



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS PROFESIONALES ARAGÓN

**“REFORMA Y ADICIÓN AL CÓDIGO FEDERAL DE
INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES
CON RELACIÓN AL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE
LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

P R E S E N T A:

LESLY JEANETTE BASTIDA ESPINOZA



ASESOR: MTRO. FELIX EDMUNDO REYNOSO VÁZQUEZ

MÉXICO

2010



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.

AGRADECIMIENTOS:

- **GRACIAS A DIOS**

Por permitirme existir y llegar hasta este momento tan importante de mi vida y lograr otra meta más en mi carrera. Porque invariablemente me estuvo cuidando.

- **A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO:**

Por abrirme las puertas en esta máxima casa de estudios, y darme una formación de calidad.

- **A LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN:**

Por el conocimiento transmitido y la gran oportunidad de conocer Licenciados tan maravillosos como lo son los Profesores de esta Institución.

- **A MI ASESOR:**

Por el gran apoyo que, desde el principio, me ha prestado para la elaboración de este trabajo. Por su predisposición permanente e incondicional en aclarar mis dudas y por sus substanciales sugerencias durante la redacción de la Tesis, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia en un marco de confianza y afecto, fundamentales para la concreción de este trabajo por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo de este trabajo por su calidez y compañerismo

- **A MIS SINODOS:**

Por formar parte en la culminación de una etapa importantísima en mi vida.

- **GRACIAS A MIS PADRES**

Por su cariño, comprensión, guía y apoyo sin condiciones ni medida desde el primer día de clase hasta el último para salir adelante con mi carrera, rompiendo esas barreras que me impedían seguir a pesar de que hubo tiempos difíciles con la economía, enojos y regaños pero siempre estuvieron a mi lado.. Gracias infinitas y totales por guiarme sobre el camino en esta vida. Papa ahora entiendo porque me obligabas a leer en vez de comprarme juegos de video, a terminar mi tarea aunque fuera los domingos en la noche, y muchas cosas más que no terminaría de mencionar, sin embargo te agradezco, ahora que veo el resultado y que tengo el honor de compartirlo contigo ya que tu haz sido mi padre, mi amigo, mi apoyo, mi confidente, mi mentor, mi guía, mi ejemplo, mi fuerza. Eres mi todo. Gracias Mama, gracias por encomendarme siempre con Dios para que saliera adelante. Yo se que tus oraciones fueron escuchadas. Gracias porque con tu guía y apoyo he llegado a realizar uno de mis anhelos más grandes de mi vida, fruto del inmenso apoyo, amor y confianza que en mi depositaste y con los cuales he logrado terminar mis estudios profesionales que constituyen el legado más grande que pudiera recibir y por lo cual te viviré eternamente agradecida. No hay palabras en este mundo que puedan siquiera expresar lo mucho que te amo.

Gracias: por la oportunidad de existir, por su sacrificio en algún tiempo incomprendido, por su ejemplo de superación incasable, por su comprensión y confianza, por su amor y amistad incondicional, porque sin su apoyo no hubiera sido posible la culminación de este trabajo.

- **A MI AMOR VÍCTOR**

Por tu apoyo, comprensión y amor que me permite sentir poder lograr lo que me proponga. Por escucharme y por tus consejos. Por ser parte de mi vida; eres lo mejor que me ha pasado. Por tus comentarios, sugerencias y opiniones. Además de ser un buen amigo eres la mejor compañía para compartir el mismo techo.

- **A MI MAYOR TESORO BRENDA ABIGAIL LUCIO BASTIDA**

Porque tu presencia ha sido y será siempre el motivo más grande que me ha impulsado para lograr esta meta, por tu tolerancia y comprensión durante los años que le dediqué a este trabajo de Tesis, que es para ti ya como un hermanito. Pero sobre todo por enseñarme a enfrentar los obstáculos con alegría y darme las mejores lecciones de mi vida, además de iluminar con tu presencia cada uno de mis días.

- **A MARCO Y TERE**

Gracias por lo que hemos logrado ya que este trabajo también es tuyo Tere. He llegado al final de este camino y en mi han quedado marcadas huellas profundas de éste recorrido, que con tus grandes enseñanzas y aportaciones hicieron posible esta realidad. Porque eres de esa clase de personas que todo lo comprende y dan lo mejor de sí mismos sin esperar nada a cambio... porque sabes escuchar y brindar ayuda cuando es necesario... No es fácil llegar, se necesita ahínco, lucha y deseo, pero sobre todo apoyo como el que he recibido durante este tiempo de parte de ustedes. Ahora más que nunca se acredita mi cariño, agradecimiento, admiración y respeto.

- **A MI FAMILIA**

Abuelos, tíos y primos por brindarme un hogar cálido y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos

- **GRACIAS A MIS AMIGOS**

Luis Daniel, quien por haber acudido siempre en mi auxilio, ocupa un “rinconcito” en mis afectos, a Jessica, Juan Carlos, Rober y todos aquellos que a lo largo de mis estudios hicieron que cada pedazo de tiempo fuera ameno. No voy a olvidar sus consejos, enseñanzas y ayuda. Marlene gracias por haberme brindado la oportunidad de conocerte y aún más por hacerte presente cuando más te necesito, nunca te voy a olvidar amiga ya que sé que tú, no me abandonas. Siempre serás mi ángel guardián. Seguimos juntas amiga.

**REFORMA Y ADICIÓN AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES
Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES CON RELACIÓN
AL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

Introducción.....I

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

1.1.	Sociedad de la Información.....	2
1.1.1.	Concepto.....	6
1.1.2.	Origen.....	8
1.1.3.	Sociedad de la Información en México.....	10
1.1.4.	Medios de Comunicación y su Importancia en la Sociedad de la Información.....	13
1.1.5.	Clasificación de los Medios de Comunicación.....	13
1.2.	Definición de los Medios de Comunicación.....	20
1.3.	Definición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).....	24
1.3.1.	Clasificación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).....	26
1.3.1.1.	Internet.....	27
1.3.1.2.	Celular.....	37
1.3.1.3.	Otros.....	38
1.4.	Importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en la Sociedad de la Información, Particularmente en México.....	41
1.5.	El Gobierno Federal y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).....	42
1.5.1.	E-gobierno.....	43
1.5.2.	Enciclomedia.....	49

CAPÍTULO II
MARCO JURÍDICO

2.1.	Antecedentes.....	53
2.2.	Fundamento Constitucional: Artículo 41.....	56
2.3.	Instituto Federal Electoral.....	60
2.3.1.	Naturaleza Jurídica del Instituto Federal Electoral.....	62
2.3.2.	Atribuciones del Instituto Federal Electoral	62
2.3.3.	Estructura del Instituto Federal Electoral	64
2.4.	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.....	66
2.4.1.	Naturaleza Jurídica del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.....	67
2.4.2.	Funciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.....	67
2.4.3.	Medios de Impugnación.....	68
2.5.	Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y los Medios de Comunicación.....	70
2.5.1.	Televisión.....	73
2.5.2.	Radio.....	74
2.5.3.	Tecnologías de la Información y Comunicación.....	75

CAPÍTULO III
PARTIDOS POLÍTICOS Y EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

3.1.	Origen de los Partidos Políticos.	79
3.1.1.	Definición de Partido Político.....	80
3.1.2.	Los Partidos Políticos en México.	83
3.2.	Regulación Jurídica de los Partidos Políticos Mexicanos.....	87
3.2.1.	Fundamento de los Partidos Políticos Mexicanos: Artículo 41 Constitucional.....	88
3.2.2.	Código Federal de Procedimientos Electorales.....	92
3.3.	Los Partidos Políticos Mexicanos y su relación con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), en el contexto de la Sociedad de la Información.....	94

CAPÍTULO IV
ACCESO A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LAS CAMPAÑAS
ELECTORALES DE JULIO DEL 2009

4.1.	Internet.....	104
4.1.1.	Páginas Electrónicas.....	108
4.1.2.	Redes Sociales.....	109
4.1.3.	Anuncios.....	111
4.1.4.	Correos Electrónicos.....	112
4.2.	Celular.....	112
4.2.1.	Mensajes de Texto.....	113
4.2.2.	Mensajes de Voz.....	113
4.2.3.	Llamadas.....	114
4.3.	Otros Ejemplos del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en Campañas Políticas, en otros Países.....	114
4.4.	Beneficios Derivados de la Nueva Regulación del Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.....	116
4.5.	Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.....	124
	CONCLUSIONES.....	142
	FUENTES CONSULTADAS.....	146

INTRODUCCIÓN

El presente tema de investigación, es motivo de interés, por que en un mundo tan globalizado en el que actualmente se vive, los medios de comunicación son esenciales. Sin embargo como en muchos otros casos, estos van evolucionando, hasta llegar a lo que se conoce como las Tecnologías de la Información y Comunicación, que lejos de asentarse sólo en la televisión y radio, pasan a otro nivel al infiltrarse en la supercarretera de la información.

El Internet es un medio de comunicación masiva, que parte de distintos usos ya sea páginas web, blogs, mensajería instantánea etc.

