencionada elección en Tabasco pueden ser un claro ejemplo de la disparidad que puede tener un partido frente a otro, pues entre otras cosas, se demostró que para un partido político existió difusión en un 86.98% del tiempo total de transmisión en canal 7 (siendo el gobierno de Tabasco propietario del 98% del capital social de Televisión Tabasqueña, concesionaria de este canal), y 52.95% en canal 9 <sup>29</sup>. Lo que generó una fuerte presunción de la existencia de una violación sustancial en el proceso electoral.

En este sentido, quedó plenamente demostrado que en dicha estación televisora tanto el canal 7 como 9, otorgó mayor cobertura informativa en noticieros, en términos cuantitativos, a las actividades de campaña electoral del Partido Revolucionario Institucional y sus candidatos. Debe señalarse, que en el caso concreto, la inequidad no sólo se dio con la participación que tuvo el ganador en el medio televisivo en la que el gobierno del Estado tiene ingerencia mayoritaria, sino también la intervención que tuvo el Gobierno del estado en ello.

En suma, no puede acreditarse una elección, al considerarse, la existencia de un control absoluto en los medios que llega a romper la equidad de toda

---

<sup>29</sup> Ídem p. 477

contienda, pues se tiene consiente que el acceso que tengan los partidos a los medios de comunicación, entre los que destaca el televisivo, se considera en la actualidad la vía más rápida para ganarse al electorado y una limitante para decidir libremente entre las distintas propuestas, tal como ocurrió en Tabasco.

### **2.3.2 Colima**

En el Estado de Colima la indebida intervención del titular del poder ejecutivo estatal, en la elección de Gobernador del mismo, originaron entre otras irregularidades, causales generalizadas y determinantes para el resultado de la elección respectiva.

Es el 29 de octubre de 2003 que el Tribunal Electoral determinó declarar la nulidad de la elección en la referida entidad federativa, al resolver los juicios de revisión constitucional electoral SUP-JRC-221/2003 y acumulados, promovidos por los Partidos Acción Nacional, de la Revolución Democrática y Revolucionario Institucional, en contra de la sentencia dictada por el Tribunal Electoral del Estado de Colima, que declaró la validez de la mencionada elección.

Resulta necesario, señalar que uno de los agravios hechos valer en los referidos asuntos fue la ingerencia en distintos medios de comunicación del gobernador del estado Fernando Moreno Peña, mediante diversas declaraciones a favor del candidato postulado por el Partido Revolucionario Institucional Gustavo Alberto Vázquez Montes y en contra de los demás candidatos participantes en dichos comicios, en particular, los postulados por los partidos Acción Nacional y de la Revolución Democrática.

Del análisis realizado por los Magistrados integrantes del máximo Tribunal en materia electoral la participación del aludido funcionario alteró los principios de igualdad y equidad en toda contienda electoral, en virtud, del peso político y social que envuelve las declaraciones realizadas por el representante del poder

ejecutivo en el estado, inclusive, haciendo uso del canal de televisión del gobierno.

La realización de campañas de comunicación social en radio y televisión sobre las acciones del gobierno en general, propició condiciones de inequidad en la contienda electoral, además de la difusión que se hizo de los logros del gobierno en turno durante los veinticinco días anteriores a la jornada electoral y aún durante ella. Las irregularidades cometidas, fueron entre otras cosas, consideradas suficientes para declarar la nulidad de la elección, pues se probó la difusión en “prensa (59 notas periodísticas relacionadas con declaraciones del Gobernador del Estado en favor de su candidato y/o en contra de los respectivos contendientes, así como 45 notas periodísticas sobre acciones de gobierno durante el periodo prohibido, en el entendido de que un número considerable correspondieron a primeras planas con fotografías y algunos, incluso, con encabezados... y televisión (transmisión de tres programas en red estatal)<sup>30</sup>.”

### **2.3.3 Zamora, Michoacán**

Diversas irregularidades se han venido presentado a lo largo de los años respecto a la participación de medios de comunicación como la radio y la televisión en los comicios celebrados en nuestro país, no obstante, la ingerencia de éstos ha alcanzado incluso a modificar los resultados y como consecuencia el supuesto ganador en elecciones locales en donde cargos a diputaciones federales de mayoría relativa están de por medio, tal es el caso de la llevada a cabo el seis de julio de dos mil cinco en el Municipio de Zamora, del Estado de Michoacán, cabecera de distrito donde el tema bajo análisis fue sin duda la causa más importante para anular la elección al mencionado cargo de elección popular.

---

<sup>30</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral “*SUP-JRC-221/2003, SUP-JRC-222/2003, SUP-JRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 y SUP-JRC-233/2003 acumulados*”, p.607

La celebración de dichas elecciones llegaron a ser del conocimiento de la Sala Regional del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación correspondiente a la Quinta Circunscripción Plurinominal con sede en Toluca, Estado de México al promover el Partido de la Revolución Democrática juicio de inconformidad en contra del acta de cómputo distrital, la declaración de validez y el otorgamiento de la constancia de mayoría al candidato del Partido Acción Nacional. Mediante resolución del dos de agosto de dos mil tres, la citada Sala Regional resolvió confirmar los resultados que daban como ganador a Arturo Laris Rodríguez, candidato del blanquiazul. Inconformes con dicha resolución, se interpone ante la Sala Superior del Tribunal Electoral recurso de reconsideración, mediante el cual el representante del partido discordante propuso la nulidad de la votación de tres casillas.

El recurso de reconsideración radicado bajo la clave SUP-REC-034/2003 fue puesto a consideración del Pleno del máximo Tribunal Electoral y resuelto en sesión pública el diecinueve de agosto, en éste el Partido de la Revolución Democrática solicitó la nulidad, sobre la base de invalidar cierto número de casillas que de proceder su petición traería como consecuencia el cambio en los resultados de los comicios celebrados en la mencionada entidad, ello como se señala en el proyecto al considerar "...el actor mediante el recurso de inconformidad comprobó que procedía la nulidad de la votación de tres casillas, mientras que en el recurso de reconsideración solicita la nulidad de ciento cuarenta y cinco, lo que traería como consecuencia que se anule la elección, toda vez que ese número de casillas representa el 35.40% de las 418 casillas instaladas el día de la jornada electoral respecto de esta elección, lo que representa más del 20% exigido para tal hipótesis en la ley adjetiva electoral."<sup>31</sup>

La controversia aludida descansa sobre la ventaja que tuvo el partido ganador frente a sus contendientes respecto a la oportunidad de presentar en medios de comunicación principalmente en radio sus propuestas de campaña, originando desigualdad de oportunidades y desequilibrio de los principios democráticos de igualdad y equidad en los procesos electorales.

---

<sup>31</sup> Sentencia dictada en el recurso de reconsideración "SUP-REC-034/2003", pp. 151 y 152

Los hechos que se hacen valer fueron motivo de diversas denuncias por la realización de actos anticipados de campaña por parte del candidato postulado por el Partido Acción Nacional, sin embargo, en lo que concierne al acceso de los partidos a los medios de comunicación, las denuncias se refirieron esencialmente al uso desmedido y desproporcional en radio que realizó el candidato del aludido instituto político en la difusión de sus propuestas, al ser dueño de la estación Grupo Radio Zamora e incurrir en la reproducción de diverso material promocional que además incluía expresiones de tinte religioso, cuando se consideran éstos prohibidos bajo cualquier modalidad que se presenten.

En el proyecto de sentencia, se señaló “que el total de minutos de spots del Partido Acción Nacional fue de 54, mientras que del Partido de la Revolución Democrática fue de 17.05 minutos”<sup>32</sup>, demostrándose el uso inequitativo que tuvo el partido ganador a diferencia de sus oponentes, pues la disponibilidad que tenía Arturo Laris candidato del Partido Acción Nacional como dueño de 4 radiodifusoras en la localidad, mostró un hecho notorio que, sin duda, privó a los demás participantes a tener acceso en las mismas oportunidades y condiciones necesarias, además de disfrutar de la preferencia que dichas estaciones tuvieron al cubrir los eventos de campaña en los que el aludido candidato participó, pues de los resultados arrojados por un monitoreo realizado por cuatro días se pudo constatar “los espacios que ocupaba el Partido Acción Nacional respecto de sus oponentes, con una utilización de hasta el 92% tomando en cuenta noticieros, notas informativas, entrevistas y el mismo cierre de campaña, dejando entonces un 18% para el resto de los contendientes, en específico, respecto de su más cercano competidor, el Partido de la Revolución Democrática, que apenas alcanzó un 2.27%, y si de spots propagandísticos se trata, la diferencia, aunque se reduce, no por ello es menos impactante, de 52% para el Partido Acción Nacional y de 17% para el Partido de la Revolución Democrática.”<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Ídem, p. 265

<sup>33</sup> Ídem, p. 298 y 299

Bajo estos y otros argumentos, el Partido de la Revolución Democrática solicitó la nulidad de la elección al considerar la presencia de diversas irregularidades ocurridas desde la etapa preparatoria de la elección hasta su conclusión, es así que al acreditarse la afectación de los principios básicos de toda elección y la escasa diferencia de votos que había entre ambos partidos equivalente a un 0.69%, los Magistrados integrantes de la Sala Superior, consideraron anular la elección a diputados de mayoría relativa del distrito electoral 05 con cabecera en Zamora, Michoacán

En suma, la importancia que los medios tienen en el resultado de una elección se debe principalmente a que a través de ellos los ciudadanos pueden conocer las diferentes propuestas políticas, de los candidatos que pretenden llegar al poder por medio del voto que logren obtener. En conclusión, la inequitativa oportunidad de acceder a ellos como fue el caso de Zamora, pusieron en evidencia la necesidad de regular el tema al demostrarse que la participación democrática dependerá de la organización y transparencia con que los comicios electorales se celebren en nuestro país.

#### **2.3.4 Estado de México**

Mucho se ha hablado del impulso que tuvo la candidatura del actual gobernador del Estado de México Enrique Peña Nieto postulado por el Partido Revolucionario Institucional, en los comicios celebrados el tres de julio de dos mil cinco, cabe señalar que, la elección referida fue tema de discusión por especialistas políticos, debido al acceso que tuvo el candidato del aludido partido en los medios de comunicación y el impacto que éste provocó en los mexiquenses, resultado sin duda de su triunfo como representante del ejecutivo en el estado.

El resultado de dicha elección arrojaba como ganador al candidato del Partido Revolucionario Institucional, no obstante, los actores políticos participantes, no conformes con el resultado obtenido en dichos comicios promovieron, después de ser confirmado dichos resultados ante el tribunal local, juicio de revisión constitucional ante la Sala Superior con el fin de analizar diversas

irregularidades que habían llevado al candidato del tricolor al triunfo del aludido cargo de elección popular.

Uno de los actores del medio de impugnación radicado ante el máximo órgano jurisdiccional en materia electoral, fue la coalición “Unidos para Ganar” conformada por los partidos de la Revolución Democrática y del Trabajo, quién destacó, entre otras cuestiones, que la inequidad generada entre los diversos participantes, durante la cobertura de su campaña en radio, televisión y prensa fue notoria y sustancial para el resultado obtenido en la jornada electoral de mérito.

Fundó sus alegaciones en dos afirmaciones, las cuales consisten en:

1) Mayor presencia en los medios de comunicación de las coaliciones Alianza por México (PRD y PT) y PAN-Convergencia, en relación con la coalición Unidos para Ganar.

2) Trato diferenciado y preferencial que los medios de comunicación dieron a las coaliciones participantes, en virtud de que:

2.1) Durante la campaña electoral se otorgaron tarifas preferentes a la coalición Alianza por México.

2.2) Los medios de comunicación dieron un trato inicuo y discriminatorio a las coaliciones participantes, porque se difundieron una gran cantidad de spots, mensajes e inserciones en prensa a favor de la coalición Alianza por México y un gran número en su perjuicio<sup>34</sup>.

La resolución de la Sala Superior, apuntó que respecto a la primera aseveración hecha valer por la coalición actora, la presencia de los partidos dependía del impulso que éstos dieran a la difusión de sus propuestas, ya que

---

<sup>34</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral “*SUP-JRC-179/2005 y SUP-JRC-180/2003 acumulados*”, pp.457 y 458

todos en igualdad de circunstancias tenían oportunidad de acceder a dichos espacios, asegurando que si bien no todos contaban con el mismo financiamiento, la repartición se hacía conforme a derecho, por lo que la falta de inequidad no se podía dar, al actuar acorde al ordenamiento legal en la materia.

Se señala, que la coalición “Alianza por México” se benefició de tarifas preferenciales proporcionadas por los diferentes medios de comunicación encargados de la cobertura y difusión de las plataformas y propuestas de los participantes, aunque, en opinión de la Sala Superior<sup>35</sup>, las tarifas se encuentran sujetas a disposiciones que la Ley Federal de Radio y Televisión contempla, siendo la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la encargada de vigilar se apliquen las tarifas correspondientes. Sin dejar a un lado la función que desempeña el Instituto Electoral de la referida entidad de corroborar el costo del servicio a disposición de los partidos y sus candidatos.

Es por ello que en el juicio de revisión referido, no se contempla la violación al principio de equidad, pues se advierte que, los monitoreos realizados dan como resultado igualdad de condiciones en tiempo, canales, duración, programas y costos, eso sí, aclarando que en algunos casos la variación del precio dependerá del horario en que se busque el spot sea transmitido.

De manera que, al no haber sido acreditada la inequidad en el acceso de los partidos a los medios de comunicación, entre otras cuestiones, señaladas como irregularidades, pero que respecto al tema que nos ocupa no genera trascendencia su análisis, los resultados de la elección de gobernador del Estado de México fueron avalados por los Magistrados integrantes del máximo Tribunal Electoral.

---

<sup>35</sup> Ídem, pp. 462 y 463



### **2.3.5 Nayarit**

El tres de julio de dos mil cinco se celebraron elecciones para renovar al Gobernador del Estado de Nayarit, el ganador fue Ney González Sánchez candidato postulado por el Partido Revolucionario Institucional, sin embargo, se puso en duda la victoria del aludido candidato, en virtud, de que inconformes con los resultados la coalición “Alianza por Nayarit” conformada por los partidos de la Revolución Democrática, del Trabajo y de la Revolución Socialista presentaron ante el Tribunal Electoral juicio de revisión constitucional electoral en contra de la sentencia dictada por el tribunal local que confirmó la validez de la elección y la entrega de la constancia de mayoría al candidato del tricolor.

El juicio de revisión fue radicado bajo el número de expediente **SUP-JRC-175/2005** y turnado a la ponencia del Magistrado José de Jesús Orozco Enríquez, la coalición actora en dicho medio de impugnación, hizo valer diversas causales que podrían revocar la resolución emitida por el órgano electoral local y modificar el resultado de dicha elección, no obstante, para el tema bajo estudio basta señalar el concerniente a la falta de equidad en medios de comunicación social, beneficiando al candidato del PRI a la gubernatura y perjudicando a Miguel Ángel Navarro Quintero candidato de la referida coalición.

Uno de los agravios hechos valer por dicha organización y que fue tema de debate y discusión durante algún tiempo, fue el relativo a que la responsable no fundó acertadamente su determinación al señalar que la regulación al acceso de los partidos en los medios de comunicación solo aplicaba cuando se trataba de la difusión de éstos como propiedad del gobierno y, que los que se encontraban en manos de particulares podían hacer uso de ellos con la libertad de elegir su contenido al gozar de la garantía constitucional de libertad de expresión con la que contaban. Asimismo, la coalición “Alianza por Nayarit” consideró desigual el trato que tuvieron los medios de comunicación concesionados a los particulares en la etapa preparatoria de la elección al darle preferencia a la información relativa al Partido ganador, así como apoyo en medios impresos particularmente en notas periodísticas sin costo para lo

partidos políticos, como lo señala la mencionada resolución “el manejo distorsionado de la información en los medios de comunicación fue determinante en el resultado de la elección de Gobernador del Estado de Nayarit.”<sup>36</sup>

Sobre los argumentos reseñados, los magistrados integrantes de esta Sala Superior opinaron que asistía la razón al partido actor en cuanto al argumento relativo a la falta de sustento de los argumentos hechos valer por el tribunal local, debido a que si bien los medios de comunicación a cargo de particulares gozaban de la libertad de expresión consagrada en el artículo 6 constitucional, al considerarse responsables de la difusión e información de carácter social, dichos medios tienen límites pues al ser comunicadores del entorno político de nuestro país tienen la responsabilidad de proporcionar información veraz y objetiva con la única finalidad de dar a conocer a los ciudadanos la opción que más les convenza. En este sentido, Gabriel Mendoza Elvira opina que “si bien los medios de comunicación social a cargo de particulares cuentan con el derecho de libertad de prensa, así como de expresión, también lo es que, atendiendo al derecho a la información en el marco de los procesos electorales, al difundir información sobre los mismos, deben ajustarse a los límites específicos que respecto de ese derecho fundamental establece la propia Constitución”<sup>37</sup>, es decir, la libertad de expresión se encuentra limitada debido al carácter social que tienen éstos como difusores de opinión, pues tenemos claro que la actividad que los medios de comunicación masiva juegan en materia electoral influye muchas veces en la opinión que el electorado obtiene sobre las propuestas políticas que los partidos ofrecen.

La Sala Superior hizo énfasis en la responsabilidad social que tienen los medios de comunicación social en cuanto a materia electoral se refiere debido a que de ellos dependerá el equilibrio competitivo que se presente en cualquier elección, pues las condiciones otorgadas por éstos a los distintos actores

---

<sup>36</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *SUP-JRC-175/2005*, p. 35

<sup>37</sup> MENDOZA ELVIRA, Gabriel, “*El papel de los medios de comunicación masiva en las elecciones*”, en *Revista de la Facultad de Derecho de México*, UNAM, Tomo LVI, 2006-1, enero junio de 2006, p. 120

políticos, sin duda, harían la diferencia, debido al dominio de información que obtienen en los diversos sucesos ocurridos en toda contienda electoral.

No pasa por alto el papel que tiene los comunicadores ya que al ser los intermediarios a través de los cuales se da a conocer la información, éstos deben mantener su opinión al margen de la noticia, tal y como se enuncia en la sentencia aludida al considerar que “los comunicadores tienen todo el derecho de externar sus opiniones e ideas, pero eso debe reflejarse de manera que permita distinguir las de la comunicación o difusión que pretende transmitir hechos o acontecimientos en forma veraz y objetiva del evento en cobertura, para permitir a los ciudadanos, gracias a los distintos puntos de vista que pueden percibir los mensajes de todos los medios, asumir una posición con independencia de la del comunicador, y con ello adoptar su propia decisión en un ámbito de libertad”<sup>38</sup>, es a partir de dicho criterio que podemos observar la diferencia entre opinión e información estando obligados los comunicadores de no confundir ambos términos, con la única finalidad de proporcionar una cobertura noticiosa veraz, apartada de puntos de vista personal que pudieren influir en la opinión pública del electorado.

Ahora bien, la Sala Superior en el asunto de referencia declaró inoperante el agravio aludido, en razón de que la coalición actora no aportó elementos de prueba suficientes que pudieren demostrar el carácter inequitativo que dieron los medios de comunicación masiva en Nayarit a los diversos actores políticos participantes en dicha elección. Es por ello, que al no probarse éstos y los demás agravios hechos valer por la coalición actora, el referido órgano jurisdiccional ordenó confirmar la resolución emitida por el tribunal local que otorgaba el triunfo de Ney González Sánchez, candidato postulado por el Partido de la Revolución Democrática a Gobernador en la citada entidad federativa.

Conforme a lo anterior, resulta importante reseñar que el criterio tomado por los integrantes de la Sala Superior del Tribunal Electoral en el asunto de mérito

---

<sup>38</sup> *Ibíd*em, pp. 63 y 64

dejo como referencia el carácter limitado que tiene los medios de comunicación en ejercicio de sus libertades constitucionales tal como lo es la de expresión por la función que tienen éstos de garantizar que la cobertura de la información sea veraz y objetiva, cumpliendo el principio de equidad que debe prevalecer en toda actividad electoral, apartada de toda apreciación personal, ésta última protegida por la garantía constitucional referida. Es decir, la garantía señalada en el artículo 6 constitucional puede ser ejercida de manera individual o bien social, los medios de comunicación al desarrollar una tarea social de información se encuentran sujetos a que ésta sea transmitida de forma objetiva y fuera de puntos de vista, que en materia electoral pueden generar un trato inequitativo en toda contienda, principalmente en periodos de campaña, donde la difusión que los candidatos manejan es de suma importancia para lograr el objetivo que desean alcanzar.

El argumento adoptado en dicha resolución sirvió como base para que hablando de libertad de expresión en materia electoral, el ejercicio de éste derecho deberá hacerse de forma cuidadosa y respetuosa, pues en ella se encuentra inmersa la participación que los ciudadanos tendrán en los comicios y la forma en que éstos percibirán a los candidatos y sus partidos, ejemplo de esto lo podemos ver en aquellos medios de cobertura noticiosa, en donde muchas veces el punto de vista del comunicador queda muy por encima de la nota que se deseaba transmitir, es aquí donde los periodistas deben tener en cuenta la responsabilidad social que adquieren como comunicólogos frente a su auditorio, de todo esto se busca que los medios en periodos electorales no pierdan de vista el equilibrio competitivo que deben tener todos los participantes que buscan a través del voto desempeñar algún cargo de elección popular.

### **2.3.6 Elección presidencial 2006 López Obrador vs Felipe Calderón**

La elección presidencial celebrada en el año de 2006, es sin duda, un claro ejemplo del manejo que pueden hacer los partidos de los medios de comunicación y la influencia que éstos generan en el electorado a través de mensajes no regulados o sancionados por la misma ley.

La difusión de “campaña negativa” conocida también con el nombre de “campaña negra”, entendiéndose ésta como “el uso de medios de comunicación por institutos, organizaciones o actores políticos para denostar o desacreditar a otras instituciones, organizaciones o actores políticos contrarios a sus proyectos o intereses”<sup>39</sup>, fue considerada por muchos la diferencia en las preferencias electorales de los ciudadanos, en particular, respecto al uso que hicieron de ella el Partido Acción Nacional y la Coalición “Por el Bien de Todos”, como principales protagonistas de la elección más reñida en nuestra historia, durante este periodo el Instituto Federal Electoral omitió tomar las medidas necesarias para frenar dicha campaña y no fue hasta que el Tribunal Electoral se pronunció al respecto que se aplicaron medidas correctivas o sancionadoras correspondientes.

En la reciente elección presidencial, pudimos observar la influencia que pueden llegar a tener la intervención de terceros en apoyo de algún candidato, por ejemplo, la participación en la mencionada elección que tuvo el Consejo Coordinador Empresarial en la difusión de spots que a pesar de no ir dirigidos a partido o candidato en específico, generaron violaciones al artículo 48 del Código Electoral, que prohibía la ingerencia de sujetos ajenos a todo proceso en la contratación de propaganda con fines eminentemente de carácter electoral, según lo señaló el Tribunal Electoral de la Federación, en el dictamen relativo al cómputo final de la multicitada elección<sup>40</sup>, además de señalar la violación a los principios de equidad (al vulnerar el derecho de acceder en condiciones igualitarias a todos los actores políticos en proceso electoral) y de legalidad (al contravenir la normatividad electoral).

Bajo esta premisa, es la coalición “Por el Bien de Todos” quien hace hincapié en la participación que desempeña el consejo coordinador en la contienda presidencial, pues a su juicio, los spots contratados por él se trasmitían en

---

<sup>39</sup> STEIN VELASCO, José Luis F., op cit, p.78

<sup>40</sup> *Dictamen relativo al cómputo final de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, declaración de validez de la elección y de presidente electo* pp. 64 y 65, consultable en <http://www.trife.gob.mx/todo2.asp?menu=15>

perjuicio del mencionado instituto político y en apoyo del candidato Felipe Calderón Hinojosa. A pesar de ser probada la difusión de los hechos imputados, el tribunal electoral<sup>41</sup> señaló que en ninguno de los spots pareciera ir en contra de candidato o partido en específico, aún y cuando se desprendía de los mensajes difundidos en dichos promocionales la necesidad de continuidad del modelo económico actual y que el candidato de la coalición, propuso cambiar.

Cabe señalar, que los spots fueron difundidos en el tramo final de la campaña presidencial, la televisión fue el vehículo principal y el medio con mayor impacto que podía tener el mensaje político que querían hacer llegar los actores políticos a los ciudadanos, es así, que en la ejecutoria recaída al expediente **SUP-RAP-34/2006 y acumulados**, la máxima autoridad jurisdiccional resolvió el retiro de promocionales difundidos por el Partido Acción Nacional en contra de la imagen del candidato Andrés Manuel López Obrador, pues a juicio de este órgano jurisdiccional, la información de dichos mensajes se encontraba ajena a toda promoción y difusión de la plataforma electoral que se pretende dé a conocer el partido durante su campaña electoral.

Del estudio que hace la Sala Superior de diversos spots que trataron de difamar la imagen del candidato a la Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, resalta uno que sin duda figuró y tuvo gran impacto a la ciudadanía, al referir a éste como **“un peligro para México”** pues el contenido del spot tal como lo señala la ejecutoria de mérito<sup>42</sup> demerita su actuar frente al electorado, pues las expresiones utilizadas en dicho promocional ponen en la mira su imagen, presentándolo como una persona en la que no se puede confiar, y que, además, constituye un peligro para el país. Lo cual prueba que, el propósito principal del retiro de dichos promocionales, se debió primordialmente, a que su difusión empañaba la imagen pública del referido candidato y no proporcionaba la finalidad que se busca con la transmisión de

---

<sup>41</sup> Ídem p. 60-62

<sup>42</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral “*SUP-JRC-34/2006 y acumulado*”, pp.144 y 145

ellos respecto a la difusión de sus ofertas, plataformas o programas electorales que ofrecen los diversos actores políticos en busca del voto ciudadano.

## **2.4 RESULTADO DEL ANÁLISIS**

Diversas situaciones de la vida política en nuestra actualidad han hecho necesaria una reforma en cuanto al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. La radio y la televisión han sido pieza fundamental en la proyección que pueden llegar a tener los partidos y sus candidatos en cualquier contienda en la que busquen llegar al poder a través del voto del electorado.

La elección presidencial celebrada el pasado 2 de julio de 2006 fue, sin duda, un claro ejemplo del uso que los institutos políticos realizan de los medios de comunicación con la única finalidad de lograr el voto, aunque, también fue reflejo de la necesidad de una reforma electoral que pudiera frenar diversas irregularidades presentadas de manera notoria durante dicho proceso, cuestiones como el derroche de dinero utilizado para la compra de publicidad, el ilegal proselitismo realizado por terceros, así como las cuestiones de inequidad presentadas por aquellos partidos con fuerza política suficiente para ser apoyados con financiamiento privado y aquellos partidos que apenas logran el apoyo otorgado como prerrogativa que por ley les corresponde, son sólo alguno de los problemas que se hicieron latentes y que fueron claros antecedentes de la reforma electoral aprobada a finales del año 2007.

Los medios de comunicación son una realidad en la democracia de nuestro país, en razón de la influencia que tiene, principalmente, la radio y la televisión en política mexicana, no obstante, múltiples irregularidades presentadas en elecciones de trascendencia han hecho notoria el reconocimiento que se les da en toda competencia electoral.

Cabe señalar, que las anomalías presentadas a lo largo de toda contienda electoral no se generaban exclusivamente por el despilfarro que los partidos hacían de los recursos económicos con los que contaban, sino también

respecto a la contratación de tiempos, pues éstos muchas veces llegaban a ser manipulados por los descuentos o bonificaciones que las empresas encargadas para su contratación, otorgaban muchas veces con fines meramente mercantiles, pero sobre todo políticos.

El principio de equidad que debe regir en el acceso de los partidos a los medios comunicación, no sólo debe alcanzar aquellos recursos públicos otorgados como prerrogativa por ley, sino también aquellos de carácter privado. La cantidad de promocionales en radio, televisión y prensa que se pueden contratar en los medios para su difusión, encontraba su límite en el financiamiento público del cual disponían los partidos políticos para hacer su campaña electoral y en los topes de gastos de campaña fijados por la autoridad electoral, sin embargo, no pasa por alto aquellos que se pueden recibir de manera privada, pues es ahí donde el principio de equidad e igualdad se encontraba debilitado.

Bajo este contexto, se hace necesaria la reducción de costos que genera la política en nuestro país, principalmente en procesos de campaña electoral, pues el costo de la democracia no puede llegar a ser mayor que el destinado para actividades de primera necesidad en un lugar donde el 40 ó 50% aproximadamente de la población vive en pobreza extrema.

Es difícil separar la política de la práctica amarillista, pues muchas veces es el manejo que se hace de ella a través de los diferentes vehículos de comunicación lo que influye al electorado a inclinarse por un partido y su candidato. El uso indebido que se le da a los difusores de propuestas de campaña llega en varias ocasiones a ocupar los reflectores, las primeras planas y los comentarios de opinión de tinte político, la distorsión o manejo que se hace de ellos, depende fundamentalmente de la proyección para lo cual fueron creados.

Grandes cambios ha sufrido la materia electoral durante las últimas décadas, los avances han sido considerables hasta el momento, sin embargo, el desarrollo tecnológico va evolucionando y abriendo nuevas interrogantes y



lagunas que quedarán aún por regular en toda competencia electoral, no obstante, la reforma procura, sin duda alguna, regular temas como: participación de terceros en campañas electorales, financiamiento público por encima del privado, condiciones de igualdad en el acceso de tarifas, distribución proporcional de espacios en medios, reducción de tiempos en campaña y precampaña con el único fin de disminuir costos, revisión de recursos de origen privado, respeto entre partidos y candidatos evitando la calumnia, injuria y difamación entre los participantes a puestos de elección popular.

## **CAPITULO 3.- LA REFORMA ELECTORAL DE 2007-2008**

### **3.1 MOTIVOS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL.**

A través de la propuesta de reforma constitucional, legisladores han tratado de dar respuesta a los problemas, deficiencias, vacíos y lagunas que padece el sistema electoral mexicano, como lo señala Lorenzo Córdova Vianello “el proceso de transición de la democracia se ha articulado a través de siete reformas electorales”<sup>43</sup> (la última de las cuales se concretó a finales de 2007). Los sucesos celebrados en la elección presidencial de 2006 demostraron que la regulación actual resultaba insuficiente ante la transformación e impacto que en los últimos años han presentado los medios de comunicación en nuestro país.

Existe una creciente intervención por parte de los medios de comunicación en la política, un nuevo modelo de comunicación y política se ha presentado en los últimos años en nuestro país, es por ello, que se hace necesario armonizar nuevos esquemas con la única finalidad de regular las relaciones que existen entre ellos, al buscar proteger la imparcialidad que rige toda contienda electoral.

Con la referida reforma electoral se busca dar respuesta a problemas que enfrenta la democracia en nuestro país, en el caso que nos ocupa, el abuso que se hace de los medios de comunicación con fines propagandísticos durante los procesos electorales ha generado inequidad en la contienda entre los diferentes actores políticos que buscan el poder a través de la difusión de sus propuestas, que muchas veces llegan a ser punto de conflicto en la contienda.

Sabemos que México enfrenta un problema en cuanto democracia se refiere, pues los recientes acontecimientos en una de las elecciones más competidas

---

<sup>43</sup> CÓRDOVA VIANELLO, Lorenzo, “La Reforma Electoral y el Cambio Político en México”, en *Reforma Política y Electoral en América Latina 1978-2007*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2008, p.655

que se ha vivido en nuestro sistema político, fueron el gran reto a enfrentar con la concreción de una nueva reforma electoral. La experiencia de dichos comicios trajo consigo la idea de proponer diversas reformas electorales, la controversia que se originó alrededor de ellos puso de manifiesto la diferencia que hay entre las reglas del juego, debido a las realidades actuales que se hacen latentes en una competencia electoral más intensa, donde factores como precampañas y propaganda negativa (está última considerada como tema de gran debate que llegó incluso a conocerse por la máxima autoridad en la materia como lo es el Tribunal Electoral) no se encontraban aún contemplados.

Nuestra democracia pasa por momentos importantes que asignan nuevas exigencias a los medios de comunicación masivos, con relación a su responsabilidad social, pero también se exige por parte del Estado la tarea de replantear su funcionamiento. En el campo de la comunicación, múltiples son las prioridades que el Estado debe tomar en cuenta ante el complicado proceso de evolución que vive la democracia en México, es en el terreno político donde se ubica principalmente el problema central de la reforma a los medios.

Lo anterior, por el papel que en nuestro tiempo pueden llegar a tener, al ser considerados como los principales formadores de opinión pública, en una época, en que la apertura que se ha manejado es notable y relevante en acontecimientos que enfrentamos de la política en la actualidad. La prerrogativa de acceso de los partidos a los medios de comunicación es importante, pues desde legislaciones anteriores a la reforma de 2007 se ha venido contemplando, no obstante, tal prerrogativa llega a ser insuficiente pues lejos de ser equitativa y justa para los partidos políticos participantes en todo proceso resulta escasa ante la situación que se presenta en toda campaña electoral.

Los problemas que ha enfrentado la materia electoral en los últimos años, han demostrado que no hay reformas definitivas, pues éstas deben de irse adecuando en razón al modelo político y social que se va presentando, la referida reforma electoral fue, sin duda, un proyecto ambicioso que trato de hacerse cargo de muchos problemas que hasta las recientes elecciones

presidenciales fueron notorias, sin embargo, no pasa por alto señalar que los resultados se verán reflejados en los comicios próximos a celebrarse el presente año, en la renovación de diputados al Congreso de la Unión.

El origen de esta reforma es, sin lugar a dudas, resultado de planteamientos relevantes e incluso de correcciones a reformas anteriores que en su momento no fueron calculados y que han puesto a los medios de comunicación en un papel predominante y que los comicios presidenciales de 2006 dejaron al descubierto, en razón de que, los partidos políticos y sus candidatos en la actualidad se han convertido en clientes asiduos de la radio y la televisión.