Partiendo de este punto, la relación que tienen los partidos políticos con el Internet como medio de comunicación, va cada vez estrechándose más, en la reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en noviembre de 2007, se manejan topes al gasto en publicidad en los medios de comunicación, pero no se habla del uso de las TIC's, lo cual es en verdad preocupante. Ya que si están fijando estas nuevas posturas, es para dar una mayor transparencia en el manejo de las finanzas en las campañas electorales de los partidos políticos, sin embargo al no tener que rendir cuentas sobre el gasto que genera el uso de las TIC's, no quedan claras éstas.

Por lo cual, el motivo fundamental de este trabajo, es el investigar ¿Por qué no se consideran a las TIC's como medios de comunicación en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales? Al igual que los otros medios de comunicación, se les impongan reglas y topes máximos para el uso de estas nuevas tecnologías.

La presente investigación consta de cuatro capítulos, los cuales se desarrollan partiendo de lo general a lo particular. En el primer capítulo nombrado como Marco Contextual: Tecnologías de la Información y la

Comunicación, en donde se abarca el surgimiento de éstas Tecnologías, conceptos como Sociedad de la Información, Clasificación de los Medios de Comunicación, Clasificación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, y la relación que actualmente tienen con la sociedad mexicana.

En el segundo capítulo, se denomina Marco Jurídico del Sistema Electoral Mexicano, es decir, se hace una remembranza de las instituciones que actualmente forman el Sistema Electoral Mexicano, como lo son el propio Instituto Federal Electoral, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de los cuales se mencionan su naturaleza, funciones, y atribuciones, de igual manera se hace un breve análisis del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y su relación con los Medios de Comunicación.

El capítulo tercero, contiene el origen, definición, regulación y fundamento de los partidos políticos, además se estudia la relación que tienen los partidos políticos mexicanos con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

El cuarto capítulo, es la parte medular del presente trabajo de investigación abarca una definición más amplia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, asimismo se mencionan los beneficios derivados de la nueva regulación del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y por último se llega a la Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

1. Marco Contextual: Tecnologías de la Información y la Comunicación

La Sociedad de la Información es la expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos. En la interacción de la vida común se pasa de una sociedad industrial a una sociedad de la información, las economías se globalizan, los estados son dependientes del contexto mundial. Todo esto va desembocando en una sociedad globalizada, donde sus mayores protagonistas son las propias Tecnologías de la Información y Comunicación, que con su desarrollo y uso han ido evolucionando a la misma sociedad a pasos agigantados.

En el presente capítulo se explicará el desarrollo desde su nacimiento, hasta la evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación, como han impactado a los medios de comunicación que en la actualidad se utilizan, por ejemplo la radio y la televisión, asimismo se enfocara en la relación tan íntima que guardan y como están siendo identificadas en México. Por lo cual es importante ver el impacto que tienen estas Tecnologías de la Información y Comunicación, primero en la sociedad mundial, y a continuación en lo particular en México. Como se menciona anteriormente, se vive en una sociedad mundial, la cual esta generalizando los conceptos que se conocían, y un país como México, no puede quedar fuera de este contexto.

1.1. Sociedad de la Información.

En la actualidad, es normal escuchar conceptos como: Internet, Chat, capacidad de memoria, velocidad para bajar o descargar información, entre otros. Todos estos conceptos se encuentran, debido a lo que llamamos globalización, y está se encuentra dentro de la Sociedad de la Información (SI.). A lo largo de la historia, la evolución humana ha sido dividida en edades para un mejor estudio.

Dentro de éstas, se puede ubicar que la Edad Moderna empieza con el Renacimiento, la Reforma Protestante y la Revolución Francesa. Como consecuencia del derrumbamiento del régimen soviético, teniendo a manera de máximo símbolo la caída del muro de Berlín (1989), se hace evidente el fin de la Edad Moderna y el nacimiento de la postmodernidad. "Considerando que la expansión de la globalización expresa la crisis del mundo construido por la modernidad y que a su vez ésta surge como resultado del fin de la edad media."¹

Si bien es cierto, la acepción más usual de postmodernidad, se popularizó a partir de la publicación de *La condición posmoderna* de Jean-François Lyotard en 1979. En este mismo sentido, Gianni Váttimo,² es uno de los teóricos más serios de la postmodernidad, menciona que no hay dudas de que "la postmodernidad filosófica nace con la obra de Nietzsche."³

Es así que, nace un nuevo paradigma global, cuyos máximos exponentes socio económicos, y político económicos son la Globalización, y el Neoliberalismo respectivamente. Las políticas de globalización han constituido un gran desafío, "América Latina vive un momento crucial, porque la mayoría de los gobiernos, siguiendo los lineamientos del Fondo Monetario Internacional (FMI.), están profundizando las políticas económicas neoliberales. Ante estas redefiniciones de importancia histórica el primer reto tendría que ser el de determinar las dimensiones del cambio que se está produciendo."⁴ Cabe mencionar, que el término Postmodernidad ha dado paso a otros como modernidad tardía, modernidad líquida, sociedad del riesgo, globalización, capitalismo tardío o cognitivo, que se han vuelto categorías más eficientes de análisis que la de Postmodernidad.

¹ CAETANO, Gerardo, et al, Informática, Internet y Política, Centro Latinoamericano de Economía Humana; Organización de los Estados Americanos, U.P.D., Uruguay, 2003, p. 62.

² VATTIMO, Gianni, El Fin de la Modernidad, 5° Edición, Gedisa, España, 2007, p. 101

³ Para fines del presente trabajo: La muerte de Dios que anuncia Nietzsche es una "desvalorización de los valores supremos". Por otro lado, para G. Váttimo, la muerte del padre en Freud es una forma de preservarlo.

⁴ CHOMSKY, Noam, et al, La Sociedad Global: Educación Mercado y Democracia, 2° edición, Planeta, México, 1996,

En cambio, el Postmodernismo sigue siendo una categoría que en los ámbitos estéticos se ha manifestado muy productiva y no necesariamente contradictoria respecto a las recién indicadas. Es muy importante destacar que no deben confundirse los términos "modernidad" y "modernismo", "postmodernidad" y "postmodernismo." Modernidad es un periodo histórico muy amplio, que se refiere a características políticas, sociales, económicas, etc., se puede hablar de la cultura postmoderna.

Por otra parte, "modernismo" y "postmodernismo" se usan para referirse a "una corriente estética que emergió primeramente en la literatura, en las artes plásticas y luego en la arquitectura".⁵ La confusión entre ambos planos ha generado muchas dificultades de comprensión y debe tenerse siempre en cuenta.

El mundo postmoderno se puede diferenciar y dividir en dos grandes realidades: La realidad histórica-social, y la realidad socio-psicológica. Dentro de la realidad histórica-social de la postmodernidad, se mencionan como características:

- Los medios de masas y el marketing se convierten en centros de poder. Se puede ver que dentro de la Sociedad de la Información los medios de comunicación, son la herramienta fundamental, para transmitir, almacenar y manejar la información.
- Deja de importar el contenido del mensaje, para revalorizar la forma en que es transmitido y el grado de convicción que pueda producir.
- Es decir, deja de importar el qué se informa, para darle paso al cómo es transmitida dicha información.

⁵ HARGREAVES, Andy, Profesorado, Cultura y Postmodernidad, 5ª edición, Ediciones Morata, S.L., Madrid, 2005, pp. 64-65.

- Desaparece la ideología como forma de elección de los líderes siendo reemplazada por la imagen. Por la globalización que se vive, los líderes ahora se miden por que tanto son conocidos, y no tanto por sus corrientes ideológicas o partidistas. Por ejemplo se puede mencionar al presidente de los Estados Unidos Americanos, Barack Obama, que es una de las imágenes mejor conocida en el mundo.
- Aleja al receptor de la información recibida quitándole realidad y relevancia, convirtiéndola en mero entretenimiento. Como se puede observar ahora en los debates políticos que se han convertido en un show, que lejos de informar sobre plataformas políticas, entretienen con dimes y diretes.
- Desacralización de la política y desmitificación de los líderes. En estos momentos los políticos a nivel mundial ya no son tan respetados como en anteriores décadas, por el contrario son objetivos principales, de caricaturistas políticos.

Como características socio-psicológicas, se mencionan:

- La gente se acerca cada vez más a la inspiración vía satelital. Las personas aprenden a compartir la diversión vía Internet con amistades.
- Los jóvenes, niños y adultos se encuentran inmersos dentro del mundo de la computación, ya sea como herramienta de estudio, de trabajo o sólo de entretenimiento; es la herramienta que se está usando más en el mundo.

Comparando las características de la postmodernidad, con el contexto mundial actual, se puede distinguir que efectivamente, se vive la postmodernidad.

El filósofo italiano Gianni Vattimo, define el pensamiento postmodernidad con claridad: en él lo importante no son los hechos sino sus interpretaciones. Así como el tiempo depende de la posición relativa del observador, la certeza de un hecho no es más que eso, una verdad relativamente interpretada y por lo mismo, incierta. Para el autor, se ha entrado en la postmodernidad, una especie de 'babel informativa', donde la comunicación y los medios adquieren un carácter central.

La postmodernidad marca la superación de la modernidad dirigida por las concepciones unívocas de los modelos cerrados, de las grandes verdades, de fundamentos consistentes, de la historia como huella unitaria del acontecer. Para Jean-François Lyotard: La cultura postmoderna se caracteriza por la incredulidad con respecto a los meta relatos. El criterio actual de operatividad es tecnológico y no el juicio sobre lo verdadero y lo justo. Defendía la pluralidad cultural y la riqueza de la diversidad. Según Lyotard, las tecnologías comunicativas han producido una Sociedad de la Información.

Como lo afirman los autores, conceptos como Sociedad de la Información (SI.) y medios de comunicación, están tomando cada vez mayor fuerza como característica central de la sociedad, dentro de la corriente de la postmodernidad. La conclusión de la postmodernidad, está en discusión, ya que daría paso a la Sociedad de la Información, o se tome como un punto dentro de la postmodernidad como afirma Jean-François Lyotard, expositor de ésta corriente.

La Sociedad de la Información proyecta su incontenible influjo o tal vez embrujo sobre los ámbitos del saber y del actuar humano, al conjuro de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación teniendo al fenómeno Internet como su máxima expresión. El encuentro con ésta Sociedad, e Internet es inevitable, ya que donde hay Sociedad hay Derecho. Y la Sociedad de la Información no puede constituir una excepción.

Para fines de la presente exposición, se enfocara en la Sociedad de la Información, que da paso a las nuevas Tecnología de la Comunicación. Y se enfocara principalmente en el acceso a Internet por parte de los Partidos Políticos Mexicanos, sin embargo para hondar más se procede con el concepto de ésta Sociedad como siguiente punto.

1.1.1. Concepto

Como se observa la parte medular de la Sociedad de la Información, es cómo se han ido desarrollando los medios idóneos para la distribución, trasmisión, almacenaje y recopilación de la información, porque en la actualidad la información es poder, y si se va más allá, se diría que no sólo la información sino el conocimiento es poder.

La Sociedad de la Información, se encarga de recopilar el conocimiento accediendo a los conductos disponibles para esta tarea, los medios que también van evolucionando, la información cambia constantemente debido al dinámico desarrollo científico y tecnológico. “Esta información es ahora el núcleo de los procedimientos económicos de la sociedad globalizada e informatizada”.⁶ En este orden de ideas, las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, han impactado a la sociedad, logrando modificar de una manera sorprendente la forma de vivir, de comunicar, de producir y de comercializar, transformando estilos de trabajo, interacción social, así como los campos de la ciencia, la economía y la educación. Es así que se puede definir a la Sociedad de la Información (SI.) como una nueva forma de organización o sistema social de carácter complejo, dinámico y diverso, integrado por un conjunto de comunidades sociales, condicionadas por factores de tipo económico, tecnológico, político ideológico, cultural, educacional e informacional.

⁶ PRAWDA, Juan, México Educativo Revisitado, 3° edición, Editorial Océano, México, 2001, p. 35.

“A diferencia de otras formas de organización social, en ésta, la información se convierte en el elemento determinante de los demás debido a que se constituye en el factor subyugante que permite que se cumpla la función ostensible del sistema.”⁷ En ésta definición proporcionada por la UNAM, se observa como el principal personaje dentro de la Sociedad de la Información; es propiamente la información y los medios por los cuales se transmite, almacena y distribuye.

Es así que la Sociedad de la Información es expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos o renovados: la televisión, el almacenamiento de información, la propagación de video, sonido y discos compactos o a través de señales que no podrían conducir todos esos datos si no hubieran sido traducidos a formatos digitales. La digitalización de la información es el sustento de la nueva revolución informática.

1.1.2. Origen

“En la década de los 70, el mundo sufre una nueva transformación, pasa de ser una economía de producción industrial a una economía basada en información”.⁸ La creación de la información instantánea, en tiempo real y a escala universal es la última de las cinco grandes revoluciones informático-culturales de la época moderna.

La primera fue la invención de la imprenta por Gutenberg alrededor de 1440, que genero una cultura escrita universal para una elite informativa. El empleo de la radio en los años veinte de este siglo hizo aparecer una cultura auditiva de masas, seguida por la revolución comunicativa de las imágenes televisivas, en los años cincuenta.

⁷ FELICIE SOTO, Ada Myriam, Biblioteca Publica, Sociedad de la Información y Brecha Digital, Alfagrama, Buenos Aires, 2006, p. 9.

⁸ PRAWDA Juan, Op. Cit., p. 17.

“La cuarta revolución tuvo por base el uso masivo de la computadora, a partir de la década de los ochentas, y actualmente la revolución de los multimedia.”⁹ Por multimedia se entiende la convergencia de las funciones del teléfono, de la televisión y de la computadora, que permite la comunicación al instante, mediante la transmisión de datos, imágenes y voces. Con este último se esta creando la cultura cibernética. Este es un principio que define ésta nueva era, la informática. La Sociología marca un cambio a nivel mundial, no solo en la forma de pensar de los habitantes de un país en particular, sino que ha generado un cambio en las organizaciones de los Estados. Algunos de estos cambios son:

- Se pasa de una sociedad industrializada, a una sociedad informática.
- Se va de tecnologías comunes a tecnologías inteligentes.
- Las economías se globalizan.
- Se pasa de democracias representativas a democracias participativas.
- Los Estados son dependientes del contexto global.

Por esta situación se empieza a manejar un nuevo concepto, el cual se refiere a la Sociedad de la Información, ya que ahora “la información es poder y quien tiene acceso a la información, tiene acceso al poder.”¹⁰ Nunca antes la afirmación de que la Información, y su potencial de transformarse en conocimiento, es poder, había tenido más sentido y vigencia.

Con lo anterior, es por demás mencionar la preocupación que ha tenido la población mundial sobre este fenómeno, tan es así que actualmente se ha realizado la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), que fue un evento internacional organizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) centrado en los aspectos sociales de la Sociedad de la Información.

⁹ CHOMSKY, Noam, et al, Op. Cit., p. 145.

¹⁰ PRAWDA Juan, Op. Cit., p. 35.

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) se desarrolla en dos fases.

La primera fase de la CMSI tuvo lugar en Ginebra acogida por el Gobierno de Suiza, del 10 al 12 de diciembre de 2003. El objetivo de la primera fase era redactar y propiciar una clara declaración de voluntad política, y tomar medidas concretas para preparar los fundamentos de la Sociedad de la Información para todos, que tenga en cuenta los distintos intereses en juego. “En esta cumbre se estableció que la sociedad de la información es un concepto en evolución que ha alcanzado diferentes niveles a través de todo el mundo”.¹¹

A la Fase de Ginebra de la CMSI asistieron cerca de 50 jefes de Estado o Gobierno y Vicepresidentes, 82 Ministros y 26 Viceministros y jefes de Delegación, así como representantes de organizaciones internacionales, el sector privado y la sociedad civil, “que proporcionaron apoyo político a la Declaración de Principios y un Plan de Acción de la CMSI, que se aprobaron el 12 de diciembre de 2003. Más de 11 000 participantes de 175 países asistieron a la Cumbre y a los eventos conexos”.¹²

La segunda fase de la CMSI tuvo lugar en Túnez, del 16 al 18 de noviembre de 2005. En la Resolución adoptada el 28 de julio de 2006, titulada "Seguimiento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información y examen de la Comisión de Ciencia y Tecnologías para el Desarrollo", se indicó el modo en que supervisará el seguimiento a nivel de todo el sistema de los resultados de la Cumbre, según se solicitó en las conclusiones alcanzadas en Túnez.

Esta supervisión se realiza en el marco de su examen anual de la aplicación integrada y coordinada y el seguimiento de las principales conferencias de las Naciones Unidas.

¹¹ FELICIE SOTO, Ada Myriam, Op. Cit., p. 20.

¹² Consultado en la página de Internet <http://www.itu.int/> el día 05/09/09 11:30 AM.

Para ello, el ECOSOC decidió que la Comisión de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (CCTD) asistirá al Consejo como centro de coordinación en el seguimiento de la CMSI a nivel de todo el sistema.

1.1.3. Sociedad de la Información en México

Una buena forma de medir el grado de avance de la Sociedad de la Información, es la infraestructura que tiene cada país. En este orden de ideas México, como país emergente no puede estar a la zaga de los cambios de la propia globalización, es así que actualmente “se cuenta con una infraestructura de información sustentada por más de 7,200 bibliotecas públicas, coordinadas por CONACULTA”.¹³

Con relación a la infraestructura tecnológica, México cuenta con el satélite Solidaridad y el satélite Morelos, la red UNAM cuya infraestructura es considerada de vanguardia en América Latina, las redes de las universidades estatales y la infraestructura de las universidades privadas. “La Sociedad de la Información comprende un uso masivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC’s) para difundir el conocimiento y los intercambios de una sociedad”.¹⁴

Es evidente que ésta Sociedad (SI.), traerá como consecuencia inmediata cambios en los modelos estructurales de las sociedades y de las instituciones, por ejemplo las disciplinas enfrentarán el requerimiento de diversificar sus campos de conocimiento; crear nuevas alternativas de formación tomando en cuenta el desarrollo del conocimiento de la disciplina específica y las demandas del mercado laboral e incorporar el uso de las TIC’s, de las cuales se hablará más adelante.