Sin duda, la televisión ha sido el medio al cual se ha destinado mayor parte de los recursos públicos utilizados por los partidos para la difusión de sus propuestas, antes de la reforma se utilizaba a este medio de comunicación no solo como difusor de propuestas sino también como partícipe de opinión a favor del partido que contrataba sus servicios. Las negociaciones originadas entre los partidos y las dos principales televisoras en nuestro país, fueron focos rojos que reflejaron la necesidad de la reforma de mérito, pues los convenios a los que llegaban, implicaban la existencia de condiciones de inequidad y control para aquellos representantes políticos con recursos económicos superiores a los demás participantes.

Por lo anterior, se puede considerar que la compra excesiva de espacios en radio y televisión provocó que la reforma electoral de 2007 procure no sólo cambios relativos a fortalecer autoridades electorales federales como son el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, sino también aspectos relativos con la competitividad con la que los partidos se desempeñan en toda contienda electoral, con la mencionada reforma se busca evitar condiciones de inequidad, desigualdad y favoritismo entre las diversas opciones políticas del país.

En suma, se espera que la reforma en materia de medios de comunicación acabe con aspectos negativos originados por el excesivo uso de propaganda, mucha de ella originada con spots negativos y denigrantes que logran muchas

veces influir en el voto del electorado dada la proyección y difusión que la televisión y la radio pueden tener en una sociedad en donde dichos medios cobran tal relevancia que pueden llegar a cambiar el acontecer político del país, los institutos políticos concentran sus estrategias electorales en ellos destinando muchos de sus recursos a pagar este tipo de campañas que suelen muchas veces a ser beneficiosas y entorpecer el principio de equidad en la competencia dado el uso discriminado que se hace de ellos.

Las reformas constitucionales aprobadas por el Congreso de la Unión buscan, en opinión de Javier Santiago Castillo cinco objetivos sustantivos: “avanzar en el camino de la equidad en la competencia electoral entre los partidos políticos, fortalecer el sistema de partidos políticos, disminuir el costo electoral, fortalecer la institucionalidad electoral y regular la relación entre el Instituto Federal Electoral (IFE) y los organismos electorales estatales y del Distrito Federal.”<sup>44</sup>

**1. Avanzar en el camino de la equidad en la competencia electoral entre los partidos políticos**, esto es, garantizar instrumentos suficientes con la finalidad de alcanzar condiciones de equidad en las tarifas que manejan los concesionarios de radio y televisión para cada uno de los partidos y coaliciones participantes en cada campaña, inclusive, a través de regulación de propaganda electoral en tiempos de precampaña (figura actualmente regulada por la ley).

**2. Fortalecer el sistema de partidos políticos**, en otras palabras, se crearán mecanismos acordes a las reglas estatutarias de los institutos políticos, con el único propósito de garantizar ante el electorado sus actos.

**3. Disminuir el costo electoral**, es decir, se procurará acortar la duración de las campañas, con la finalidad de reducir el uso que se hace de los medios de comunicación, utilizados éstos como difusores de sus respectivas propuestas, plataformas políticas, propaganda electoral, etc.

---

<sup>44</sup> SANTIAGO CASTILLO, Javier, *Aplicación de la Reforma Constitucional en Materia Electoral*, en FEPADE Difunde, México, año 6, núm. 15, (enero-junio) p. 94

**4. Fortalecer la institucionalidad electoral**, dicho objetivo se traduce en la facultad que deberá otorgarse tanto al Instituto Federal Electoral como al Tribunal del Poder Judicial de la Federación, considerados éstos como árbitros de mayor jerarquía en materia electoral y encargados de resolver cualquier anomalía presentada en toda contienda electoral.

**5. Regular la relación entre el Instituto Federal Electoral (IFE) y los organismos electorales estatales y del Distrito Federal**, dicho argumento se sustenta, entre otras cuestiones, respecto a la coordinación, colaboración y coadyuvancia que tendrán el mencionado órgano administrativo electoral y los Institutos locales, así como, la distribución de tiempos en radio y televisión que sean transmitidos en los 31 Estados de la República y, en particular, en aquellos donde su jornada electoral local sea concurrente con la federal.

La presente reforma, trata de enfrentar la problemática que tienen cuestiones como las señaladas con anterioridad, además, de regular específicamente temas como: las conductas que las organizaciones políticas y sus candidatos adoptan respecto a sus adversarios y la implementación de mecanismos que tengan como propósito, analizar y en su caso suspender la transmisión de programas en los cuales, entre otras cosas, difamen, calumnien ó denigren a los institutos políticos y sus candidatos, durante el tiempo de proceso y campaña electoral, así como, de sanciones a los terceros que intervengan en contra o a favor de alguno de ellos.

Los motivos de una reforma en materia electoral son variados, no obstante, como lo señala Luis Carlos Ugalde Ramírez “la democracia es un proceso de construcción y mejora institucional permanente”<sup>45</sup>, es por ello, que la reforma electoral presentada el pasado 2007, no será definitiva, pues el modelo de democracia perfecta en nuestro país, está lejos de alcanzarse, no obstante, la presente reforma significa un cambio radical en la regulación electoral, y particularmente, en el caso que nos ocupa respecto a la reglamentación en la

---

<sup>45</sup> UGALDE RAMÍREZ, Luis Carlos, *Hacia una reforma electoral integral: la agenda pendiente*, en FEPADE Difunde, México, 2004, núm. 5, p. 20

participación de los partidos a través de los medios de comunicación, son trascendentes, concretos y múltiples como se podrá observar a lo largo de este capítulo.

### **3.2 PRINCIPALES ASPECTOS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL Y LEGAL**

Diversas circunstancias presentadas recientemente en las pasadas elecciones de 2006, fueron sin duda motivo de diversidad de eventos y circunstancias completamente novedosas para todos los actores políticos y ciudadanos a los cuales nos tocó vivir el proceso de democratización más peleado en nuestra historia.

Es así que se llevó una reforma integral en materia electoral que implicó importantes modificaciones tanto constitucionales como legales propias de la materia como lo es el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, todo ello, repercutiendo a su vez en las diversas legislaciones estatales que se tiene del tema.

Con la finalidad de promover una reforma que diera respuesta a las diversas situaciones presentadas en nuestro país, así como, consolidar los diferentes cambios que ha sufrido el sistema electoral a lo largo de las reformas realizadas desde 1977 a la fecha los autores de la citada iniciativa señalaban como objetivos de ella el "disminuir en forma significativa el gasto en campañas electorales, lo que se propone alcanzar mediante la reducción del financiamiento público, destinado a tal propósito: en un setenta por ciento en las elecciones en que solamente se renueva la Cámara de Diputados, y del cincuenta por ciento en las elecciones en que se renuevan el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del H. Congreso de la Unión..."<sup>46</sup> , esto es, con la referida

---

<sup>46</sup> Dictamen de las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales; de Gobernación; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos que contiene Proyecto de Decreto de reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Reforma Electoral, en <http://www.garciacervantes.com/SP/recursos/dictamen%20reforma%20electoral.doc>, marzo 2009

reforma se busca atender un reclamo de la sociedad hasta hace algún tiempo no contemplado, en razón del derroche y gasto que generaba la democracia en México.

La iniciativa se centra básicamente en tres temas de relevancia y discusión como son: financiamiento de partidos y gastos de campaña, regulación en materia de medios electrónicos, así como estructura y organización de las autoridades electorales encargadas de la realización de los comicios en nuestro país.

Lo anterior, debido a que una de las finalidades primordiales de la multicitada reforma se encuentra en el fortalecimiento, atribuciones y facultades que se otorgan al Instituto Federal Electoral, básicamente, en la regulación de los partidos al acceso en medios de comunicación, fortaleciendo a dicho órgano administrativo electoral e inclusive al propio Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, considerados, el primero, como árbitro en toda contienda, mientras que el segundo, como máxima autoridad en la materia.

Asimismo, la presente modificación en cuanto al tema de financiamiento y gastos de campaña, establece novedosas reformas cuyo contenido principal llega a tener impacto en el texto constitucional básicamente en su artículo 41 al reducir el financiamiento que éstos recibirán como prerrogativa en las campañas en donde se elija Presidente de la República, diputados y senadores así como la disminución en aquellos donde se lleven a cabo elecciones intermedias.

Dentro de las innovaciones en cuanto a financiamiento se refiere, podemos encontrar la regulación de las aportaciones realizadas por simpatizantes de cada uno de los institutos políticos, considerada dicha reforma un avance, pues evidentemente se busca con ello otorgar mayor certeza a los ciudadanos, respecto de los recursos que maneja todo partido durante determinado proceso electoral. Asimismo, se subsana una importante laguna en la que por ley se iniciará un procedimiento especial para la liquidación de bienes de aquellos partidos que pierdan su registro, evitando así, que éstos queden en manos de



particulares y se desconozca la razón por la cual fueron adjudicados de esta forma.

Uno de los cambios más importantes y sin temor a equivocarnos, el que mayor impacto y controversia ha suscitado en los últimos tiempos, además de ser el tema principal de la tesis en cuestión, es la regulación en materia electoral que se hace de los medios de comunicación electrónicos, considerados como los principales mecanismos utilizados por los diversos actores políticos que buscan a través de su publicidad, captar la atención de los ciudadanos, considerados como los principales protagonistas de la democracia en nuestro país.

Las elecciones presidenciales de 2006, fueron el modelo idóneo en la renovación de nuestro sistema electoral debido a los múltiples acontecimientos presentados y que no encontraban respuesta en su regulación al no estar contemplados en la ley. Una de los temas que vinieron a ser regulados en la democracia mexicana es la participación de terceras personas en la compra de transmisiones en radio y televisión apoyando mediante la difusión de diversos mensajes al candidato que por cuestiones políticas tuviera preferencia.

Con la finalidad de fomentar mayores condiciones de equidad se facultó al Instituto Federal Electoral como la autoridad única en la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión, buscando garantizar el derecho de los partidos al uso de la mencionada prerrogativa, la presente reforma busca transformar la relación que existe entre medios, política y sociedad con el único propósito de garantizar uno de los principios básicos en materia electoral que es el de **equidad**.

Igualmente, se introduce la prohibición de la llamada campaña “negra” mediante la cual los partidos y sus candidatos buscaban difamar a su contendiente con la única finalidad de desprestigiar ante el electorado al opositor. La influencia que muchas veces llegan a generar comentarios subjetivos respecto a la persona, sin duda, pueden muchas veces modificar el resultado de la elección, con dicha regulación se pretende que el ciudadano ponga mayor atención en aquellas campañas utilizadas como fuente de

información de las propuestas presentadas por las diversas organizaciones políticas.

Vale la pena mencionar que uno de los conflictos presentados en los comicios llevados a cabo en 2006 entre el ahora Presidente de la República, en ese momento candidato del Partido Acción Nacional Felipe Calderón Hinojosa y el aspirante a la presidencia postulado por el Partido de la Revolución Democrática Andrés Manuel López Obrador, llegó a ser la campaña negativa que se difundió entre ambos contendientes, dicha situación alcanzó inclusive a ser del conocimiento del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación TEPJF (máxima autoridad en la materia).

El antecedente más significativo se encuentra en los spots transmitidos en cadena nacional donde la guerra de difamaciones en contra de un candidato y otro se presentaba con mayor eventualidad, tal es el caso de aquellos difundidos por el Partido Acción Nacional en contra del candidato del Partido de la Revolución Democrática, en el que calificaban al candidato del aludido instituto político como un “peligro para México”, en donde “el partido denunciado pretende minar la imagen del candidato referido, al mostrarlo frente a la opinión pública como una persona a la que no se le puede tener confianza, ya que es vinculado activamente con la comisión de ilícitos”<sup>47</sup>, en dicha resolución, la máxima autoridad en materia electoral determinó el retiro de los mencionados spots, en virtud de que denostaban al entonces candidato del sol azteca.

Retomando el tema de reformas a las instituciones encargadas de la regulación y celebración de los comicios en nuestro país, en lo relativo al Instituto Federal Electoral, con la respectiva modificación se definen aspectos importantes de dicho órgano regulador en cuanto a la elección de sus consejeros, la prohibición de reelección (excepto para el consejero presidente), así como la sustitución escalonada de los mismos, dicha reforma quizá fue la que reflejó cambios inmediatos, cuyos resultados se pueden observar en la actual

---

<sup>47</sup> Sentencia dictada en el recurso de apelación *SUP-RAP-34/2009 y acumulados*, pp. 141

integración de consejeros de dicho instituto, sin embargo, no pasa desapercibido apuntar que la renovación de los mencionados funcionarios fue en su momento motivo de debate, al no tener candidatos a dichos cargos y estar en proceso de salida los que se encontraban en el mismo.

En cuanto a financiamiento, se refiere qué el Instituto Federal Electoral creará un órgano fiscalizador autónomo dedicado a revisar los informes de ingresos anuales y gastos de campaña de los partidos políticos, sustituyendo el papel que tenía antes de la presente reforma, una Comisión de Consejeros, asimismo, se señala la instauración de un órgano encargado de la revisión de ingresos y gastos que a su vez tenga el citado órgano administrativo electoral.

Finalmente, por cuanto hace a las principales modificaciones realizadas al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, el ordenamiento reformado otorga permanencia a las Salas Regionales, buscando con ello, la distribución de competencias para conocer de las diferentes controversias que en materia electoral se pudieran originar, en este apartado ponemos de ejemplo la exorbitante carga de trabajo que tuvo la Sala Superior en la reciente elección presidencial, al considerarse ésta la más reñida en nuestra historia, y motivo de múltiples juicios de inconformidad promovidos en contra de la declaración de validez de la citada elección, corriéndose, inclusive, el riesgo de no ser resueltos de acuerdo a los plazos previstos en la ley.

En suma, los principales aspectos de la reforma electoral de 2007 en materia de medios de comunicación, se sintetizan en los siguientes puntos:

- a) Prohibición en la contratación que se haga en radio y televisión por parte de los partidos políticos de manera privada, así como por parte de cualquier otro particular en su beneficio.
- b) Impedir la intervención de los gobernantes y terceros en las elecciones, así como la transmisión de propaganda gubernamental en campañas electorales.

- c) Implementar bases a través de las cuales se establezcan reglas que propicien la presencia de las organizaciones políticas en los medios de comunicación en un ambiente equitativo, dejando fuera el excesivo costo e irracional uso que se estaba dando de ellos en la democracia.
- d) Facultades otorgadas al Instituto Federal Electoral como autoridad única en materia de radio y televisión, respecto a la distribución y organización de tiempos de dicha prerrogativa, correspondientes al Estado, además, de atribuciones para regular y sancionar el comportamiento de medios de comunicación.
- e) Distribución y asignación de tiempos en radio y televisión en procesos electorales concurrentes, esto es, procesos electorales locales con jornada coincidente con la federal, así como, no concurrentes.
- f) Regulación de dicha prerrogativa en periodos de precampaña electoral.
- g) Repartición y uso de tiempos para fines institucionales.
- h) Implementación de un sistema de responsabilidades y sanciones que pudieran originarse por incumplimiento a la normatividad reformada respecto del acceso de los partidos políticos a radio y televisión.

Se espera que con la propuesta tanto constitucional como legal, las irregularidades presentadas en cuanto al tema de medios se refiere se vean colmadas y que la práctica que se lleve de éstas logre la armonía que se pretende frente al nuevo modelo de comunicación y política que se presenta en nuestros tiempos, mejorando las condiciones de equidad y calidad de las mismas, a través de mecanismos que generen menor dependencia por parte de los partidos en radio y televisión, pues se busca que la democracia no esté en manos de ellas.

### **3.3 LA NUEVA REGULACIÓN DEL ACCESO DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

La presente reforma, sin lugar a dudas, ha contemplado aspectos que la legislación federal en materia electoral nunca había regulado, los puntos tomados en cuenta por los legisladores en dicha modificación han significado un gran avance en lo que respecta al tema de medios de comunicación.

La regulación anterior al ser tan escasa, daba lugar a que realmente la modificación planteada sobre el tema fuera vasta y suficiente que logrará, inclusive, agotar todas aquellas deficiencias que originaron múltiples irregularidades en los procesos comiciales llevados a cabo en nuestro país.

La reforma constitucional trajo consigo diversas modificaciones al texto vigente en su artículo 41, pues la mencionada disposición introdujo cambios significativos relativos a financiamiento público, candidaturas independientes, asuntos internos de partidos, intervención de las autoridades electorales en ellos, liquidación de bienes en caso de pérdida de registro, entre otras cuestiones. Para el caso de acceso a medios de comunicación, la presente reforma contempla a partir del apartado III del referido ordenamiento constitucional el tema en cuestión.

Las modificaciones al texto constitucional dejaron el derecho de las organizaciones políticas al uso de los medios de comunicación social de manera permanente, es decir, gozarán en cualquier momento de dicha prerrogativa con fines meramente electorales o de difusión, debido a la proyección que tienen éstos en la vida democrática de México.