¹³ Consultado en la página de Internet <http://sic.conaculta.gob.mx/estadistica/> el día 09/08/09, 07:54 AM.

¹⁴ TÉLLEZ VALDÉS, Julio, Derecho Informático, 3° Edición, Editorial McGraw Hill, México, 2006, p. 6.

El acceso a la red se encuentra aun muy restringido para ciertos sectores. Alcanza, en términos potenciales apenas al 1% de la población. El acceso es a través de los cafés-Internet. A falta de datos precisos solo puede señalarse que esta opción resulta limitada, porque también hay que pagar para conectarse. Se calcula que aun así se sumaría solo el 3%.

Las áreas en las cuales se reporta el mayor uso de Internet son los negocios y curiosamente en el hogar. El gobierno y la educación ocupan un sitio secundario tanto en su dimensión como en las pautas de su crecimiento. Respecto, a los portales más visitados, lo que aparece es que solo hay dos que tienen o bien origen mexicano como es el caso del *.gob* que corresponden a los sitios que el gobierno pone a disposición de los usuarios para su consulta. Y la otra se refiere a una participación capital como es el caso de T1MSN, que es asociación de grupo Carso a través de Telmex.

En México, la red es muy reciente, casi todos los portales aparecen en 1992, es decir cerca de 19 años de explotación para un servicio tan grande. “Se puede decir que durante los primeros seis años se amplía de manera rápida, sin embargo a partir del 2000, ese crecimiento disminuye en velocidad y volumen hasta estancarse en el rubro de negocios, lo que se ha llamado *.com*.”¹⁵ Los obstáculos para la Sociedad de la Información en nuestro país, son el bajo nivel adquisitivo de la población que aun no se permite hacerse ni de teléfono, ni de computadora y mucho menos de una conexión pagada a la red.

Otro factor muy importante es que en el Internet, se esta ganado campo dentro del orden financiero, y no es así en el educativo. Por lo cual las grandes ciudades se ven beneficiadas por las tecnologías de la información y comunicación, mientras que los poblados que no están dentro del circuito de desarrollo vuelven a permanecer en aislamiento.

¹⁵ CROVI DRUETTA, Delia, Sociedad de la Información y el Conocimiento: Entre lo Falaz y lo Posible, La Crujía, Buenos Aires, 2004, p. 351.

Sin embargo, se debe de reconocer que aunque en México se han realizado esfuerzos encaminados a crear infraestructura de esta naturaleza, en rubros como educación para todos apenas se cuenta con un perfil somero de atención.

Es importante señalar la urgencia de México por acelerar las condiciones que propicien los cambios necesarios para su total ingreso a la Sociedad de la Información, lo cual implica en una primera instancia aportaciones teóricas y metodologías como base para la acción política y económica. Porque no se puede esperar que México se quede dentro de la brecha digital que cada vez se ensancha más.

Con base en lo anterior, se puede señalar que el avance de México hacia una Sociedad de la Información, representa el abordaje de diversos objetos de estudio y de investigación multidisciplinarios que conciernen a los diferentes sectores sociales, a los tres poderes de gobierno y a los gobiernos estatales; debido a que una de las premisas de la mencionada sociedad, es crear estructuras orientadas al bienestar social en general con el propósito de elevar los niveles de vida, de educación y oportunidades para los ciudadanos.

La Sociedad de la Información, como expresión de la globalización ha producido cambios sustanciales a la educación, al ejercicio profesional que afectan a la sociedad en su conjunto, ha generado retos para los distintos sectores sociales frente a las nuevas realidades tecnológicas. Hoy en día, en México asiste a la formación de una sociedad diferenciada, compleja, que cuenta con más y mejores elementos cognoscitivos que en el pasado; es decir, “vamos en tránsito hacia la Sociedad de la Información, que supone la existencia de una opinión pública formada e informada con referencia en la salud del sistema democrático”.¹⁶

¹⁶ VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto, El Sistema Jurídico de los Medios de Comunicación en México, UAM, México, 1995, p. 61.

No obstante lo anterior, se requiere de una mayor reflexión sobre las condiciones concretas de la realidad mexicana en sus múltiples dimensiones, para así tener presentes los obstáculos y alternativas que conlleven a la conducción de México hacia la Sociedad de la Información.

1.1.4. Medios de Comunicación y su Importancia en la Sociedad de la Información.

La categoría que tienen los medios de comunicación dentro de la Sociedad de la Información, se puede delimitar como básica, porque ya se ha mencionado con anterioridad que la base de la Sociedad de la Información (SI.), es en sí la información y la forma de comunicarla. Es por ello que se debe detener en la definición de varios conceptos que se manejan en el presente trabajo, por lo cual se continúa en el siguiente apartado del presente trabajo.

1.1.5 Clasificación de los Medios de Comunicación

Todos los gobiernos, partidos políticos, los sectores sociales y religiosos reconocen el valor de la opinión pública. En consecuencia, tratan de influir sobre ellas a través de los distintos medios. Tenemos distintos medios de comunicación, de los cuales destacamos los siguientes:

- **Televisión**

Es “ver desde lejos, es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia”.¹⁷ Ésta como todos los medios de comunicación, se ha desarrollado de acuerdo con los grandes acontecimientos y procesos de la historia.

¹⁷ SARTORI, Giovanni, Homo Videns, La Sociedad Teledirigida, 9ª edición, Taurus, España, 2005, p. 30.

Gran parte de la evolución que han tenido estos medios, entre ellos la televisión, se encuentra motivada por el afán industrial y los objetivos comerciales. “El papel de la televisión ha formado parte de los debates de décadas recientes sobre teoría social, desde el derrumbamiento del marxismo hasta la subida correspondiente del postmodernismo.”¹⁸ En el pasado el sistema comercial consistía en que los anunciantes compraran tiempo a las emisoras a través de agencias de publicidad.

El tiempo de transmisión o aire, se vendía en bloques de una o media hora y la programación era producida no por la emisora, sino por la agencia de publicidad con el anunciante como patrocinador de tal forma, la televisión fue concebida en los Estados Unidos de Norteamérica, desde sus inicios como una forma de entretenimiento con fines lucrativos. Ésta transmisión por publicidad se empezó a vender como spots por medio de las agencias lo que afectó directamente los contenidos: la programación se producía ya en función del tamaño y tipo de audiencias para atraer a los anunciantes.

La televisión es un medio de comunicación muy importante que llega a todos los hogares y a las clases sociales de México, “el 93.3% de los hogares mexicanos cuenta con al menos una televisión, el 21% cuenta con televisión de paga”,¹⁹ al ver esta realidad no es difícil pensar que la televisión es el medio de comunicación al que más gente tiene acceso. Por estas razones los partidos políticos se han valido del alcance que tiene la televisión, para hacer su propaganda electoral.

Sin embargo, no hay que olvidar que la publicidad por televisión es muy costosa, pero tiene la ventaja que llega al observador en el momento apropiado, ya que el público se dispone a ver y oír determinados programas.

¹⁸ SINCLAIR, John, Televisión: Comunicación Global y Regionalización, Gedisa, España, 2000, p. 9.

¹⁹ INEGI. Consultada en la página de Internet

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tnf196&s=est&c=9200>, 6/12/2008, 06:21 P.M.

En comparación al cine la televisión es mucho más versátil, porque permite transmitir muchos mensajes al día y el anunciante puede seleccionar las horas que más le convenga para la presentación de su mensaje, dependiendo el público a quien se quiera dirigir, ya que se manejan horarios específicos. Por ejemplo, si la intención es captar la atención de jóvenes mayores de edad (ciudadanos votantes), de 18 a 30 años, entonces el mensaje se emitirá en canal 5 horario de series dirigidas a este público, si la intención es dirigirse a un público femenino, se puede transmitir por el canal 2 de 5 de la tarde a 10 de la noche horario de telenovelas, y así se pueden citar varios ejemplos más.

En este orden de ideas, se puede decir que la televisión es el medio de comunicación masivo por excelencia, utilizado por las personas para comunicar algo, así como las personas que quieren hacerse llegar de alguna información en particular.

La publicidad que se transmite por televisión llega en forma directa y simultánea a un mayor número de personas, a diferencia de otro medio, excepto la radio de la cual se hablará más adelante.

Por ello no pasa desapercibida por los políticos mexicanos, o personas reconocidas. Un ejemplo de lo anterior lo dan los dueños de las televisoras más grandes de México: “Emilio Azcárraga, dueño de la transnacional mexicana Televisa, define su misión comunicativa de la siguiente manera: “México es un país de una clase modesta muy jodida... que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil. La clase media, la media baja, la media alta, los ricos como yo, no somos clientes, porque los ricos no compramos. En pocas palabras, nuestro mercado en este país es muy claro; la clase media popular.”²⁰

²⁰ AZCÁRRAGA, Emilio, citado por CHOMSKY, Noam, et al, Op. Cit., p. 148.

Por su parte, Ricardo Salinas Pliego, accionista principal de la transnacional mexicana TV Azteca, revelo en una entrevista su concepción de la democracia y la televisión. “Si me preguntaran a donde me gustaría volver a vivir respondería que en la etapa de la Conquista, del lado de los conquistadores. No creo en la democracia: no hay democracia en México y espero que pase mucho tiempo antes de que la haya, porque hoy los mexicanos no están preparados para ella”.²¹ Los medios de comunicación y especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura.

Como las comunicaciones son un formidable instrumento de autopromoción ya que comunican obsesivamente y sin descanso, han sido suficientes pocas décadas para crear un pensamiento insípido y vago sobre la realidad de los partidos políticos, como se vio actualmente al publicar una revista de espectáculos, en donde más que promover la revista se promovía al partido Verde Ecologista.

El merito casi indiscutible de la televisión es que informa, o al menos eso dicen. Informar es proporcionar noticias y esto incluye noticias sobre nociones. Se puede estar informando de acontecimientos, pero también del saber. Aun así se debe puntualizar que información, no es conocimiento, no es saber. La información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones y a pesar de ello no comprenderlas. Es correcto, decir que la información da solamente nociones. Lo cual no es negativo. También el llamado saber nocional contribuye a la formación del hombre. Pero si el saber nocional no es de despreciar, tampoco se debe sobrevalorarlo. Para finalizar se puede decir que acumular nociones, no significa entenderlas.

Si bien la televisión es la fuente de información, de al menos las dos terceras partes de la población, no es un medio eficaz para transmitir complejos programas o políticas de gobierno.

²¹ Ibidem, p. 149

La televisión debe de poner todo en 30 segundos, lo más impactante en cuanto a emoción, drama y espectáculo, se refiere, sin llegar a dar una real información al espectador.

Actualmente, los partidos políticos no muestran en televisión sus plataformas política, propuestas de campaña, etc., sin embargo si muestran gala de la propaganda electoral, hasta el punto de utilizar a personas del medio artístico, para publicarse, como ejemplo de ello basta ver los anuncios del gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, que hizo a lado de la actriz Angélica Rivera y ahora con la también actriz Lucero, con fines propagandísticos. Sin embargo en este punto se profundizara más en los siguientes capítulos.

Esto lo saben bien los partidos políticos, porque hacen llegar la propaganda a la gente que necesitan el día de la votación, afortunadamente nuestros legisladores decidieron poner un alto a los partidos políticos, ahora con la reforma del artículo 41 Constitucional, se les disminuye el tiempo aire que tienen en televisión, sin embargo ahora toda esa cascada de información se verá reflejada en Internet o en alguna otra TIC.

- **Radio**

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. “Aunque se emplea la palabra *radio*, las transmisiones de televisión, radio, radar y telefonía móvil están incluidos en esta clase de emisiones de radiofrecuencia”.²²

En el país operan 758 estaciones concesionadas y 94 permisionadas, operan 7 grupos con ramificaciones al interior del país: Radio Red, Televisa Radio, MVS Imagen, Radio Centro, ACIR, Radio Mil, Radio Formula, entre otras.

²² Consultado en la página de Internet http://es.wikipedia.org/wiki/Radio_%28medio_de_comunicaci%C3%B3n%29, 25/02/2008, 10:03 AM.

La radio está cambiando día a día, deja de ser una sinfonola, crea nuevos programas para que sin necesidad de perder el tiempo, desde el hogar, oficina o automóvil, se escuche algo diferente y acorde a cada gusto, necesidad o preferencia.

Ya no solamente pone música, sino transmite programas de todo interés. De ahí que las estadísticas de los últimos meses, elaboradas por la Cámara de la Industria de la Radio, expresa que el 96.78% de los hogares tienen radio. Ésta supera a la televisión en diferentes aspectos, fundamentalmente en la audiencia, en cada casa hay como mínimo dos radios, hay casas que hasta tres o cuatro sin mencionar que hoy en día es más fácil tener un radio personal (reproductor de CD, MP3, IPOD, Celular, etc.), que tener una televisión particular.

En cambio no toda la gente tiene la educación sociocultural para comprar un periódico a diario, o no pueden sentarse a ver televisión 1 o 2 horas por la carga de trabajo; por ejemplo si se va en el automóvil no es muy probable que se lleve una televisión. Sin embargo, sí es más factible que se valla escuchando la radio, o simplemente al ir caminando por la calle hacia la escuela, el trabajo, etc. se puede ir escuchando la radio ya sea en el celular, en el IPOD, o en algún otro dispositivo.

La radio es el medio más potente, ya que su alcance no lo tienen ni la TV, ni la prensa, ni ningún otro medio. Ésta llega a los lugares más recónditos de una sierra o de una selva, no así la televisión o cualquier periódico. Al igual que los costos en tiempo aire en televisión los partidos políticos deberán de prescindir de este medio de comunicación, aceptando el tiempo oficial que les sea asignado por el Instituto Federal Electoral (IFE). Sin embargo no se ha mencionado el radio por Internet cuestión en que los partidos políticos aún no se enfocan en ésta, generando así una laguna legislativa.

- **Medios de Comunicación Impresos**

La Prensa, el periodismo escrito, o periódico como se prefiera llamarle, es una pequeña pila de papel impresa, que todas las mañanas nos llega a la calle o a la casa, con la salida del sol y nos muestra cómo se mueve el mundo a la vez que nos movemos con éste, a veces sin percatarnos siquiera de ello.

La prensa nació casi con el descubrimiento de América y ahora está presente en todo el mundo, plasmando en sus páginas a lo largo del tiempo la historia de la humanidad y comunicándola a la gente. Por lo tanto, hoy es el medio de comunicación social más popular del mundo (en cuanto a información se refiere). A continuación se refieren los distintos tipos de comunicación impresa.

- **Revista**

Es un medio de comunicación impreso que aparece cada cierto tiempo y casi siempre dedicado a temas específicos. Existen revistas especializadas en múltiples áreas de la vida nacional e internacional como la moda, política, deportes, cultura, cine, etc.

- **Periódicos**

Son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, su principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios. En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad.

- **Libros**

El libro ha evolucionado de manera sorprendente; comenzó con las tablillas de arcilla de la antigüedad y siguió por el papiro, el pergamino, el códice y finalmente el libro como lo conocemos actualmente. Hoy por hoy son producidos y distribuidos por editoriales de todo tipo.

Como queda claro esta forma de comunicación es para un público en específico, y como se puede ver es un medio muy confiable en cuanto a la información que se maneja, por lo cual los partidos políticos pasar inadvertidos para este medio. Hay que recordar que en la actualidad la mayoría de los periódicos tienen su portal en Internet, desde el cual no sólo son noticia dentro del territorio mexicano sino mundial.

1.2. Definición de los Medios de Comunicación.

Para poder definir Medios de Comunicación, se necesita conceptualizar lo que se entiende por Comunicación, para llegar a lo que es Medio de Comunicación, Medio de Comunicación Social, y finalmente comprender la evolución de estos medios.

Comunicación

Proviene etimológicamente del latín “*communicare*” que quiere decir “hacer común” algo. Se puede observar en este concepto, que la comunicación se basa en un intercambio de ideas, existiendo dos o más personas, las cuales se transmiten mensajes o información. Como mejor lo define la Universidad de Illinois en 1949: “todos aquellos procedimientos a través de los cuales una mente afecta a otra lo que incluye voz imágenes, textos, videos, expresiones artísticas, etc”.²³

Además por comunicación se entiende: “el conjunto de procesos según los cuales se transmiten, se reciben diversos datos, ideas, opiniones y actitudes que constituyen la base para el entendimiento o acuerdo común. En esta situación, definiremos la comunicación como un proceso mediante el cual transmitimos y recibimos para lograr comprensión y acción.

²³ DE LA MAZA GAZMURI, Iñigo, Derecho y Tecnologías de la Información, Universidad Diego Portales, Facultad de Derecho, Chile, 2002, p. 478.

La comunicación es indispensable para conseguir la necesaria coordinación de esfuerzos a fin de alcanzar objetivos perseguidos.”²⁴ En éste concepto se puede observar, que la comunicación se basa en un intercambio de ideas, existiendo dos o más personas, las cuales se transmiten mensajes o información.

Anteriormente se comunicaba un mensaje de forma verbal o visual, se usaban medios como la televisión, la radio o hasta el mismo papel. Hoy por hoy, este intercambio de comunicación se da por medio de las TIC’s, en el presente, se está sustituyendo al papel con dispositivos creados para guardar información en alta calidad, por ejemplo: memorias usb, memory stick, memory card. Y es una característica de la Sociedad de la Información, almacenar, manejar y transmitir la información como se vio anteriormente.

Medios de comunicación

Los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) son considerados como los elementos materiales y humanos, que sirven para transmitir información, considerada ésta como los conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.