Las bases de la nueva reforma al citado precepto legal introducen la facultad del Instituto Federal Electoral para ser autoridad única en la materia y aquella que exclusivamente distribuya los tiempos que el estado otorga en radio y televisión a los diversos institutos políticos que buscan la difusión de sus propuestas por medio de ellos.

La distribución de tiempos establecidos según el citado artículo 41 señala:

- a) 48 minutos diarios a partir del inicio de precampañas y hasta el día de la jornada electoral, distribuidos en periodos de 2 y 3 minutos por cada hora de transmisión, en horarios comprendidos entre las seis y las veinticuatro horas.
- b) En tiempos de precampañas los partidos, dispondrán de un minuto por cada hora de transmisión, mientras que en campañas, el referido órgano administrativo electoral, pondrá a su disposición el 80% de los 48 minutos a que se hace referencia en el inciso anterior.
- c) Dicha prerrogativa se repartirá, en un 30% de forma igualitaria, incluyendo partidos sin representación en el Congreso y, un 70% de acuerdo a los resultados de la elección a diputados federales inmediata anterior.

Es así, que se puede deducir que los legisladores con la modificación constitucional realizada buscaron establecer condiciones de equidad en toda campaña electoral, pues antes de la citada reforma los partidos con mayor fuerza política se veían principalmente beneficiados con dicha distribución, al agregar recursos privados al uso que éstos realizaban en radio y televisión, propiciando un ambiente evidentemente inequitativo en la explotación de la garantía constitucional que tienen éstos como protagonistas en toda contienda electoral.

Del tiempo otorgado por el Estado correspondiente al 12%, el Instituto Federal otorgará a los partidos políticos un 50% utilizando el restante para fines propagandísticos de éste y las demás autoridades electorales locales e inclusive federales, según lo señala el inciso g) del apartado A, de la disposición de mérito.

“g)... al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y

televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas...”

En el texto constitucional, asimismo, se establece por primera vez la prohibición a los partidos políticos de contratar tiempos en radio y televisión, así como de terceras personas que utilicen dichos medios con fines propagandísticos en apoyo a determinado partido y su candidato. La modificación de referencia quizá sea uno de los cambios que la Constitución al incluirla tenga mayor impacto entre los diferentes actores políticos en nuestro país, en virtud de que era el conducto adecuado por el cual las organizaciones políticas se daban a conocer, colocándose a su vez dentro de las preferencias del electorado debido a la difusión que éstos tenían en los distintos medios de comunicación, principalmente en televisión. La modificación realizada cumplirá uno de los objetivos primordiales de dicha reforma, pues con la aludida negativa se pretende que los excesivos gastos realizados hasta las pasadas elecciones presidenciales disminuyan de manera considerable, pues el costo de la democracia no puede estar sujeta a intereses exclusivamente económicos.

La garantía constitucional consagrada en el referido artículo 41 estableció nuevos criterios e inclusive reguló a rango constitucional la obligación de los partidos de abstenerse en utilizar dentro de su propaganda electoral, expresiones que denigren, calumnien y/o difamen a los candidatos y sus partidos con fines de desprestigio en toda contienda electoral. Lo anterior, en virtud que es a base de su fama lo que puede en algún momento influir en el votante a la hora de emitir su sufragio, pues la popularidad del candidato casi siempre se ve reflejada en los resultados finales de la elección en la cual se esta participando.

Con motivo de la reforma constitucional en materia electoral en relación a este análisis, se observa que, se generaron múltiples modificaciones en la

legislación electoral federal, básicamente en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que al ser considerado uno de los ordenamientos más importantes su modificación fue necesaria, además de inevitable.

La reciente reforma electoral realizada al código de referencia regula a partir de su artículo 49 y hasta el 76 cambios de trascendencia e importancia hoy en día respecto al tema en estudio, es por ello que se ve la necesidad de hacer un análisis del contenido de dicha reforma, respecto de cuestiones relativas al acceso en radio y televisión como prerrogativa que los partidos políticos adquieren como garantía constitucional. Destaca la creación del Comité de Radio y Televisión como órgano encargado de la prerrogativa de mérito, distribución y asignación de tiempos en radio y televisión, tanto en jornada local, federal o bien local concurrente con federal, así como fuera de periodos de precampaña y campaña electoral.

De igual forma, la ley precisa a partir del capítulo cuarto, título primero del libro séptimo del aludido código electoral, el régimen de sanciones que deberán de cumplir en caso de que las disposiciones señaladas en el párrafo anterior sean transgredidas.

### **Acceso en Radio y Televisión.**

La garantía constitucional consagrada en el artículo 41, base III apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala como prerrogativa otorgada a los institutos políticos el acceso a radio y televisión, haciendo énfasis en el uso **permanente** que éstos tendrán en los diversos medios de comunicación social. Actualmente el uso que los diversos actores políticos han hecho de medios como la televisión, entre éstos y los electores, ha generado inequidad en la contienda, pues son muchas veces los concesionarios principalmente en ese medio, los que toman la decisión de imponer al candidato favorito al tener un trato preferencial por éste en sus espacios de difusión.



La televisión en los últimos años se ha considerado de los medios de comunicación más socorrido y de mayor dominio en nuestra sociedad, principalmente en temas donde la política juega un papel importante, como señala Giovanni Sartori “la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. Además la televisión condiciona, o puede condicionar, fuertemente el gobierno, es decir, las decisiones del gobierno: lo que un gobierno puede y no puede hacer, o decidir lo que va a hacer”<sup>48</sup>, como podemos observar, el papel que Sartori nos plantea de medios como la televisión determina en muchas veces el futuro o el rumbo de la democracia de un país. México no se salva de ello al ser un país en el cual sus habitantes acuden a medios de comunicación tales como la radio y la televisión en busca de información que nos pudiera dar a conocer las propuestas de los partidos y sus candidatos, así como su plataforma electoral con el único objetivo de elegir la opción que más nos convenza.

Por lo argumentos antes señalados, se vio la necesidad de regular dicha situación, es por eso que el artículo 49 del Código Federal Electoral, restringe la prerrogativa de los partidos al uso exagerado y abrumante que las organizaciones políticas han hecho en los últimos años, prohibiendo contratar o adquirir por sí o por terceras personas, tiempos en radio y televisión además de restringir, incluso a personas físicas o morales a título propio o por cuenta de terceros, afiliados, dirigentes, entre otros, de contratar propaganda con fines estrictamente electorales a favor de algún candidato o partido, esta limitación no es contemplada en el texto anterior, pues se establecía como **derecho exclusivo** de los partidos la contratación de tiempos con mensajes orientados a la obtención del voto ciudadano.

No omito señalar, que la inserción realizada en la ley electoral, respecto a la figura de los debates, faculta al Instituto Federal Electoral como encargado de organizar durante la campaña relativa a la elección de Presidente de la República dos debates, de acuerdo al día y hora fijado por el Consejo General,

---

<sup>48</sup> SARTORI, Giovanni, *Homo Videns. La sociedad Teledirigida*, México, Ed. Taurus, 2002, pp. 70 y 71.

y lo señalado en el artículo 70, apartado 2, del Código Federal Electoral. Su transmisión será en vivo por radio y televisión, incluyendo en ésta última los servicios de señal restringida, evitando la difusión de mensajes propagandísticos de los partidos y sus candidatos durante su desarrollo.

### **Órganos Electorales encargados.**

El ordenamiento legal aludido, apunta que el Instituto Federal Electoral será la autoridad única en la administración del tiempo en radio y televisión que utilizarán los partidos para la transmisión de sus propuestas, además de que se apoyara en sus órganos internos para un mejor control y ejercicio de la facultad constitucional que con la actual reforma electoral adquirió.

#### **“Artículo 51**

1. El Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través de los siguientes órganos:

- a) El Consejo General;
- b) La Junta General Ejecutiva;
- c) La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;
- d) El Comité de Radio y Televisión;
- e) La Comisión de Quejas y Denuncias; y
- f) Los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales, que tendrán funciones auxiliares en esta materia.”

Una de las reformas más significativas es, sin duda, la creación del Comité de Radio y Televisión, encargado de conocer y aprobar las pautas de transmisión correspondientes, además de controlar todo lo referente a la materia y la utilización de ella. Se reunirá una vez al mes y de forma extraordinaria si el caso así lo ameritara, adoptando acuerdos en la materia, que podrán ser impugnados ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral.

El Comité de Radio y Televisión reemplaza la figura de la Comisión de Radiodifusión, pues si bien no tiene en su totalidad las mismas funciones, el

carácter que le daba el texto anterior, es muy similar al que ahora tiene éste. Asimismo, la legislación electoral vigente señala en el artículo 76 las facultades y funciones con las que cuenta. Se integrará según el párrafo dos de la disposición de referencia por:

- “...a) Un representante propietario y su suplente, designados por cada partido político nacional;
- b) Tres consejeros electorales, que serán quienes integren la Comisión de Prerrogativas y Partidos Políticos a que se refiere el presente Código; y
- c) El director ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, que actuará como su secretario técnico; en sus ausencias será suplido por quien designe.”

Será presidido por el Consejero Electoral que tenga el mismo carácter en la Comisión de Prerrogativas y Partidos Políticos, además, las decisiones tomadas en él se harán por consenso y en caso de votación se tomara en cuenta sólo el de los tres consejeros que lo integran. Su función principal obedece a que los mensajes en campañas y precampañas serán transmitidos de acuerdo a las pautas que este Comité apruebe.

Por otro lado, se incluye en el texto vigente facultades otorgadas al Consejo General del Instituto Federal Electoral, de vigilar a través de monitoreos las transmisiones que se hagan de los mensajes que los institutos políticos realicen en periodos de precampaña como campaña para dar a conocer sus propuestas. La disposición de mérito, prevé informar al electorado los resultados obtenidos en dichos monitoreos a través del tiempo del que dispone el aludido Instituto en radio y televisión. Asimismo, el código de referencia en su artículo 52 permite al citado Consejo, a propuesta de la Comisión de Quejas y Denuncias, ordenar la suspensión de cualquier propaganda que resulte contraventora de los principios rectores de imparcialidad y equidad en toda contienda electoral.

Como se puede observar, las modificaciones realizadas otorgaron facultades a órganos electorales no contemplados en el texto anterior, además de disminuir funciones que la pasada legislación otorgaba, por ejemplo, a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y a la Comisión de Radiodifusión, ésta no prevista en la legislación vigente, pues las funciones primordiales de los órganos referidos consistían básicamente en todo lo relativo a catálogos de horarios y tarifas, con las que contaban las organizaciones políticas para la difusión de sus mensajes como derecho exclusivo que tenían para su contratación.

### **Distribución de Tiempos.**

El trabajo legislativo, trajo consigo novedosos cambios buscando primordialmente alcanzar uno de los objetivos para los cuales se implantó la citada reforma, disminuyendo costos en campañas y precampañas. Los cambios realizados alcanzaron, inclusive, la distribución de tiempos, al eliminarse la contratación comercial entre partidos y medios de comunicación, con el único objetivo de acabar con los abrumantes gastos que generaba la transmisión de propuestas y difusión de la imagen del candidato y su partido.

Las modificaciones realizadas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales relativos a la distribución de tiempos, prevén procesos electorales locales, federales e inclusive locales con jornada coincidente con la federal, así como fuera de ellos, no obstante, es conveniente precisar en primer término, el otorgamiento que se da de dicha prerrogativa como garantía constitucional prevista en su artículo 41.

Con el propósito de establecer mayor equidad en la contienda, el Instituto Federal Electoral como autoridad única en la administración de tiempos en radio y televisión, pondrá a disposición de los partidos desde el periodo de precampañas y hasta el día de la jornada electoral **48 minutos diarios**.

## **“Artículo 55**

...

2. Las transmisiones de mensajes en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas de cada día. En los casos en que una estación o canal transmita menos horas de las comprendidas en el horario antes indicado, se utilizarán tres minutos por cada hora de transmisión.

3. El tiempo a que se refiere el párrafo 1 de este artículo será distribuido en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. En los horarios comprendidos entre las seis y las doce horas y entre las dieciocho y las veinticuatro horas se utilizarán tres minutos por cada hora; en el horario comprendido después de las doce y hasta antes de las dieciocho horas se utilizarán dos minutos por cada hora.”

La repartición se hará de acuerdo a las reglas señaladas en el citado artículo, es decir, los concesionarios y/o permisionarios, deberán por disposición expresa en la ley transmitir los mensajes que los partidos políticos y el propio Instituto difundan, esto es, dos minutos por cada hora en el horario de 6 a 18 y de tres minutos en el de 18 a 24 horas, considerado éste el de mayor audiencia. Con dicha reforma, se busca exista un equilibrio en toda competencia electoral, pues los diversos actores políticos obtendrán igualdad de condiciones en la transmisión de sus mensajes, al otorgarles las mismas oportunidades de difusión en cuanto a tiempo y espacio en radio y televisión.

Durante las campañas electorales federales, el aludido Instituto repartirá de los 48 minutos correspondientes a radio y televisión, 41 a los partidos políticos, mientras que los 7 restantes a actividades propias de la referida autoridad administrativa electoral. En este sentido, podemos señalar que la legislación anterior, en su artículo 47, distribuía el tiempo en procesos donde se eligiera al Presidente de la República de 250 horas en radio y 200 en televisión y, en

aquellos donde se eligiera a los integrantes al Congreso de la Unión en 125 y 100 horas, respectivamente.

La reciente reforma electoral, respeta los porcentajes que el mencionado artículo 47 apartados a y b, ahora 56 del Código Federal Electoral, señalaban respecto al tiempo asignado a cada partido del 30% en forma igualitaria y 70% en proporción a los votos obtenidos en la elección de diputados inmediata anterior, con la aclaración de que en procesos locales la proporción se dará de acuerdo al resultado arrojado en la elección para diputados inmediata anterior respectiva. Cabe precisar, que el texto vigente determina que el porcentaje se dará convertido a número de mensajes a los que tendrán derecho las diversas organizaciones políticas participantes, con una duración de 30 segundos, 1 y 2 minutos.

Se incluye en el código reformado, la distribución que tendrán aquellos partidos con nuevo registro (nacionales y locales), de su participación en la repartición del 30% de forma igualitaria, del tiempo en radio y televisión, advirtiendo que la modificación atinente, consiste en el reparto que se le daba a aquellos partidos sin representación en el Congreso del 4% del total de tiempo de transmisión referido.

#### **“Artículo 56**

...

3. Los partidos políticos de nuevo registro, tanto nacionales como locales, según sea el caso, participarán solamente en la distribución del treinta por ciento del tiempo a que se refiere el párrafo 1 de este artículo.

...”

Es facultad de los partidos políticos, determinar la asignación de mensajes en radio y televisión que serán transmitidos, en periodos de precampaña y

campaña de acuerdo a las pautas previamente establecidas por el Comité de Radio y Televisión, éstas no podrán ser acumulables, ni transferibles, de igual forma, los gastos generados por la difusión de dichos mensajes, serán sufragados con los recursos que los partidos obtuvieren a través de su financiamiento.

Tratándose de precampañas federales el Instituto Federal Electoral otorgara 18 minutos diarios en cada espacio televisivo o radiofónico de que se trate, en cambio, la asignación que se dará por tipo de campaña federal, estará determinado de acuerdo al tipo de elección de que se trate, pues las modificaciones realizadas al texto reformado establecen:

#### **“Artículo 60**

1. Cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.”

Por tanto, la circunstancia de otorgar mayor apoyo a una de las elecciones de referencia, en mi opinión generará situaciones de desequilibrio e inequidad, en virtud del porcentaje a que tienen derecho los institutos políticos, pues aquellos con mayor fuerza electoral contarán con mejores condiciones de difusión y apoyo en elecciones de importancia y trascendencia para los institutos políticos participantes, en la renovación tanto del poder ejecutivo como del legislativo, debido a la proyección política que tendrían en caso de obtener el triunfo de alguno de los cargos de elección popular aludidos.

Una inclusión sin duda indispensable en la legislación electoral reformada, ha sido regular las transmisiones que se generan en los servicios de televisión restringida, pues en la actualidad su uso suele resultar más común de lo que

pensamos, es por ello, que el artículo 75 menciona que en dicho servicio no podrán ser alterados ni manipulados los mensajes emitidos por las autoridades electorales ni por los partidos políticos, además de evitar transmitir durante periodos electorales difusión relativa a propaganda gubernamental.

Las modificaciones realizadas a este rubro, establecen tiempos en procesos electorales concurrentes, no concurrentes, fuera de periodos de campaña y precampaña federal, así como para fines institucionales, los cuales quedan regulados como sigue:

#### **a) Procesos Electorales Concurrentes.**

Los Estados que tuvieren proceso electoral local coincidente con el federal contarán señala el artículo 62 del Código Electoral Federal, con 15 minutos diarios por cada estación de radio y televisión para realizar propaganda exclusivamente local, en los términos de las pautas que apruebe el Comité de Radio y Televisión para ese fin. Es conveniente precisar, que dicho Comité se encargará de elaborar un catálogo y mapa de coberturas, de todas las estaciones de radio y televisión, que colaborarán en las citadas elecciones locales. El referido catálogo tendrá como finalidad dar a conocer el nombre de las estaciones que participarán en dicha cobertura, a través de los medios de comunicación de referencia, su difusión al público se dará a conocer por el respectivo Consejo General, en este punto, conviene recordar que en el presente año 2009 estados como “San Luis Potosí, Sonora, Distrito Federal, Nuevo León, Colima, Jalisco, Estado de México, Campeche, Guanajuato, Morelos y Querétaro, celebraran jornada local concurrente con la federal”<sup>49</sup>.