La naturaleza de la misma se determina, en sentido estricto, en función de los factores sociales, políticos y económicos del país y, en sentido amplio, los de la región. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos. Sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

En los últimos 150 años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

²⁴ ARIAS GALICIA, Fernando, Administración de Recursos Humanos, 6° edición, Trillas, México, 2006, p. 387.

En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

Del concepto anterior se puede derivar lo que se entiende por medios de comunicación masiva o social. Para ello se referirá el concepto que manejan nuestros legisladores: “Las instancias masivas de la comunicación, ya sea la prensa, la radio y la televisión en sus acepciones públicas, privadas o comunitarias. Se trata de mecanismos que permiten la diseminación masiva de información facilitando la construcción de consensos sociales, la construcción y reproducción del discurso público y ciertos niveles de interacción principalmente de los nuevos medios independientes, alternativos y comunitarios”.²⁵

Se puede apreciar, la finalidad de un medio de comunicación masiva o social es el de comunicar a la mayor gente posible de manera accesible. Edward L. Bernay definió a los medios masivos de comunicación como “puertas abiertas a mente publica, que deben de usarse para la fabricación del consenso en el que reside la verdadera esencia del proceso democrático”.²⁶ Hoy esas puertas están abiertas a nivel mundial y las transnacionales de la imagen pasan por ella como por su propia casa, implementando la verdadera esencia del proceso democrático.

Como se mencionó en un principio, los medios de comunicación, se habían mantenido sin cambios importantes durante décadas en nuestro país. Sin embargo, en la última década han ido evolucionando, dando un giro a las diferentes formas de comunicación. Por ejemplo: antes sólo se tenía la televisión en blanco y negro, después vino la televisión a color, ahora contamos con televisiones de cristal líquido, de plasma.

²⁵Consultado en la página de Internet
<http://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/otras/diccjur/dic%20m.htm#a8> el día 25/08/2008, 10:48 AM.

²⁶ BERNAY, Edward L. citado por CHOMSKY, Noam, et al, Op. Cit., p. 144.

Que son capaces de transmitir una señal de alta definición, y se piensa que alcanzará otro grado de evolución cuando la señal se transmita vía satélite y no en frecuencia como actualmente se hace. No obstante, el concepto que manejan nuestros legisladores, sólo se refiere a los medios de comunicación más comunes, sin tomar en cuenta la evolución de éstos, es decir las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) dentro de la conceptualización de nuestros legisladores no existe la definición explícita de las TIC's, lo cual genera confusión entre la población. Por ejemplo, se puede referir como máximo espécimen de las TIC's al Internet, ya que se considera un nuevo medio de comunicación masivo, ahora mismo se encuentran en la red, páginas oficiales de los partidos políticos mexicanos, sin que exista aun regulación jurídica.

Es importante resaltar que no se trata de una regulación para el acceso a Internet a la población en general, no obstante lo que se busca exponer en el presente trabajo, es la necesidad de una regulación jurídica enfocada a como se debe dar el acceso a Internet por parte de los partidos políticos, ya que éstos son instituciones públicas, las cuales pueden y deben ser reguladas para que no exista duda en su funcionamiento. Un buen gobernante requiere, apoyarse en encuestas de opinión para conocer el grado de aprobación o desaprobación que le otorga la sociedad, conocer los principales problemas que preocupan al ciudadano y saber que opinión tiene sobre las acciones y planes de gobierno.

Un ejemplo de este tipo de estudios, enfocado al ex presidente Ernesto Zedillo Ponce de León lo realizó el periódico Reforma, el cual desde 1995 hasta el término de su mandato, en noviembre de 2000, realizó encuestas de opinión en el ámbito nacional. Sin embargo, millones de personas están conectadas en Internet intercambiando información, las mismas personas que, de seguir así nuestra legislación, seguirán siendo saturadas de propaganda electoral, y no de información sobre plataformas políticas o propuestas electorales, como ocurrió en las pasadas elecciones de julio.

Y sólo porque nuestros legisladores omiten que esta TIC, es un medio actual de comunicación. Se continúa con la identificación de las Tecnologías de la Información y Comunicación que actualmente son considerados dentro de la sociedad mexicana.

1.3. Definición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's).

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma, es decir, se trata de un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos de información.

Estas nuevas herramientas de comunicación nombradas: Tecnologías de Información y Comunicación, también conocidas por sus siglas TIC's, se refieren al conjunto de herramientas tecnológicas basadas en la electrónica y orientada al tratamiento de la Información y su recuperación. Comprende la tecnología informática y de telecomunicación (Internet), tecnología de software, técnicas de programación avanzada y las interfaces hombre- máquina. Las TIC's agrupan un conjunto de sistemas necesarios para administrar la información, y especialmente los ordenadores, programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla.

Al uso combinado de tecnología relacionada con la informática y la Internet, se le llama TIC. La informática se refiere a un conjunto de recursos tecnológicos vinculados a la computación, su hardware y software que permite la recolección, el almacenamiento y la organización.

Estas Tecnologías, constituyen medios que pueden facilitar la comunicación social y la adquisición de información y conocimiento. Dentro de las características de las TIC's, se pueden mencionar:

- “Dado que la información es integral de toda actividad humana, todos los procesos de nuestra existencia están moldeados por el nuevo medio tecnológico.
- Las TIC's ofrecen gran flexibilidad y ello permite reconfigurar y modificar las organizaciones e instituciones, rasgos decisivos de una sociedad en cambio constante.
- Las TIC's ofrecen una convergencia creciente (microelectrónica, telecomunicaciones, óptica eléctrica y computadoras) de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado”.²⁷

Cabe mencionar, que los primeros pasos hacia la Sociedad de la Información se remontan a la invención del telégrafo, eléctrico. Pasando posteriormente por el teléfono fijo, la radiotelefonía y, por último, la televisión Internet, telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Por ello es evidente que la base de la Sociedad de la Información sean precisamente las TIC's. El Internet como TIC, facilita cada vez más el acceso a la información en un entorno global reduciendo los límites espacio – tiempo a gran velocidad con el propósito de facilitar el acceso y la recuperación de información que requiere la sociedad de nuestro tiempo. Los grandes cambios que caracterizan esencialmente esta nueva sociedad son: la generalización del uso de las tecnologías, las redes de comunicación, el rápido desenvolvimiento tecnológico y científico y la globalización de la información.

²⁷ CASTELLS, Manuel, La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. En la Sociedad Red. Editorial México Siglo Veintiuno Editores, México, 1999. p. 94.

1.3.1. Clasificación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's)

Para los fines de la presente exposición, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, son Internet, la televisión de alta definición, la radio digital, la tecnología de los celulares (es decir Internet vía celular, mensajes de texto, mensajes multimedia). Existen otros tipos de TIC's como los son los dispositivos híbridos, las Palms, Iphone y demás dispositivos que van saliendo al público día a día, por lo que sólo se referirá a las citadas con anterioridad, para no salir del objeto de estudio del presente trabajo.

Como se ha mencionado con anterioridad, las TIC's enmarcan un gran número de tecnologías que han ido surgiendo a lo largo de los últimos años, para efectos de tener un mayor conocimiento de cuales son a continuación se especificará las Tecnologías de Información y Comunicación, de mayor uso.

1.3.3.1. Internet

La palabra Internet es una contracción de interwork system (sistema de interconexión de redes). Internet contiene información de textos, imágenes, sonido y video, en forma de libros, documentos y bases de datos, almacenada en los servicios de la red.

“Internet es un conjunto de redes. Red de telecomunicaciones nacida en 1969 en los Estados Unidos, a la cual están conectadas centenares de millones de personas, organismos y empresas de todo el mundo, cuyo rápido desarrollo tiene importantes efectos sociales, económicos y culturales, convirtiéndose de esta manera en uno de los medios más influyentes de la sociedad de la información y en la autopista de la información por excelencia.”²⁸

²⁸ TÉLLEZ VALDÉS, Julio, Op. Cit., p. 475.

Una interrogante que se hace ante este nuevo medio de comunicación podría ser la siguiente ¿se debe dejar una total libertad de expresión en Internet o es necesario establecer mecanismos de control y censura para determinados tipos de servicios y contenidos?

“Internet que consiste en un conjunto mundial de servidores y redes computacionales entrelazados gracias a los llamados proveedores de acceso a conectividad, que son múltiples y en competencia y al uso de un único protocolo de comunicaciones también conocido como la telaraña de la información. Richard Kleinrock, es considerado el padre de la Internet”.²⁹ Por tal razón la expresión de Internet ha tenido la mayor expansión en relación a su corta edad, comparado con los otros medios de comunicación.

Su presencia en casi todo el mundo, hace del Internet un medio masivo, donde cada uno puede informarse de diversos temas en las ediciones digitales de los periódicos, o escribir según sus ideas en blogs y fotologs subir material audiovisual como en el popular sitio Youtube. Esto convierte en los principales actores de la Internet a los propios usuarios.

Internet nació en EU. Hace unos 30 años. Un proyecto militar llamado ARPANET pretendía poner en contacto una importante cantidad de ordenadores de las instalaciones del ejército de EU. Este proyecto gastó mucho dinero y recursos en construir la red de ordenadores más grande en aquella época. Al cabo del tiempo, a esta red se fueron añadiendo otras empresas. Así se logró que creciera por todo el territorio de EU. Hará unos 18 años se conectaron las instituciones públicas como las Universidades y también algunas personas desde sus casas.