#### **b) Procesos Electorales No concurrentes.**

Bajo esta premisa, encontramos periodo de precampañas y campañas locales, en el primer caso, la distribución de tiempos se hará de acuerdo con el que pondrá a disposición el Instituto Federal Electoral de la máxima autoridad

---

<sup>49</sup> Calendario Electoral 2009, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, consultado en: <http://www.trife.org.mx/todo.asp?menu=11>, Abril, 2009.



electoral de la entidad de que se trate, esto es, 12 minutos por cada estación de radio y televisión. Las reglas aplicables para su uso estarán definidas por lo que determine el Código Electoral Federal y las respectivas leyes locales, mientras que para campañas electorales locales se concederán 18 minutos diarios de cobertura en ambos medios de comunicación, de ser insuficiente la máxima autoridad en la materia podrá hacer uso del disponible que corresponda al Estado.

El código, igualmente, hace resaltar la distribución de tiempos que utilizarán las autoridades electorales locales, en la jornada a celebrarse en su entidad al señalar que:

**“Artículo 68**

1. En las entidades federativas a que se refiere el artículo 64 de este Código el Instituto asignará, para el cumplimiento de los fines propios de las autoridades electorales locales tiempo en radio y televisión conforme a la disponibilidad con que se cuente.

...”

Por tanto, el tiempo con el que contarán estará sujeto al disponible en la campaña electoral local de que se trate, siendo obligación de las autoridades locales solicitar al Consejo General su asignación, para fines de propaganda publicitaria propios del órgano local encargado de la jornada electoral respectiva. El tiempo no asignado quedará en manos del Instituto Federal Electoral hasta la culminación de dicha campaña local.

**c) Fuera de periodos de precampaña y campaña federal.**

El Instituto Federal Electoral asignará fuera del tiempo de precampaña y campaña destinar hasta un 12% del tiempo señalado en el artículo 41, base III, apartado A, inciso h), que dispone:

- i) ...al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad...”

En este contexto, el porcentaje de mérito será repartido hasta en un 50% entre los diversos partidos políticos nacionales, en forma igualitaria, destinando su uso a un programa transmitido mensualmente en cada estación de radio y televisión con una duración de cinco minutos; el tiempo restante será utilizado para la transmisión de mensajes de 20 segundos, mismos que se repartirán en forma igualitaria entre los diferentes partidos políticos nacionales, todos ellos transmitidos en horarios de seis a veinticuatro horas. Estos mensajes a petición de las organizaciones políticas y, cuando el caso lo amerite, podrán difundir de forma anticipada su contenido. Las modificaciones realizadas por los legisladores buscaron salvaguardar el espíritu equitativo que se pretende conservar, en tiempos en que los diversos institutos políticos tienen la necesidad de seguir vigentes, a través de un trato igualitario otorgado aún fuera de períodos de precampaña y campaña electoral.

Anteriormente, los partidos disfrutaban del tiempo en frecuencias de radio y televisión, según lo dispuesto en el artículo 44 de la legislación reformada, de 15 minutos mensuales en dos programas semanales, siendo el órgano facultado para gestionar la prerrogativa señalada, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral.

#### **d) Para fines institucionales**

Se advierte del contenido del artículo 50 del ordenamiento electoral mencionado, que:

#### **“Artículo 50**

1. El Instituto Federal Electoral y las autoridades electorales de las entidades federativas, para la difusión de sus respectivos mensajes de comunicación social, accederán a la radio y

televisión a través del tiempo de que el primero dispone en dichos medios.”

Se observa que el objeto de esta previsión normativa y de la contenida en el artículo 71 del Código Electoral Federal, consiste primordialmente en el derecho que tienen las autoridades electorales de promocionar, entre otras cosas, sus funciones e incentivar a la sociedad a emitir su voto en la jornada a celebrarse en la entidad de que se trate.

Las autoridades electorales locales, deberán solicitar directamente al Instituto el tiempo que requieran para cumplir con esta prerrogativa, además de proponer a dicha autoridad electoral federal las pautas a utilizar de los mensajes correspondientes en radio y televisión. El Instituto Federal electoral como autoridad máxima, determinará de forma trimestral, la asignación de tiempos, tomando en cuenta las fechas de elecciones locales. Asimismo, dispondrá de mensajes de 20 y 30 segundos, no obstante, en procesos electorales el horario de mayor audiencia será utilizado por los partidos políticos participantes, con el propósito de dar a conocer sus propuestas y plataformas electorales.

En este nuevo modelo electoral, el Instituto Federal durante periodos de campaña y precampaña a petición del propio Tribunal Electoral pondrá a disposición de éste tiempos en radio y televisión, con fines de promoción institucional, por considerarse el máximo órgano jurisdiccional encargado de resolver cualquier controversia suscitada en la materia, fuera de ellos el órgano jurisdiccional de referencia hará uso de los tiempos del que se disponga de acuerdo a su propia normatividad.

### **Régimen de responsabilidades y sanciones.**

El actual modelo de comunicación política, vio la necesidad de contemplar en el libro séptimo de dicho Código, normas que en caso de violaciones a las disposiciones reseñadas con anterioridad, fueran consideradas, además de

que la reciente reforma electoral en materia de administración de tiempos en radio y televisión lo obliga.

Este régimen identifica, entre otros, a los partidos políticos, funcionarios públicos, asociaciones religiosas, concesionarios, permisionarios, personas físicas y demás como sujetos de responsabilidad. Asimismo, la presente regulación identifica los actos constitutivos de infracciones sí éstos quebrantaran las nuevas reglas de comunicación a que hemos hecho referencia.

Los supuestos de infracción, pueden ser variados dependiendo del sujeto de responsabilidad que los realice, para el tema que nos ocupa, se encuentran dentro de los artículos 342, 345, 347 y 350, diversas hipótesis, entre las que destacan:

- a) Difusión de propaganda gubernamental desde el inicio de las campañas y hasta el día de la jornada;
- b) Contratación realizada por ciudadanos, dirigentes, afiliados, extranjeros o cualquier persona física o moral de propaganda con fines de promoción personal a fin de influir en las preferencias electorales;
- c) Adquisición por parte de los partidos de manera directa o por medio de terceros de tiempos en radio y televisión;
- d) Venta de tiempos de transmisión a los partidos en los referidos medios de comunicación realizada por concesionarios y/o permisionarios;
- e) Incumplimiento de las obligaciones a las que se encuentran constreñidas los concesionarios y/o permisionarios en la transmisión de los mensajes que los partidos políticos lleven a cabo con motivo de la garantía constitucional de difusión a la que tienen derecho, así como manipular o superponer la propaganda electoral o los programas de los partidos ;
- f) Difusión de propaganda que contenga expresiones que denigren y/o calumnien a las instituciones, partidos y sus candidatos.

El Instituto Federal Electoral será el encargado de atender las quejas y denuncias que se generen al respecto, además de imponer las sanciones a que hace referencia el artículo 354 del aludido Código Electoral, entre las que encontramos, amonestaciones públicas, multas, interrupción de propaganda, suspensión temporal de la transmisión que generen los concesionarios, entre otros.

Para la aplicación de las sanciones mencionadas en el párrafo anterior, el instituto deberá de seguir el procedimiento aplicable al caso concreto, entre los que encontramos: el sancionador ordinario y el especial sancionador.

#### **a) Procedimiento Sancionador Ordinario.**

Este tipo de procedimiento es regulado por las disposiciones contenidas en los numerales 361 al 366 del multireferido Código, se puede iniciar por oficio o a petición de parte (por cualquier persona o partido político) ante los órganos centrales de la máxima autoridad administrativa electoral, quienes se encargarán de remitirla inmediatamente a la Secretaría para que examine la queja presentada.

Posteriormente tendrá 5 días para admitirla o bien desecharla de acuerdo a los supuestos contenidos en el artículo 363, una vez admitida, si fuere el caso, se ordenara el emplazamiento al denunciado para que en un término de 5 días conteste respecto a los hechos motivo de la denuncia, según lo dispone el artículo 364, párrafo 1:

#### **“Artículo 364**

1. Admitida la queja o denuncia, la Secretaría emplazará al denunciado, sin perjuicio de ordenar las diligencias de investigación que estime necesarias. Con la primera notificación al denunciado se le correrá traslado con una copia de la queja o denuncia, así como de las pruebas que en su caso haya aportado el denunciante o hubiera obtenido a prevención la autoridad que la

recibió, concediéndole un plazo de cinco días para que conteste respecto a las imputaciones que se le formulan. La omisión de contestar sobre dichas imputaciones únicamente tiene como efecto la preclusión de su derecho a ofrecer pruebas, sin generar presunción respecto a la veracidad de los hechos denunciados.  
...”

Una vez hecho lo anterior, la Secretaría procederá a llevar acabo la investigación y las diligencias necesarias para que una vez desahogadas la pruebas, agotada la averiguación se formule el proyecto de resolución, mismo que será enviado a la Comisión de Quejas y Denuncias en un término de 5 días para su estudio, una vez enviado al consejero Presidente de la referida comisión, éste lo pondrá a disposición de los demás integrantes del aludido órgano para su aprobación, bajo la siguiente tesitura:

**“Artículo 366**

...

- a) Si el primer proyecto de la Secretaría propone el desechamiento o sobreseimiento de la investigación, o la imposición de una sanción y la Comisión está de acuerdo con el sentido del mismo, será turnado al Consejo General para su estudio y votación;
- b) En caso de no aprobarse el desechamiento o sobreseimiento, o la imposición de la sanción, la Comisión devolverá el proyecto al Secretario, exponiendo las razones de su devolución, o sugiriendo, en su caso, las diligencias que estime pertinentes para el perfeccionamiento de la investigación;
- c) En un plazo no mayor a quince días después de la devolución del proyecto y las consideraciones al respecto, la Secretaría emitirá un nuevo proyecto de resolución, debiendo considerar los razonamientos y argumentos que formule la Comisión.

...”

Una vez aprobado por los integrantes de la Comisión de Quejas enviarán el proyecto de mérito al Consejo General, quien aprobará o rechazará y en su

caso establecerá las sanciones a las que se ha hecho referencia párrafos anteriores.

#### **b) Procedimiento Especial Sancionador.**

Este procedimiento se presenta con una queja o denuncia ante los órganos centrales o desconcentrados del Instituto Federal por conductas que contrarias a las diversas disposiciones relativas al uso indebido de medios de comunicación, difusión de propaganda por parte de servidores públicos (en contravención del artículo 134 constitucional), ilegal uso de propaganda política o electoral, así como realización de actos anticipados de precampaña y campaña.

El tipo de procedimiento dependerá del tipo de denuncia que originó la queja en la cual tendremos dos supuestos y procedimientos:

1. Denuncias originadas con motivo de propaganda político o electoral transmitida en radio y televisión.
2. Por propaganda impresa o de cualquier otro tipo diferente a la transmitida en dichos medios, así como actos anticipados de precampaña y campaña.

En relación al primero de los casos podemos señalar que, el procedimiento será similar al del ordinario, sin embargo, el proyecto será efectuado por la Secretaría y puesto a consideración del Consejo General, quien determinará la cancelación inmediata de la propaganda motivo de la denuncia, su retiro físico (si fuera el caso), la inmediata suspensión de la distribución que como prerrogativa se otorga a las organizaciones políticas participantes y la sanción a la que se hiciere acreedor el infractor.

Por lo que hace al segundo de los supuestos se estará a lo señalado en el artículo 371 que a la letra señala:

## **“Artículo 371**

1. Cuando las denuncias a que se refiere este capítulo tengan como motivo la comisión de conductas referidas a la ubicación física o al contenido de propaganda política o electoral impresa, de aquella pintada en bardas, o de cualquier otra diferente a la transmitida por radio o televisión, así como cuando se refieran a actos anticipados de precampaña o campaña en que la conducta infractora esté relacionada con ese tipo de propaganda se estará a lo siguiente:

a) La denuncia será presentada ante el vocal ejecutivo de la Junta Distrital del Instituto que corresponda a la demarcación territorial en donde haya ocurrido la conducta denunciada;

b) El vocal ejecutivo ejercerá, en lo conducente, las facultades señaladas en el artículo anterior para el Secretario del Consejo General del Instituto, conforme al procedimiento y dentro de los plazos señalados por el mismo artículo;

c) En su caso, el proyecto de resolución será presentado para su conocimiento y votación ante el Consejo Distrital respectivo;

d) Fuera de los procesos electorales federales, la resolución será presentada ante la Junta Ejecutiva del distrito electoral de que se trate; y

e) Las resoluciones que aprueben los consejos o juntas distritales del Instituto podrán ser impugnadas ante los correspondientes consejos o juntas locales, cuyas resoluciones serán definitivas.

2. En los supuestos establecidos en el párrafo 1 del presente artículo, si la conducta denunciada constituye una infracción generalizada o reviste gravedad, la Secretaría del Consejo General del Instituto podrán atraer el asunto.”

De la disposición transcrita se puede resaltar, que la competencia para conocer de hechos relativos a medios diversos a la radio y televisión serán del conocimiento de los Vocales Ejecutivos correspondientes a las juntas distritales en la entidad donde se hubiese cometido la falta, presentando el



proyecto de resolución respectivo a su Consejo Distrital, mientras que fuera de los procesos electorales federales corresponderá resolver lo conducente a la Junta Ejecutiva en el distrito electoral respectivo, no obstante, el Consejo General podrá conocer y resolver de la infracción cometida, si el caso así lo ameritara.

Es así, que la presente reforma al modificar el modelo de comunicación antes regulado, vio la necesidad no solo de establecer derechos y prohibiciones, sino contemplar un capítulo dentro del ordenamiento legal electoral que señalara las consecuencias que se pudieran originar en caso de incumplimiento a las disposiciones legales introducidas. Lo anterior, debido a que las modificaciones en cuanto al acceso de medios fueron resultado de deficientes disposiciones contenidas en el texto anterior, que sin duda resultaron insuficientes, pues la problemática entre comunicación y política en nuestro país va más allá de temas que tengan que ver con transmisión de mensajes y propuestas.

### **3.4 VIRTUDES Y DEFECTOS DE LA REFORMA**

Desde la Constitución, los mexicanos hemos observado una reforma electoral integral, debido a que la inclusión de disposiciones relativas a las formas y vías en que los partidos políticos darán a conocer sus propuestas a través de medios de comunicación como son radio y televisión, la aludida reforma al contemplar temas de esta naturaleza discutidos y de gran debate en los recientes comicios presidenciales ponen de manifiesto la preocupación de los legisladores de fortalecer la democracia mexicana.

Es importante señalar que la presente reforma contiene avances, no obstante, al ser un texto modificado con numerosas novedades, también puede representar riesgos al quedar temas pendientes por regular, o bien, como resultado de las disposiciones modificadas o insertadas.

Empecemos señalando, en mi opinión, algunas de las virtudes y/o avances encontrados en ellas:

1. El modelo de acceso gratuito que gozarán los partidos políticos a los medios de comunicación, elimina la negociación que había entre ellos y los concesionarios de radio y televisión, que hacían inequitativo el trato a partidos con preferencia electoral y aquellos cuya proyección frente al electorado es mínima o de nueva creación, además de que con dicha medida se pretende eliminar los excesivos gastos de campaña que se habían presentado en los últimos años, pues muchas veces la cobertura que se daba de los diversos actores políticos en nuestro país, significaba el triunfo o derrota de ellos al cargo de elección para el cual fueron postulados.
2. Prohibir la difusión de la imagen de funcionarios públicos en propaganda gubernamental, en mi opinión, significa un avance importante dentro de este campo de modificaciones en materia electoral. Lo anterior, en razón del uso que se hacía con dinero del gobierno para sufragar los gastos de propaganda que el funcionario utilizaría con fines de apoyo al candidato postulado por su partido, asimismo, se promoverá la equidad entre los diferentes contendientes al evitar que gobernantes interfieran en la opinión de los votantes pues dicho apoyo resulta ser ventajoso en muchos casos, ejemplo de ello lo tuvimos en las recientes elecciones presidenciales, donde fue un hecho notorio el apoyo del entonces Presidente de la República, Vicente Fox Quezada con el candidato en ese momento y actual representante del Poder Ejecutivo en nuestro país Felipe Calderón Hinojosa.
3. Impedir la difusión de propaganda relativa a logros del Gobierno en turno, es sin temor a equivocarnos, una medida que logrará controlar propaganda indirectamente transmitida para influir al votante respecto de un partido y su candidato.
4. Respecto al tema particular de las campañas, las modificaciones realizadas a la ley electoral federal, pueden significar un notorio avance, pues queda claro que en busca de la equidad y la disminución del costo el legislador previó, atinadamente, establecer reglas de competencia al

reducir los tiempos de campaña y contemplar por primera vez los de precampaña (incluida la regulación de la misma), además de establecer un apartado que contemple la aplicación de sanciones a las que se harían acreedores en caso de infringir las disposiciones de mérito.