Fue entonces cuando se empezó a extender Internet por los demás países del mundo.

²⁹ JIJENA LEIVA, Renato, et al, El Derecho y la Sociedad de la Información: la Importancia de Internet en el Mundo Actual, Porrúa, México, 2003, p.p. 14-15.

Recordemos que en nuestro país el uso de Internet inicio alrededor de los años 90's con la creación de "Mexnet, A.C. una organización de instituciones académicas que buscaba promover el desarrollo de Internet mexicano, crear y difundir una cultura de redes y aplicaciones en relación a Internet y contar con conexiones a nivel mundial",³⁰ y que en la actualidad existen millones de usuarios los cuales navegan por horas, sin embargo también existen lugares dentro del país que todavía no alcanzan esta tecnología.

Internet crece a un ritmo vertiginoso. Constantemente se mejoran los canales de comunicación con el fin de aumentar la rapidez de envío y recepción de datos. Cada día que pasa se publican en la Red miles de documentos nuevos, y se conectan por primera vez miles de personas. Con relativa frecuencia aparecen nuevas posibilidades de uso de Internet, y constantemente se están inventando términos para poder entenderse en este naciente mundo que no para de crecer. Cualquier computador que disponga de un MODEM y un programa de comunicaciones puede tener acceso a la red y a sus recursos en todo el mundo.

Internet no es una empresa o una organización determinada. Se trata más bien de un recurso o medio tecnológico que comparten tanto los proveedores de acceso como los proveedores de aplicaciones específicas e-mail, diseño de páginas web, e-commerce etc. Además, permiten que gente de diversos lugares del mundo se comuniquen interactivamente con fines tales como investigación, trabajo, negocios, educación o simplemente entretenimiento.

Los servicios que proporciona Internet son un conjunto de programas y utilidades que se utilizan para realizar determinadas tareas. Con estos servicios es posible enviar y recibir información entre computadoras situadas en diferentes lugares. Entre los servicios de Internet se encuentran:

³⁰ TÉLLEZ VALDÉS, Julio, Op. Cit., p. 84.

- Word Wide Web (WWW ó w3): Es un sistema de información basado en páginas que contienen Hipertexto.
- Correo electrónico (E-mail): Servicio que permite mandar mensajes escritos a otros usuarios conectados a la red y que dispongan de una dirección electrónica.
- Grupo de noticias: Ofrecen debates y foros abiertos acerca de centenares de temas especializados.
- FTP (File Transfer Pro): Protocolo de transferencia de ficheros. Este servicio nos permite el intercambio de información entre máquinas remotas, por lo que se puede enviar o recibir ficheros entre ordenadores.
- Ferchie: Servicio creado para la búsqueda de ficheros en Internet, también proporcionan la dirección de aquellos lugares que lo soportan y ofrecen la posibilidad de utilizar un FTP, anónimo.
- Telnet: Este servicio permite acceder a un servidor remoto, y así poder trabajar con él en modo terminal. Si se tiene una cuenta del usuario en una máquina remota, Telnet permite conectarse desde otro ordenador, igual que si estuviera conectado físicamente desde un terminal.
- Redes Sociales: Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Este es un concepto innovador que el mismo Barack Obama, presidente de los EUA; al utilizar eficazmente estas redes sociales en Internet (hi5, Facebook, My Space etc.) promocionó sus ideas y según lo que bastantes estudiosos concuerdan, ésta estrategia le dio la oportunidad de ganar las elecciones de los Estados Unidos de América. Es de mencionar que esta tecnología de los correos electrónicos, páginas de Internet, blogs, páginas de videos, pueden ser utilizadas por cualquier persona, los partidos políticos mexicanos, aprovecharan esta oportunidad de publicarse en las diferentes formas que ofrece el Internet.

Por ello es importante resaltar que, actualmente nuestros legisladores no lo tomaron en cuenta dentro de la reforma al artículo 41 constitucional, ya que los partidos políticos dejaron de tener tiempo aire en televisión y radio, puesto que se observo que desde 1997, una creciente tendencia a que los partidos políticos destinen proporciones cada vez mayores de los recursos que reciben del Estado a la compra de tiempo en radio y televisión; tal situación alcanzó en las campañas de 2006 un punto extremo, según los datos del IFE los partidos destinaron, en promedio, más del 60 por ciento de sus egresos de campaña a la compra de tiempo en televisión y radio, en ese orden de importancia.

Es por este motivo, que se reformo el artículo 41 Constitucional, sin embargo no se les regula el acceso a Internet con fines propagandísticos, el Internet al ser una fuente considerablemente consultada por millones de jóvenes y adultos, los cuales son votantes y que seguramente serán bombardeados con esta publicidad. Por lo cual, es necesaria una Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. A lo largo del tiempo y las necesidades que se formaron se han originado nuevos conceptos electrónicos los cuales se ven inmersos en los negocios electrónicos (e-business, e-commerce, business-to-business, etc.); empresas no lucrativas y organizaciones no gubernamentales.

Actualmente, no sorprende encontrar también a partidos políticos usando toda esta tecnología, ya han logrado hacer creer a la población que la propaganda es algo “similar” a la publicidad, en la forma tan indistinta que usan ambas.

Surge entonces, la necesidad de adaptar las "e-Technologies" y los "e-conceptos" de acuerdo a las necesidades y giros de cada empresa o en el caso en particular a los partidos políticos.

Como ejemplo se puede ver en la ilustración,³¹ la página oficial del PAN del DF, en donde se ofrece el servicio de Chat, también el de reportar un bache por medio de teléfono celular, al igual que se interactúa con los blog, todo esto es publicidad por Internet, que de alguna manera y en la actualidad podríamos decir que está estática, sin embargo, en algunos años (elecciones del 2012) dejará de estarlo y de no haber una legislación pertinente el ciudadano no podrá hacer nada para evitar que sea saturado de propaganda electoral.



³¹ Consultado en la página de Internet <http://www.pandf.gob.mx> el día 15/05/09 12:30 P.M.

Radio y Televisión en Internet.

Algunas emisoras de radio y televisión han empezado a aprovechar Internet como una especie de medio de comunicación complementaria, siendo su herramienta de comunicación más popular el "correo electrónico", aunque es importante mencionar que algunas estaciones también han impulsado el desarrollo de grupos de discusión, en los cuales el auditorio comenta entre sí distintas series de radio o televisión.

“La primera estación de México e incluso de America Latina que decidió ocupar un carril en la supercarretera de la información fue la XHDL-FM Radioactivo 98.5 del entonces denominado Grupo Imagen Comunicación en Radio de la Ciudad de México, en mayo de 1995”.³² Posteriormente en agosto de ese mismo año, lo hizo Radio Centro para ofrecer datos sobre su organización: historia, subsidiarias, perfiles de estaciones, tarifas, etc.

Si las aplicaciones de Internet como un medio autónomo, nos demuestran que la llamada red de redes, es capaz de asimilar e integrar las funciones de información y entretenimiento que actualmente desempeñan por separado los medios de comunicación convencionales. En la actualidad la publicidad es importante porque es parte integral de nuestro sistema económico. Está diseñada para persuadir a una persona para que compre un producto, que cambie de parecer o propiciar un menor consumo. Sin embargo la mayor parte de la publicidad se dedica a la mercadotecnia de bienes y servicios.

En este momento se utilizan numerosas técnicas para fomentar el consumo, evidentemente, la mejor forma es a través de la propagación de la publicidad. Al mencionar la publicidad por Internet puede realizarse de diferentes maneras, existen sitios donde se puede anunciar sin costo alguno, claro que esto se debe a la cantidad de usuarios que consulten la página electrónica, donde se encuentra la publicidad.

³² CROVI DRUETTA, Delia, Op. Cit., p. 360.

Sin embargo existen lugares donde el alojamiento es de mayor costo ya que bombardea al usuario con la información sin que así se solicite. “Por ejemplo, un anuncio puede costar 250 mil pesos, pero para que se haga realidad ese monto, debe haber un ingreso al portal de 10 millones de usuarios. En cambio, un anuncio de un cuarto de plana en la primera sección del diario impreso cuesta arriba de los 45 mil pesos al día, pero el tiraje no supera las 200 mil unidades”.³³

Según Interactive Advertising Bureau México y PricewaterhouseCoopers en los dos últimos años la publicidad en línea se duplicó al pasar de 177 millones de pesos en 2004, a 365 millones de pesos en 2006. Por otra parte, los usuarios de la Web van al alza, según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) actualmente hay 22.7 millones de internautas, contra los 20.2 millones de 2006. Según AMIPCI, Internet le está ganando terreno a otros medios electrónicos como la televisión y radio, el 92% de los internautas consideran a la Web como indispensable en su uso cotidiano.