5. La reforma recién aprobada otorga al Instituto Federal Electoral al ser considerada la única autoridad con facultades en materia de medios de comunicación, instrumentos de sanción que pueden ser utilizados en caso de ser transgredidas las normas constitucionales y legales, otorgando mayores y mejores condiciones para que las disposiciones insertas en ambos ordenamientos sean cumplidas en su cabalidad.
6. Elevar a rango constitucional la negativa de permitir la intervención de terceros a través de la contratación de promocionales utilizados como apoyo a los partidos y sus candidatos, ejemplo de ello, fue la ingerencia que tuvo el Consejo Coordinador Empresarial en la elección presidencial de 2006, principalmente por la compra de espacios en radio y televisión donde el apoyo al candidato postulado por el Partido Acción Nacional era evidente.

Sobre esta base conviene ahora apuntar los defectos que traen consigo las regulaciones precisadas a lo largo de este capítulo entre los que encontramos:

1. La apertura del acceso gratuito a los partidos en los medios de comunicación, puede generar si bien reducción en el costo de las campañas, condiciones de inequidad por la distribución que se hace en función de los resultados que arroje la elección a diputados federales y locales inmediata anterior, pues las organizaciones políticas consolidadas gozarán siempre de mejores oportunidades respecto de aquellos que medianamente logran el porcentaje para mantener su registro.
2. Al limitarse dicha prerrogativa, se corre el riesgo que sean los titulares de los noticiarios, periodistas, analistas políticos, mesas redondas,

entrevistas, entre otros, los principales espacios de influencia en el electorado, pues su punto de vista, sin duda, generará comentarios entre la ciudadanía los cuales muchos de ellos serán adoptados por la misma, dada la influencia que logran tener personajes como estos en la televisión mexicana.

3. Por la distribución de los mensajes y debido a la cobertura plenamente cuidada que tienen por parte del Instituto Federal las campañas, a mi parecer, se volvieron rígidas y tediosas dada la difusión que en televisión y radio se llevó a cabo.
4. De igual manera se corre el riesgo de que al emplear propaganda en la cual se cuiden todas y cada una de las expresiones en ella, por las autoridades electorales encargadas de la materia, los ciudadanos quedemos medianamente informados de las intenciones que los diferentes actores políticos tiene si llegaran al poder, pues dicha propaganda contendrá en su mayoría promesas difíciles de cumplir, en atención a que su contenido carecerá de objetividad y veracidad en la información proporcionada. Con todo ello, no pretendo decir que estoy a favor de mensajes de corte amarillista sino de soluciones que induzcan el respeto y el comportamiento de los partidos y sus candidatos en toda contienda.
5. La prohibición plasmada en la Constitución Federal y la respectiva Ley Electoral, tocante a la difusión de mensajes por parte de los partidos en los medios de comunicación, solo contempló a la radio y televisión, dejando fuera otros mecanismos de transmisión como son los impresos e incluso Internet (excluida su regulación en la reforma referida) frecuentemente usados, en la actualidad y cuyo acceso se incrementa día con día en nuestro país.

En conclusión la presente modificación introdujo aspectos muy importantes en la redefinición del nuevo modelo de comunicación política sintetizados en tres aspectos.

- a) Desarrollo de nuevas atribuciones al Instituto Federal Electoral, principalmente entre los partidos y la comunicación.
- b) Implementación de novedosas disposiciones relativas a las autoridades electorales (federales y locales), partidos políticos y concesionarios respecto su difusión en los diversos medios de comunicación, con el único objetivo de transmitir sus propuestas, a través de la garantía que la propia Constitución les otorga.
- c) Creación de un capítulo que contempla las sanciones y responsabilidades a las que están sujetos, en caso de incumplir la normatividad prevista respecto al tema materia del presente análisis.

### **3.5 EL NUEVO MODELO DE REFORMA ELECTORAL 2007-2008. CASOS QUE HAN GENERADO CONTROVERSIA EN LA ACTUALIDAD.**

La actual regulación en materia electoral ha generado, diversos comentarios, sin embargo, se ha puesto a prueba la efectividad del nuevo modelo de reforma implementado en nuestro sistema democrático, debido a los recientes comicios celebrados en julio pasado.

Mucho se ha hablado del manejo que ahora tendrán los medios de comunicación en razón a la prohibición insertada en el texto constitucional de interferir en los asuntos políticos del país, en específico, su intervención en campañas de difusión que daban prioridad a los candidatos más fuertes y a los que el costo utilizado en sus campañas significaba gran parte de su victoria o derrota en toda contienda. No obstante, no debemos de dejar de tomar en cuenta el papel que ahora maneja el Instituto Federal Electoral al ser autoridad única facultada en la materia, para la distribución de tiempos en los medios de comunicación que se usarán como mecanismos promotores de sus propuestas.

Numerosas quejas y/o denuncias han sido presentadas ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral (órgano facultado para resolver cuestiones relativas al indebido uso de medios) por considerar que los actos motivos de éstas han sido violatorias o constituyen infracciones a las normas reformadas, en particular, al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE). Las controversias van desde temas relativos al uso indebido por parte de los partidos y sus candidatos de utilizar logros del gobierno federal como propaganda electoral, en específico, aquellos postulados por el Partido Acción Nacional, violaciones al artículo 134 constitucional por la ilegal promoción de su imagen como servidor público con el propósito de postularse a algún cargo de elección popular, hasta la indebida transmisión que han realizado medios como la televisión de las pautas repartidas por el Instituto Federal para su difusión en el inicio del proceso electoral en el que se renovarían 500 diputaciones federales al Congreso de la Unión.

**a) Uso de cortinillas en la transmisión de promocionales puestos a disposición de la empresa Televimex S.A. de C.V.**

La presente controversia suscitada entre el Instituto Federal Electoral y la empresa Televimex S.A. de C.V. concesionaria de los canales 2 XEW-TV y 5 XHGC-TV, dio origen a un procedimiento especial sancionador incoado en contra de dicha empresa, por irregularidades cometidas durante la transmisión de promocionales correspondientes a la difusión de mensajes de los partidos políticos y del propio instituto, originados con motivo del periodo de preparación del reciente proceso electoral.

Dicho procedimiento sancionador, fue cuestionado por diversos partidos políticos al considerar que la violación a la ley realizada por esta concesionaria era motivo de sanción, razón por la cual llega a ser del conocimiento de los Magistrados integrantes de la Sala Superior del Tribunal Electoral, mediante recurso de apelación identificado con el expediente SUP-RAP-28/2009 y su acumulado, en donde se revocó la resolución del Consejo que determinaba, sobreseer el mencionado procedimiento. Posteriormente, en cumplimiento a la

resolución emitida por el aludido órgano jurisdiccional el órgano administrativo electoral declaró infundado el procedimiento seguido en su contra, por lo cual, inconforme con tal determinación el Partido del Trabajo interpone recurso de apelación radicado bajo el expediente **SUP-RAP-59/2009** y resuelto mediante sesión celebrada el pasado 22 de abril del presente año, es en esta sesión donde los Magistrados del Alto tribunal externaron diversas consideraciones al respecto y particularmente del tema que nos ocupa en el presente apartado.

Las consideraciones realizadas en el presente asunto y tema de debate en la sesión donde se resolvió el mismo, partieron de la base del proyecto puesto a consideración del Magistrado Pedro Esteban Penagos López, en el cual se propuso resolver aun cuando el partido actor presentó escrito de desistimiento pues se consideró que el asunto en cuestión involucraba intereses de orden colectivo que no eran exclusivos del Partido del Trabajo sino de interés de todos aquellos que participaban en el proceso electoral, lo cual generó que en el proyecto se planteara la improcedencia del desistimiento presentado por el recurrente.

Por otro lado, los Magistrados del Pleno de la Sala Superior manifestaron sus puntos de vista alrededor del estudio de fondo que se realizó del proyecto de resolución de mérito, señalando que los hechos denunciados tenían que ver con la indebida transmisión en bloque que realizó la concesionaria de los promocionales que el Instituto Federal Electoral como órgano facultado constitucionalmente para ello puso a su disposición, así como la introducción de una cortinilla que en su texto señalaba lo siguiente: **“Los siguientes promocionales son ordenados por el IFE en cumplimiento a la Ley Electoral y se transmitirán hasta el 5 de julio”**<sup>50</sup>.

Respecto del primer punto de debate la mayoría de los Magistrados consideró que no asistía la razón al Partido del Trabajo al considerar que la transmisión en bloque de los promocionales no había trasgredido la regulación de los mismos, es decir, las pautas sólo comprenden la separación de horas y no así

---

<sup>50</sup> Sentencia dictada en el recurso de apelación, *SUP-RAP-59/2009*, p. 108

la previsión de minutos o segundos dentro de la hora en que deban de llevarse a cabo las transmisiones, dicho argumento fue apoyado por la mayoría.

Ahora bien, por cuanto hace al tema de la inserción de la cortinilla y que fue de mayor discusión dentro de las intervenciones realizadas en la resolución de dicho medio de impugnación, los puntos de vista, por lo general, concordaron al considerar que se actualizaba la infracción señalada en el artículo 350 inciso d) del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) al considerar que “la manipulación o superposición de la propaganda electoral o los programas de los partidos políticos con el fin de alterar o distorsionar su sentido original o denigrar a las instituciones, a los propios partidos, o para calumniar a los candidatos” constituyen violaciones al código referido, porque sugiere a la audiencia que la televisora había transmitido los aludidos promocionales en cumplimiento a una orden emanada por el órgano administrativo electoral, denigrando con ello a esta institución. En base a esto, se considera en plenitud de jurisdicción, revocar la resolución del Consejo General y, en consecuencia amonestar públicamente a Televimex S.A. de C.V.

De las consideraciones reseñadas con anterioridad y que fueron parte de la resolución de este recurso de apelación, el Magistrado Flavio Galván Rivera opinó no estar de acuerdo con ellas, al señalar que en ningún parte de la demanda interpuesta por el Partido del Trabajo se desprendía que causaba agravio la aparición de las cortinillas antes de la transmisión de los promocionales que pone a disposición la televisora del Instituto Federal Electoral, además, de enfatizar que por la realización de esta conducta no podía sancionarse a la concesionaria, por no haber en la ley ningún supuesto que contemplara esta infracción, es decir, no existió desacato en ningún ordenamiento electoral basado en la inserción de cortinillas que advertían la aparición de los mensajes que las concesionaria realizaría en tiempos correspondientes al Estado de la promoción de los partidos políticos y del propio instituto en proceso electoral.

A juicio del Magistrado Galván, no hay tipificación de esta conducta inclusive en lo dispuesto por el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados



Unidos Mexicanos, es por ello que consideró no se debía de imponer al Instituto Federal la sanción consistente en amonestación y mucho menos resolver en plenitud de jurisdicción, agregando que al no poderse comprobar la manipulación que pudiera generar la aparición de estas cortinillas en el televidente, difícilmente se podía estar bajo el supuesto contemplado en el referido artículo 350. Finalmente, consideró no estar de acuerdo en que el tiempo por el que se transmitió el referido mensaje era parte del destinado al Estado para este fin, sino más bien, que éste era parte del espacio con el que contaba la televisora en ejercicio de su derecho de la información, por estas razones es que el Magistrado no compartió la opinión de los demás integrantes de la Sala Superior.

Asimismo, no omito señalar en este análisis, las consideraciones expuestas por el Magistrado Manuel González Oropeza al no estar de acuerdo con el pronunciamiento de la Sala Superior de resolver en plenitud de jurisdicción respecto a la denuncia que dio origen al recurso referido, debido a que a pesar de reconocer la infracción cometida por la televisora, con base a lo dispuesto por el artículo 118, inciso IV del Código Federal es el Consejo General quien tiene facultades en radio y televisión como órgano del Instituto Federal Electoral considerada autoridad única en la materia.

En su intervención, el Magistrado González Oropeza, señaló estar de acuerdo con la infracción cometida por la televisora al mal informar de lo supuestamente ordenado por el órgano administrativo electoral, pues considera que no tenía facultades para introducir una entrada a los promocionales que en cumplimiento a lo ordenado por la norma suprema se estaban transmitiendo, independientemente que, como lo señaló el Magistrado Galván en su exposición, dicho tiempo perteneciera a él y éste podría hacer uso del mismo en ejercicio a su derecho de la información.

En el controversial asunto, diversas posturas encaminadas al sentido de la resolución fueron expuestas por los integrantes del máximo órgano jurisdiccional en materia electoral entre los cuales destacan:

a) El estudio del tema relativo a las cortinillas, si bien como lo señaló el Magistrado Galván en su intervención no aparece en la demanda del Partido del Trabajo, éste se da debido al principio de agravio que se encuentra basado primordialmente en la existencia de su causa de pedir, además de señalarse que la Sala Superior resolvió en plenitud de jurisdicción en virtud de que ya era la segunda vez que conocía del asunto, además de basar esta decisión en la naturaleza del procedimiento especial sancionador el cual supone una resolución pronta y expedita.

b) El debate relativo al texto inserto en la cortinilla, al considerarse por los integrantes de este órgano colegiado que el contenido del mismo fue objeto de manipulación del televidente en detrimento del Instituto Federal Electoral, pues de su contenido se podía observar que los promocionales a transmitirse se hacían en cumplimiento a lo ordenado por la referida autoridad electoral y no en cumplimiento a una orden expresa en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos a través del órgano facultado para ello como lo es el referido instituto.

Es decir, lo ordenado y como texto inserto en la cortinilla no era meramente una atribución arbitraria de la autoridad administrativa electoral, sino más bien provenía de un poder supremo a él, como es nuestra Carta Magna, además de señalar que aun y cuando el tiempo de transmisión en la que aparece la cortinilla correspondiera a la televisora en ejercicio de su derecho de la información, incurrió en responsabilidad y por lo tanto es sujeto de sanción, pues la ley es muy clara al establecer que no se puede transmitir nada en materia electoral fuera del tiempo establecido para ello.

Para finalizar, se hace notar que la sanción correspondiente a la conducta realizada por la televisora consistió en una amonestación pública, debido a que como se señaló en la sesión pública el pasado 22 de abril, la gravedad de la falta es calificada como menor, además de que el promocional motivo de esta controversia sólo fue transmitido por la televisora en los canales 2 XEW-TV y 5 XHGC-TV, respectivamente, por un lapso de dos días, lo que ameritó la imposición de la infracción antes reseñada.

**b) Propaganda política con referencia a programas sociales y de desarrollo del gobierno federal.**

Diversos medios de impugnación han sido presentados ante la Sala Superior con la nuevas reformas al Código Electoral Federal, la tarea ha sido ardua debido a que podemos hablar de un modelo de comunicación no regulado anteriormente, uno de los temas en el actual proceso electoral 2009 que ha generado un sin fin de denuncias es sin temor a equivocarnos aquel en donde los partidos políticos en busca de su posicionamiento frente al electorado en las recientes campañas electorales de 2009, hacen propaganda política con referencia a programas sociales del gobierno federal, en particular diversas quejas incoadas en contra del Partido Acción Nacional por difundir su propaganda a través de logros del gobierno federal, como lo es el programa “Oportunidades.”

Un asunto que generó discusión y controversia por lo divididas que se encontraban las opiniones al respecto entre los diversos Magistrados que integran la Sala Superior es el recurso de apelación que dio origen al expediente identificado con la clave **SUP-RAP-103/2009**, el cual se integró con motivo de la queja presentada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en contra del Partido Acción Nacional (PAN) por utilizar en su propaganda programas sociales del gobierno federal, así como la inserción de símbolos religiosos en dicha propaganda.

La queja consistió, como lo señala el proyecto de resolución en la difusión a través de la página web del partido blanquiazul, de un tríptico cuyo contenido identifica claramente al aludido instituto político y al Presidente de la República Felipe Calderón Hinojosa; en él se señalan programas de desarrollo social implementados, políticas de desarrollo que se pretenden continuar y termina haciendo énfasis de que si no se apoya al partido y al gobierno se pierden los beneficios a que se hace referencia, asimismo, la conducta denunciada aducía principalmente la utilización de la frase “**si pierde el gobierno perdemos los**

**mexicanos**”, al considerar el Partido Revolucionario Institucional la presunta coacción y presión ejercida a los ciudadanos.

La discusión realizada en la sesión celebrada el pasado veintidós de mayo manejó dos aspectos en los cuales valía la pena hacer énfasis respecto dicha propaganda electoral, de tal suerte los temas bajo análisis fueron:

a) Uso de la expresión “si pierde el gobierno perdemos los mexicanos” y,

b) Uso de símbolos religiosos en la aludida propaganda electoral.

Respecto al primero de los puntos reseñados, se consideró que la fotografía inserta en el tríptico bajo cuestión no era suficiente para acreditar la conducta ilícita que infringiera la prohibición de utilizar símbolos religiosos en propaganda, ya que la imagen donde aparecía a lo lejos una cruz colgada del techo de una casa, era parte del paisaje natural de ésta, además de señalar que el símbolo que representa la religión cristiano-católica era casi imperceptible a la vista, no habiendo así una evidente intención del partido demandado respecto a la manifestación de la conducta de referencia, es decir, se consideró no estar en presencia de un símbolo religioso con afán político. En desacuerdo al proyecto de resolución, el Magistrado Flavio Galván Rivera, señaló que la mencionada conducta sí tipificaba la prohibición que el artículo 38 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales apunta, pues consideró no hay limitación a las manifestaciones religiosas que se hagan al respecto, con independencia de las dimensiones que la imagen pudiera tener, basando su argumento además en el principio histórico a que hace referencia el artículo 130 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que señala la separación de la iglesia con el Estado y viceversa.

Por lo que hace al estudio y análisis de la frase inserta en dicha propaganda al referir “**si pierde el gobierno perdemos los mexicanos**” la discusión generó el rechazo de cuatro de los Magistrados integrantes de la Sala por lo que se ordenó el engrose respectivo de la misma, debido a que en el proyecto

primigenio se ordenaba confirmar la resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral que declaraba infundado el procedimiento instaurado en contra de la multicitada propaganda.

Sobre el particular, cabe destacar que se consideró que la propaganda en cuestión manipulaba los programas sociales y del gobierno al utilizar la frase de mérito, ya que se generó la idea de que sí perdía el Partido Acción Nacional (PAN) los mismos no seguirían desarrollándose, además, se manifestó que la frase es contraria a la ley porque pareciera que no es el partido el que está conteniendo sino el gobierno mismo, al considerarse que los programas están separados de los institutos políticos pues éstos no lo hacen los partidos sino los legisladores como representantes populares no así como militantes.

Por otro lado, la propaganda en cuestión y en particular la frase a que hace alusión se consideró contraria a derecho porque se induce el voto del ciudadano, es decir no se da libertad a que el elector pueda decidir cual es la opción que más le convence, pues se advierte que la difusión de este tríptico podría llegar a impactar más a aquellas personas que se vieran beneficiadas con dichos programas generando así restringir la libertad de elección con la que cuentan. En este sentido, el proyecto de resolución consideró a la propaganda como inducción ilícita, porque usa temas de desarrollo social advirtiendo que si no se vota por el partido perderemos lo que se está dando o lo que existe actualmente, señalando que dicha conducta se encontraba conforme a lo dispuesto por el artículo 38 párrafo 1 inciso a) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

En conclusión, con la propaganda denunciada se busca impactar a la sociedad con la finalidad de señalar que la mera alusión a los programas sociales no violenta la normatividad como lo establece la jurisprudencia aprobada por esta Sala que al rubro señala “PROPAGANDA POLÍTICA ELECTORAL. LA INCLUSIÓN DE PROGRAMAS DE GOBIERNO EN LOS MENSAJES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, NO TRANSGREDE LA NORMATIVA ELECTORAL”, pero la conformación de un documento como éste donde se mezcla al gobierno, al titular del ejecutivo e invitando a votar por el partido político sí

genera confusión y por lo tanto inducción y restricción a la libertad de votar, puntualizando además que el mensaje denunciado hace ver al partido y al gobierno como una misma cosa. Y concluyendo que esta propaganda se empezó a difundir en períodos de inter-campañas considerando éste el tiempo que transcurre desde el término de las precampañas y el inicio de las campañas y que aún se mantiene vigente.

Bajo los razonamientos reseñados, la resolución del recurso de apelación de merito, determinó modificar la resolución del Consejo General del IFE y ordenar al Secretario Ejecutivo del mismo, realizar un nuevo proyecto que pondrá a disposición del Presidente del mencionado Consejo, el cual individualizaría la sanción a la que se haría acreedor el Partido Acción Nacional por ser responsable de la difusión de la referida propaganda al atentar contra la libre determinación de los ciudadanos de emitir su voto a favor de la opción política que más le asista, condicionando los beneficios de los programas sociales a cambio de su sufragio.

Resulta necesario señalar que contrario a lo resuelto por la Sala Superior, los Magistrados Constancio Carrasco Daza, José Alejandro Luna Ramos y Salvador Olimpo Nava Gomar, expusieron que la frase “si pierde el gobierno perdemos los mexicanos” no generaba coacción ni presión a los electores, al sostener que el contenido de ésta no se encontraba relacionada con cuestiones electorales sino encuadraba en la categoría de propaganda política considerando ésta como una actividad a la que tiene derecho los partido político como en entidades de interés público, además de que no puede advertirse que la frase de referencia en el contexto en que aparece pueda resultar desfavorable al no conocer la consecuencia desfavorable que ésta podría traer, ni mucho menos a que grupo o sector de la población va dirigido y se podría ver afectado.

Además de señalar que en forma reiterada que la Sala Superior ha establecido que los institutos políticos tienen la posibilidad de promocionar las acciones de gobierno en la propaganda partidista pues a su consideración esto contribuye al debate público con la única finalidad de lograr un mayor número de adeptos

y por lo tanto de votos, ahora bien, en el supuesto de que la propaganda mencionada si pudiera ser considerada electoral, se estaría frente a libertad que tienen éstos de dar a conocer las virtudes del Gobierno en turno postulado por su partido

La inducción, según se advierte de las opiniones emitidas por los aludidos Magistrados, no puede estimarse como tal, o algo por lo que puedan ser sancionados los partidos políticos, ya que ellos tienen el deber de coadyuvar a la autoridad electoral al inducir a los ciudadanos a emitir su sufragio. Por otro lado, hicieron énfasis al establecer que la tipificación de la inducción no se encuentra prescrita en la normatividad electoral, por lo que se concluye que al no encontrarse regulada no puede ser considerada dicha conducta como trasgresora de la misma, en conclusión, no puede configurarse la hipótesis prevista en la citada resolución al no encontrar pena a la inducción y no encontrar sanción por inducir, es decir, para que haya una sanción ésta debe estar prevista en ley.

**c) Omisión de transmitir spots de propaganda en perjuicio de un partido político.**

Como lo advertimos desde un principio diversas irregularidades se verían reflejadas en el reciente proceso electoral, la actual reforma no sólo ha logrado generar múltiples comentarios respecto a su regulación sino dificultades al ejercer la prerrogativa de acceso a radio y televisión con la actual reglamentación.

La presente controversia se refiere a principalmente a la omisión en la transmisión de pautas y reposición de éstas en perjuicio de un partido político, así como la intervención de un órgano administrativo local de resolver un asunto en el cual carecía de competencia por ser el Instituto Federal Electoral el único órgano facultado para la administración de tiempos en radio y televisión. La aludida controversia llegó a ser del conocimiento de la Sala Superior del Tribunal Electoral pues la alianza denominada **“PRI Sonora-Nueva Alianza-Partido Verde Ecologista de México”** promovió juicio de

revisión constitucional electoral, a fin de impugnar el acuerdo 130 dictado por el Consejo Estatal Electoral en la referida entidad y la omisión en el ajuste a los pautados emitidos por el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral.

La referida alianza interpuso denuncia contra quien resultará responsable por la comisión de actos consistentes en discrepancias en la transmisión de pautas autorizadas por dicho Comité y las transmitidas por concesionarios y permisionarios de radio y televisión en el estado, básicamente por la omisión de transmitir un número importante de promocionales que la citada Alianza, consideraba impactaba de forma negativa su presencia en los medios de comunicación y, por lo tanto, un trato inequitativo en la competencia electoral celebrada en el actual proceso electoral 2009 en Sonora.

En el caso tenemos que se dejaron de transmitir alrededor de “18,816 spots ya que son 88 radiodifusoras y 24 televisoras en el Estado con cobertura; pero además le agregamos el hecho de que a cada uno de los cinco partidos se les otorgó 34 pautas de más lo que implica que entre los cinco partidos restantes transmitirán en forma ilegal e indebida 18,816 spots con los cual afecta doblemente a la aludida alianza”<sup>51</sup>, además de que a pesar de haberse probado la existencia de dicho error en el acuerdo impugnado el Consejo local no ordenó resarcir el daño causado, por lo que en vista de la relevancia del asunto, en razón de que dicha conducta se relaciona con la materia de radio y televisión en la elección local que se lleva actualmente en el Estado de Sonora, los Magistrados del máximo órgano jurisdiccional conocieron del mismo.

El tema de debate giro alrededor de los límites de competencia de la autoridad administrativa electoral local como los de la autoridad federal. Diversos puntos de vista fueron externados por los Magistrados integrantes del referido órgano jurisdiccional, sin embargo, todos llegaban a la conclusión que con la emisión del acuerdo 130 emitido por el Consejo General del Instituto local se había invadido la esfera de competencia que por mandato constitucional le

---

<sup>51</sup> Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral y recurso de apelación *SUP-JRC-29/2009* y *SUP-RAP-135/2009 acumulados*, p. 50



corresponde al Instituto Federal Electoral por ser autoridad única en la materia según lo dispuesto en el artículo 41 base tercera apartado A de nuestra norma suprema, pues a su juicio la autoridad administrativa local solo debió de coadyuvar en la investigación de la denuncia presentada y no pronunciarse respecto a su procedencia, es por ello que se propuso resolver en cuanto a este apartado revocar el acuerdo aludido.

Por otro lado, se señala que a pesar de existir un reconocimiento de la autoridad electoral en el error realizado en la notificación a emisoras de radio y televisión en el estado de las pautas emitidas por el Comité de Radio y Televisión, no se ordenó la reposición de dichos tiempos que a su consideración vulneraban los principios de legalidad y equidad en la contienda electoral y sólo se limitó a decretar la notificación de las pautas originalmente aprobadas, es por ello, que la resolución del presente asunto tuvo como finalidad resarcir los daños que pudo haber significado la pérdida que tuvo dicho instituto político en radio y televisión por dejar de transmitir sus mensajes de campaña del 3 de abril al 15 de mayo del año en curso.

No pasa por alto señalar el disenso que presentó el Magistrado Galván Rivera en el proyecto, debido a la propuesta de escisión de la resolución de mérito, al considerar el Magistrado Luna Ramos ponente en el juicio de revisión que en cuanto a la omisión atribuida al Comité de Radio y Televisión se debería escindir a recurso de apelación que finalmente fue acumulado al presente asunto por ser un acto atribuido a una órgano del Instituto Federal Electoral, el Magistrado disidente opinó que no era necesaria la escisión por tener una unidad de conductas derivadas del error en que se incurrió y que trajo consigo un perjuicio al partido actor al disminuir el número de promocionales a los que tenía derecho y, por lo tanto, la aparición de la alianza “PRI Sonora-Nueva Alianza-Verde Ecologista de México”, en mensajes televisivos y radiofónicos que pudieron generar promoción al partido en busca de la preferencia electoral. Además de no estar de acuerdo por haberse llevado a cabo, a su juicio, una violación procesal derivada de la premura con la que se ordenó la escisión y se resolvió éste.

Finalmente, se determinó ordenar al Consejo General del Instituto Federal Electoral tomar las medidas necesarias para subsanar la omisión atribuida a su Comité, porque si bien notifica las pautas aprobadas, no adopta un acuerdo que restituya los promocionales que se dejaron de transmitir en perjuicio de la alianza actora, asimismo se le ordenó determinar el número exacto de promocionales que se dejaron de transmitir y resolver el agravio derivado de la asignación de promocionales que tuvieron de más los otros partidos políticos. Respecto al tema de responsabilidades se dijo que como resultado de un error de la propia autoridad administrativa electoral se dejaba abierta la posibilidad de que fueran ellos los que dieran lugar al procedimiento de responsabilidad que consideraran, sí es que lo hubiera.

**d) Violación al artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos por promoción personalizada como servidor público.**

El artículo 134 constitucional es considerado uno de los preceptos legales en donde se encuentran regulados los principios de equidad e imparcialidad que operan en toda contienda electoral, dicha previsión constitucional señala la obligación que tienen los servidores públicos de utilizar los recursos fuera de intereses personales y políticos, es decir, se prohíbe utilizar propaganda institucional como medio de difusión para promocionar su imagen, obteniendo ventaja frente a sus contendientes, sí éste se postulara para algún cargo de elección popular, atentando con el principio de imparcialidad que debe prevalecer en toda competencia electoral.

Con dicho precepto se pretende no sólo ocupar los recursos públicos con imparcialidad sino también restringir la propaganda a fines estrictamente institucionales, la reciente reforma electoral buscó a través de este precepto constitucional terminar con la indebida intervención que autoridades y órganos del gobierno tenían frente a determinado partido y su candidato así como acabar con la promoción que podía hacer cualquier servidor público de manera provechosa por el cargo que este desempeña a su favor o de algún tercero,

con la única finalidad de que estas conductas pudieran generar afectación a los principios de imparcialidad y equidad en toda competencia electoral.

Diversas denuncias relativas a la violación del aludido precepto constitucional en el reciente proceso electoral 2009 se han presentado, sin embargo, en este apartado sólo haremos mención a una controversia que llegó a ser conocimiento de la Sala Superior mediante recurso de apelación el cual fue radicado bajo la clave de expediente **SUP-RAP-34/2009**, en donde se discutió un acuerdo de incompetencia emitido el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, para conocer de la denuncia presentada por el Partido Revolucionario Institucional en contra de “Adán Augusto López Hernández , diputado plurinominal, por la supuesta realización de actos que a juicio del denunciante, podrían constituir actos anticipados de precampaña y, por otro lado, ser considerados actos de promoción personal, en vulneración al penúltimo párrafo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.”<sup>52</sup>

El análisis del asunto de referencia trató básicamente el tema relativo a la competencia que tiene el Instituto Federal Electoral para conocer de denuncias realizadas por servidores públicos en el ámbito federal o local, como resultado de la violación al citado precepto constitucional, todo ello debido a que el recurrente en la presente denuncia hizo referencia a cargos de elección tanto de orden local como federal.

En la resolución de mérito, los Magistrados integrantes de la Sala Superior señalaron, entre otras cuestiones, que el multicitado artículo 134 prohíbe toda aquella propaganda que no se hiciera con fines informativos, educativos o de orientación social y que era posible determinar que esta disposición no contemplaba ámbito de competencia para que se conociera este tipo de denuncias, no obstante, será el Instituto Federal Electoral la autoridad que conozca de estas conductas siempre y cuando repercutan en el ámbito federal, lo anterior en razón de que como la propia norma suprema faculta a los

---

<sup>52</sup> Sentencia dictada en el recurso de apelación *SUP-RAP-34/2009*, p. 2

Estados para adecuar su legislación con el único propósito de que sus ordenamientos tengan aplicación directa y efectiva en cada una de sus esferas de competencia, esto es, en nuestro sistema democrático se da la existencia de dos ámbitos de competencia que son: el federal que conocerá de todos aquellos actos concernientes a elecciones federales y local que se encargará de las conductas que se presenten en elecciones estatales incluyendo la del Distrito Federal.

En el proyecto de referencia el Partido Revolucionario Institucional denuncia conductas realizadas por Adán Augusto López Hernández como diputado plurinominal al estar haciendo promoción de su imagen, pues a juicio del partido recurrente dicho servidor público pretende participar en la elección de Presidente Municipal en Centro, Tabasco y, como diputado federal en el 4 distrito electoral en la mencionada entidad federativa, por tal razón, y al no poderse conocer plenamente a cual de los cargos de elección popular el denunciado iba a participar los Magistrados de este órgano jurisdiccional determinaron revocar el acuerdo de incompetencia emitido por el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo del Instituto Federal el encargado de conocer de la referida denuncia en virtud de hacer referencia a dos tipos de elección.

El referido Consejo con fecha veinte de marzo emitió el respectivo pronunciamiento en el cual determinó declarar infundado el procedimiento especial sancionador promovido por el citado instituto político en contra de dicho funcionario en el sentido de que la denuncia referida reunía las características de ser frívola, intrascendente, superficial, trivial, ligera y legaloide, además de señalar que el quejoso no aportó pruebas suficientes que configuraran los supuestos actos anticipados de precampaña del denunciante referido.

**e) Violación al artículo 41, base III, apartado A, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos por propaganda difundida en medios de comunicación social.**

Una de las más importantes modificaciones realizadas a la legislación electoral con motivo de la reforma de 2007, sin duda ha sido la prohibición de contratar espacios por sí o por terceras personas en radio y televisión con fines propagandísticos, en razón de que se trató de eliminar la importancia que en procesos electorales pasados se le había dado al excesivo derroche de dinero utilizado en campañas, así como la ingerencia que tenían los dueños y concesionarios de cadenas televisivas y radiofónicas, con la finalidad de garantizar la equidad en todos los comicios que se celebraran en nuestro país.

Uno de los ejemplos mas claros que se presentaron en los recientes comicios de 2009 fue sin lugar a dudas la propaganda utilizada por el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) a jefe delegacional por Miguel Hidalgo, Demetrio Sodi de la Tijera, respecto de diversas expresiones vertidas en una entrevista televisiva llevada a cabo durante la final del futbol mexicano realizada por los comentaristas de Televisa deportes lo cual a juicio de algunos inconformes como la propia candidata del Partido de la Revolución Democrática, Ana Gabriela Guevara Espinoza y el partido político nacional Convergencia había constituido propaganda electoral violatoria al artículo 41, base III, apartado A, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

El proyecto de resolución fue del conocimiento de los integrantes de la Sala Superior del Tribunal Electoral pese a que se trataba de un asunto local, pues el acto impugnado lo constituía una resolución emitida por el Instituto Federal Electoral, al resolver un procedimiento especial sancionador que tuvo su origen en la denuncia presentada por los referidos inconformes en contra del candidato del PAN por la conducta antes señalada, el tema fue de suma trascendencia entre los integrantes del aludido órgano jurisdiccional debido a que es la primera vez que ese alto tribunal analizaba la regulación jurídica de una entrevista realizada a un candidato en ejercicio de su derecho a la libertad

de expresión, considerada ésta prerrogativa uno de los pilares de cualquier estado democrático, ahora con las nuevas reglas al proceso electoral.

La controversia principalmente versaba en determinar si dicha conducta constituía propaganda electoral y si ésta se encontraba dentro de los supuestos señalados dentro del artículo 41 constitucional, la discusión llevada a cabo al resolver los recursos de apelación **SUP-RAP-234/2009 y acumulados**, llegó a la conclusión de que si bien el contenido de la referida entrevista era considerada propaganda electoral dicha difusión no encuadraba dentro de los supuestos del precepto controvertido, lo anterior, en virtud de que no quedaba demostrado que el tiempo utilizado fue contratado o adquirido por el candidato del aludido instituto político, ni por tercera persona, es decir, no se probó la conducta que la disposición constitucional prohíbe.

Los argumentos hechos valer por los Magistrados integrantes del máximo órgano jurisdiccional en materia electoral versaron; principalmente, al carácter que debía tener el supuesto prohibitivo en la ley, pues señalaron que el constituyente fue claro al establecer el término contratar y el artículo 49 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales amplió la hipótesis normativa al no sólo hablar del mencionado término, sino además agregar la figura de la adquisición entendiéndose básicamente a aquel de carácter oneroso.

Por otro lado, se hizo hincapié en que no toda propaganda electoral está prohibida en la ley, la restricción señalada en la misma, se refiere expresamente a aquella que haya sido adquirida o contratada por sí o por terceros con la finalidad de promocionar la imagen del candidato, además de considerar que si bien la entrevista fue agendada no fue contratada por lo cual la conducta controvertida no podía considerarse violatoria del principio de equidad porque no hay violación a una norma pues ésta se da bajo el contexto de libertad de expresión o bien de información, no obstante, cabe señalar que respecto este argumento el Magistrado Flavio Galván Rivera, no estuvo de acuerdo.

Bajo los argumentos, reseñados la Sala Superior consideró confirmar la resolución emitida por el Consejo General del Instituto Federal Electoral que a su vez declaró infundado el procedimiento especial sancionador incoado en contra de Demetrio Sodi de la Tijera, el Partido Acción Nacional y la empresa Televimex, por conductas presuntamente violatorias de la normatividad electoral en materia de propaganda en medios de comunicación social.

## CONCLUSIONES

- El sistema democrático en México, durante muchas décadas hizo evidente la necesidad de regular la actividad política con la participación de medios de comunicación masiva –prensa, radio y televisión- ya que durante muchos años han ocupado una gran importancia, principalmente en los procesos electorales, debido a que su intervención en los asuntos políticos del país son considerados manipuladores de la opinión que los electores podían tener de los partidos y sus candidatos, situación que con el paso del tiempo trastocó la transparencia y equidad que debe tener todo proceso electoral.
- Existen ejemplos claros que son una muestra de la importancia que tienen los medios de comunicación masiva en los procesos electorales de algunas entidades federativas, entre ellas, Colima, Estado de México, Michoacán, Nayarit, Tabasco, así como la elección presidencial realizada en 2006, lo cual ha sido motivo de una enorme controversia hasta la fecha, debido al uso excesivo de recursos económicos utilizados, principalmente en época de campañas y el abuso que se presentó por parte de algunos partidos políticos al utilizar estos espacios para realizar proselitismo, llegando incluso a la difamación, expresiones denigrantes e imágenes que distorsionaban la finalidad del proceso electoral.
- El proceso electoral celebrado en 2006 hizo evidente la necesidad de regular aspectos que quizá años atrás no fueron tomados en cuenta pero que el avance de la tecnología hicieron que estos comicios se desarrollaran en un ambiente de irregularidades caracterizadas por: uso excesivo en gastos en campaña, intervención de organismos empresariales, acceso en espacios televisivos con tintes difamatorias, contratación de spots publicitarios negativos, injerencia del titular del Poder Ejecutivo, entre otras, que terminaron con la entrega de la constancia respectiva al actual Presidente de la República.



- Estamos enfrentando un mundo donde los mensajes en medios, debates, escándalos y otros eventos pueden afectar el resultado de la elección, por todo ello el legislador a través de las modificaciones realizadas a la normatividad electoral planteó la posibilidad de dejar a un lado el indebido uso que se estaba haciendo en radio y televisión; sin embargo, y como lo apuntamos a lo largo de esta tesis, el proceso electoral recientemente celebrado en nuestro país fue la oportunidad idónea para saber qué resultados traería aparejados la reforma de referencia.
- Como se pudo observar, la regulación actual es considerada la más importante y profunda que se ha hecho en materia electoral en la última década, no obstante, dicha modificación ha traído consigo aciertos y desaciertos. Una de ellas fue la poca información que se proporcionó de los diversos candidatos contendientes en el proceso electoral a través de los espacios destinados para su difusión. Los partidos se preocuparon más por difundir qué los hacía diferentes de un partido y otro, al transmitir sus propuestas, institutos como el Partido Acción Nacional (PAN) se preocupaban más por seguir vigentes a través de difusión por la cual dieran a conocer logros del gobierno federal que por presentar su plataforma actual, quizá esta conducta hubiera hecho la diferencia en esta elección.
- La actual regulación en materia electoral ha sido resultado de las múltiples irregularidades que tras el paso de los años han puesto en evidencia el enorme peso que tiene medios como la televisión en el elector; sin embargo, podemos observar que la reforma de mérito quedó restringida, pues el legislador no llegó a contemplar mecanismos de difusión como es la Internet (particularmente transmisión de radio y televisión por ese medio) actualmente con igual peso en su difusión que la radio y la televisión, ejemplo de ello lo encontramos al observar la propaganda que llevó cabo el PAN al realizar campaña que presuntamente calumniaba y denigraba al Partido Revolucionario Institucional (PRI) en la tan famosa “sopa de letras” que para muchos y a

criterio del propio Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) fue motivo de sanción para el partido difusor, en virtud de ser evidente la infracción cometida por dicho partido pues en la aludida propaganda se invitaba a los lectores a buscar trece características del gobierno del partido tricolor introduciendo una leyenda al final de ésta que decía "Amenaza con regresar ¿los vas a dejar?" demostrando con dicha aseveración la violación a la normatividad electoral respectiva.

- Por otro lado, no pasa desapercibido el papel que hizo el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) a través de la publicación de la revista *TV y novelas* donde dos actores de moda daban su opinión respecto a la propuesta electoral que ofrecía dicho partido, incurriendo así en una infracción señalada expresamente en ley al prohibir adquirir tiempos por medio de terceros, considerando esta conducta -desde mi punto de vista- una burla a la prohibición que la ley electoral específicamente señala, al advertirse una afectación en el principio de equidad en la contienda electoral por haber otorgado espacios a favor de un organismo político dentro de las transmisiones de publicidad que forman parte de la revista; con dicha actuación podemos considerar estar enfrentando una guerra entre Instituto Federal Electoral (IFE) y el monopolio que quiere seguir conservado pese a toda modificación la industria televisiva, al tratar de evitar a toda costa y por medio de promocionales cuyo encabezado es el dar a conocer la revista, las propuestas de un instituto político que lo único que buscaba con dicha difusión era su promoción en busca de posicionarse dentro del gusto del electorado para así lograr su voto.
- Es lamentable observar que una sanción muchas veces no es suficiente para frenar este tipo de conductas, ya que en no pocas ocasiones el daño ocasionado en este caso, pone en juego la equidad e imparcialidad de los diversos intermediarios en la contienda electoral, lo cual, en la mayoría de los casos no llega a ser resarcido, pues las ridículas multas impuestas por la máxima autoridad administrativa electoral son por mucho menores, al beneficio que pueden llegar a tener los infractores de

la conducta que originó dicha sanción. Por todo lo anterior, considero ésta una de las tantas lagunas que en materia electoral y exclusivamente al tema de medios de comunicación debe ser tomada en cuenta para futuros cambios que deban de realizarse, pues las sanciones -en mi opinión- deben ser más severas, ya que muchas veces de éstas dependerá la reincidencia que se pueda generar en esta clase de conductas. Es decir, hay que cerrar la puerta de que el costo sea mucho menor al beneficio obtenido con la violación a la ley.

- No omito señalar, el compromiso que con la actual reforma adquieren los comunicadores de nuestro país, ya que de ellos depende muchas veces que un partido y su candidato sea o no fuente de información pues es común se cuelguen de escándalos de éstos o apariciones en programas diversos para difundir al candidato que se pretenda postular. Un ejemplo reciente se tiene con la difusión de los compromisos de campaña del actual Gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, quien además aparece en programas de revista que pueden llegar a beneficiar su imagen, en un futuro.
- Es importante abundar en la diferencia entre género de opinión y acto noticioso, pues de lo contrario origina un conflicto con la reforma realizada a la ley electoral, debido a que el género de opinión tutela los derechos de libertad de expresión e información, mientras que el de noticias busca veracidad y objetividad en la información. Confundir estos conceptos llevarán a definir la formación de opinión pública.
- En este sentido, se debe diferenciar la acción noticiosa de los diversos actos que se han desarrollado y que han sido transmitidos en pantalla simulando como actos de información actos de proselitismo pues éstas son cuestiones que aún quedan pendientes y que han dado pie a que la legislación en la actualidad se ve trastocada, por ello debe regularse mejor caminos a través de los cuales pudieran acceder los diversos actores políticos a los medios de comunicación.

- Se debe evitar que los diversos actores políticos pretendan valerse de un fraude electoral a través de simulación de actos realizados en el ejercicio periodístico de los medios de comunicación, es decir, impedir conductas de los medios que pueden llegar a deformar el espíritu de la reforma aludida, ejemplo de ello, la elección de Jefe Delegacional en Miguel Hidalgo, conocido como caso Sodi.
- El actual proceso electoral –elecciones intermedias 2009- fue un ejercicio de esta regulación, derivada de las modificaciones a la ley en 2007; con estos acontecimientos se pueden advertir la efectividad de estas reformas, esperando que los legisladores realicen las actualizaciones indispensables en una reforma quizá de menor impacto que pueda significar, por un lado, no la censura por completo del papel que medios de comunicación como la televisión juegan en la contienda electoral, sino la búsqueda de la mesura y la imparcialidad con que éstos se deben manejar.
- Siempre será un reto a la democracia el avance tecnológico de los medios de comunicación masiva, principalmente en lo que respecta a la televisión por el fácil acceso y la alta audiencia conocida como *raiting*, que es formadora de opinión pública, la cual se evidencia aún más en los procesos electorales, y específicamente en la preferencia que los grades consorcios de comunicación tienen tanto para un candidato en especial como para el partido político que representa.
- Una reforma integral definitiva es imposible, en virtud de que los acontecimientos políticos son en cierta medida difíciles de predecir, porque se pueden presentar aspectos no previstos en determinado tiempo y que la imaginación tanto de los medios de comunicación como de la propia sociedad pueden ser rebasados ante la realidad y en una problemática específica, no contemplada en el momento en que se realizaron las reformas.

- Es indispensable reconocer que la mercadotecnia ha tenido avances tan significativos, que abarcan la comunicación política, afectada de manera drástica por el poder económico tanto de los grandes consorcios de comunicación como de la capacidad de los propios partidos políticos y sus candidatos, que corresponden a intereses definidos que en la mayoría de los casos permanecen ocultos, hasta que en los análisis minuciosas de imágenes subliminales, se observa un manejo tendenciosos de mensajes políticos con fines meramente electorales.

## BIBLIOGRAFÍA

- **CANEL, María José**, *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*, España, Editorial Tecnos, 2º Edición, 2006.
- **CÓRDOVA VIANELLO, Lorenzo**, “*La Reforma Electoral y el Cambio Político en México*”, en *Reforma Política y Electoral en América Latina 1978-2007*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2008.
- **JAKEZ GAMALLO, Luis Carlos**, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Doctrina, legislación, comentarios, jurisprudencia, tesis relevantes y tematizado*, México, Editorial Porrúa, 2006.
- **TREJO DELARBRE, Raúl**, *Equidad, calidad y competencia electoral, en las elecciones de 1994*, México, Ediciones cal y arena, 1995.
- **TREJO DELARBRE Raúl**, *Poderes salvajes “mediocracia sin contrapesos”*, Ediciones cal y arena, México, 2005.
- **MENDOZA ELVIRA Gabriel**, “*El papel de los medios de comunicación masiva en las elecciones*”, en *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México*, Tomo LVI, Número 245, Enero-junio de 2006.
- **MONZÓN, Cándido**, *Opinión pública y comunicación política, la formación del espacio público*, Madrid, Editorial Tecnos, 1996.
- **OCHOA, Oscar**, *Comunicación política y opinión pública*, México, Ed. Mc Graw Hill, 2000.
- **PÉREZ CRUZ, Orestes Eugenio**, *Compendio de términos político-electorales*, Veracruz, Universidad de Xalapa, 2000.
- **QUIÑONES TINOCO, Carlos Sergio**, *La Equidad en la contienda electoral*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, 2002.
- **SANTIAGO CASTILLO, Javier**, *Aplicación de la Reforma Constitucional en Materia Electoral*, en *FEPADE Difunde*, México, año 6, núm. 15.
- **SARTORI Giovanni**, *Homo Videns La sociedad teledirigida*, Ediciones Taurus, México 2002.

- **SARTORI, Giovanni**, *Teoría de la Democracia, el debate contemporáneo*, Madrid, Alianza Editorial, 1988.
- **STEIN VELASCO José Luis F.**, *Democracia y Medios de Comunicación*, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, México, 2005.
- **ROTMAN, Marcos**, *Democracia sin democracia y otra invenciones*, Madrid, Ediciones Sequitur, 2007.
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, **WOLDEMBERG, José** en *Autoridades Electorales y el Derecho de los Partidos Políticos en México 2005*.
- **UGALDE RAMÍREZ, Luis Carlos**, *Hacia una reforma electoral integral: la agenda pendiente*, en FEPADE Difunde, México, 2004, núm. 5.

## BIBLIOGRAFIA ELECTRÓNICA

- Calendario Electoral 2009, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, consultado en: <http://www.trife.org.mx/todo.asp?menu=11>
- Dictamen de las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales; de Gobernación; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos que contiene Proyecto de Decreto de reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Reforma Electoral, en <http://www.garciacervantes.com/SP/recursos/dictamen%20reforma%20electoral.doc>
- Dictamen relativo al cómputo final de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, declaración de validez de la elección y de presidente electo, consultable en <http://www.trife.gob.mx/todo2.asp?menu=15>
- **ÍSITA TORNELL, Víctor**, *Ética, Medios de Comunicación y Elecciones* consultada en <http://veneno.com/2004/v-82/isit-82.html>

- **IVORRA ALEMANY José Adrián** *“Los Partidos Políticos en los Sistemas Democráticos”* consultado en <http://www.metrocamp.edu.br/pesquisa/pdf/04.pdf>
- **YAÑES MESA, Rafael**, *“La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada”* en *Ámbitos*, número 15, Año 2007, p. 355, revista consultada en [http://grupo.us.es/grehcco/ambitos\\_16/20yanes.pdf](http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/20yanes.pdf)

## OTRAS.

- Notas para una reforma electoral: una visión de conjunto.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *“SUP-JRC-487/2000 y su acumulado SUP-JRC-489/2000”*.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *“SUP-JRC-179/2005 y SUP-JRC-180/2003 acumulados”*.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *“SUP-JRC-221/2003, SUP-JRC-222/2003, SUP-JRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 y SUP-JRC-233/2003 acumulados”*.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *“SUP-JRC-175/2005”*.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral *“SUP-JRC-34/2006 y acumulado”*.
- Sentencia dictada en el juicio de revisión constitucional electoral y recurso de apelación *“SUP-JRC-29/2009 y SUP-RAP-135/2009 acumulados”*.
- Sentencia dictada en los recursos de apelación *“SUP-RAP-34/2009 y acumulados”*.
- Sentencia dictada en el recurso de apelación *“SUP-RAP-59/2009”*.
- Sentencia dictada en los recursos de apelación *“SUP-RAP-190/2009 y acumulados”*.
- Sentencia dictada en los recursos de apelación *“SUP-RAP-234/2009 y acumulados”*.
- Sentencia dictada en el recurso de reconsideración *“SUP-REC-034/2003.”*