En televisión o medios impresos la publicidad representa un freno a un programa o a un reportaje. En cambio en Internet la publicidad siempre está latente, pero hasta que el usuario le da clic al icono es cuando se convierte en un diálogo entre las partes. Este tipo de interacción genera más interés y conocimiento por la marca, por ejemplo, quien desea vender tenis a jóvenes, quizá el sitio correcto sea el link de deportes o recreación de un portal y ahí tendrán buenos resultados.

Internet, realmente puede convertirse en una fuente casi inagotable de información y recursos para profesionales de los más diversos rubros, ya que abre toda una nueva gama de canales, de obtención de datos actualizados un conjunto de canales de comunicación con colegas, pacientes, clientes y como lo he mencionado antes gran cantidad de votantes potenciales.

³³ Consultado en la página de Internet <http://www.yahoo.com.mx/noticias.htm> el día 30/03/2008 12:16 PM.

En el caso de los contadores, abogados, porque la disponibilidad de acceso inmediato a antecedentes legislativos, fallos o leyes vigentes, no solo de un lugar en especial sino de las principales fuentes legislativas del mundo, es un servicio invaluable al momento de planificar estrategias, perfecciones o mantenerse al tanto de las últimas novedades por otro lado, algunas editoriales que antes ofrecían compendios de fallos en otros medios (como papel o CD-ROM) ya están empezando a ofrecer la distribución de esta información a través de la Internet.

Así, el Internet está cada día ganando más y más terreno a los otros medios de comunicación, y fortaleciéndose más como un medio de comunicación masivo. Es importante al manejar este tema, que no se confunda lo que es la publicidad con lo que es la propaganda electoral, ya que de ningún modo son lo mismo, aunque así lo han hecho parecer los partidos políticos mexicanos, ya que usan de una manera indistinta; la publicidad al vender un producto, en este caso el candidato en turno de cualquier partido político, y la propaganda sólo la utilizan cuando quieren hacer conocer su plataforma política.

El término publicidad, de acuerdo con la Real Academia Española, deriva de público (publicus), el cual tiene dos acepciones relativas al desarrollo de esta figura, la primera, como aquella calidad o estado de público, es decir, notorio, visto o sabido por todos.

Mientras que la segunda acepción, hace referencia al conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. “La publicidad es una forma de comunicación, con sus objetivos, su emisor, vehiculo y destinatario.”³⁴ Por el contrario, la propaganda política consiste en el lanzamiento de una serie de mensajes que busca influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta.

³⁴ DEL TORO, Juan Manuel, et al, Mejorar la Eficacia de la Publicidad en TV, Gestión 2000, Barcelona, 2000, p. 15.

Se articula a partir de un discurso persuasivo que busca la adhesión del otro a sus intereses. Es de carácter monológico y requiere el recurso del anuncio. “Es monológico, en cuanto que no se permite la interacción del gobernado en la plataforma del candidato político, ya es un plan de trabajo por llamarlo de algún modo, realizado con anterioridad y que se modificara por el equipo asesor del candidato político, y no así por la opinión pública. Su planteamiento consiste en utilizar una información presentada y difundida masivamente con la intención de apoyar una determinada opinión ideológica o política”.³⁵

Por lo cual, lo que diferencia la publicidad de la propaganda es que la primera se encarga de promover un producto para obtener una ganancia es decir se hace con fin de lucro, en cambio la propaganda es con el fin de promover la ideología de un partido político sin fin de lucro.

En la actualidad nuestros políticos lo han hecho tan similar que la delgada línea entre publicidad y propaganda tiende a desaparecer, es el lucro que tienen los partidos políticos, es el del voto a su favor por la candidatura en juego, y para ganarla no importa la inversión que tengan que hacer, o de donde la puedan obtener.

Tal es el caso en las elecciones del año 2000 con el entonces candidato Vicente Fox, que dicha inversión se obtuvo de los ya famosos amigos de Fox, y que el partido de Acción Nacional utilizó la propaganda electoral como un medio de publicidad ya que fue difundido por todo el territorio mexicano el candidato como si se tratara de un producto como por ejemplo una Coca-Cola.

Sin embargo, así como la radio no ha sido anulada por el televisor, no hay razón para suponer que la televisión será anulada por Internet. Ya que estos instrumentos ofrecen productos diferentes.

³⁵ Consultado en la página de Internet
<http://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/otras/diccjur/dic%20m.htm#a8> el día 27/09/2008, 5:30 PM.

1.3.1.2. Celular

La telefonía móvil, también llamada telefonía celular, básicamente está formada por dos grandes partes: una red de comunicaciones (o red de telefonía móvil) y los terminales (o teléfonos móviles) que permiten el acceso a dicha red.

Esta nueva tecnología ofrece los siguientes servicios:

- Mensajes de Texto.- Se pueden enviar o recibir mensajes de texto.
- Mensajes Multimedia.- Se pueden enviar o recibir mensajes de texto, mensajes con imágenes o sonidos integrados.
- Mensajes flash.- Son mensajes de texto que aparecen instantáneamente en la pantalla tras su recepción. Estos mensajes no se guardan automáticamente.
- Mensaje de Audio.- Es un mensaje de Voz, que se puede mandar como un mensaje multimedia, o se puede grabar en un tipo contestadora, donde más tarde el usuario podrá escuchar dicho mensaje.
- E-mail.- Es una conexión de paquete de datos (servicio de red) para permitir el acceso a la cuenta de e-mail del usuario.
- Mensajería Instantánea.- (Servicio de red) Se pueden enviar mensajes de texto corto y sencillo a usuarios en línea.
- Paquete de Datos.- Servicio general de radio por paquetes (GPRS), es un servicio de red que permite que los teléfonos móviles envíen y reciban datos sobre una red basada en el protocolo de Internet (IP).
- Servicio de Transmisión de Datos.- Es un servicio que incluye acceso a Internet, noticias y contenidos multimedia televisivos, entre otros.
- Internet Móvil.- Usando el explorador del teléfono, puede ver los servicios que usan lenguaje de marcado para telefonía inalámbrica (WML) o lenguaje de marcado de hipertexto extensible (XHTML), en sus páginas. La apariencia puede variar debido al tamaño de la pantalla.

- WiFi.- Es la sigla para Wireless Fidelity (Wi-Fi), que literalmente significa Fidelidad inalámbrica. Es un conjunto de redes que no requieren de cables y que funcionan en base a ciertos protocolos previamente establecidos.

Si bien fue creado para acceder a redes locales inalámbricas, hoy es muy frecuente que sea utilizado para establecer conexiones a Internet.

- VoIP.- (Voice over IP) “es el conjunto de técnicas y tecnologías que nos permiten, digitalizar la voz y acondicionarla para que pueda ser transmitida en forma de paquetes a través de redes de datos basadas en el protocolo de Internet (IP)”.³⁶

Todos estos servicios que ofrece la telefonía móvil, se encuentran dentro de las llamadas Tecnologías de Información y Comunicación. Existen otros tipos de TIC’s, sin embargo solo se explican las anteriores por así convenir a los fines del presente trabajo.

1.3.1.3. Otros

Las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, están creciendo a manera inimaginable, creándose cada día nuevos dispositivos que a la vez generan más de una nueva forma de comunicar.

En el caso de las TIC’s solo se mencionaran algunas en el presente trabajo, y se profundizara más en las que atiende las necesidades de la investigación, como lo son: el Internet, correo electrónico, redes sociales, celular, mensajes de texto entre otros.

³⁶ Consultado en la página de Internet <http://www.voip.unam.mx/mediawiki/index.php/VoIP>, 25/10/2008, 07:36 PM.

- **Televisión Satelital**

En la época de la televisión internacional satelital, es cada vez más difícil mantener audiencias nacionales, ni siquiera en el sentido de una cultura nacional.

- **Televisión de Alta Definición**

Alta definición ó HDTV es un formato de despliegue de imágenes de televisión cercanas a lo real con calidad de imagen comparable al cine.

La TV de alta definición es el nuevo estándar en telecomunicaciones, “el cual define una calidad nunca antes vista en transmisiones al aire libre o ya sea por medio de una conexión de DVD de alta definición también (HD-DVD o Blueray)”.³⁷ Hay varios tipos de TV HD, las hay las cuales tienen el receptor HDTV integrado y las que están preparadas para la TVHD. Las segundas se tendrían que comprar un receptor por separado para poder disfrutar de la señal abierta en alta definición.

Para muestra, se puede pensar en una imagen como un paisaje de un tranquilo lago en un día soleado con cielo azul, los algoritmos de compresión pueden hacer su trabajo usando menor capacidad para enviar estas imágenes de alta definición, por ejemplo 12 Mbps.

En el caso de una imagen que cambie constantemente, la compresión es utilizada al máximo. Tal es el caso de un partido de futbol o en unas carreras de autos, en las que se tienen constantes cambios en las tomas, con imágenes el nivel de piso que siguen al deportista. En este caso, la capacidad de transmisión debe ser utilizada al máximo, con los 19.1 Mbps disponibles. Lo anterior, significa que, si bien se habla de canales de transmisión, técnicamente el factor de mayor importancia es la capacidad de transmisión del canal.

³⁷ Consultado en la página de Internet <http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=534> 24/10/2008 4:35 pm.

- **Radio Digital**

La radio abierta es una actividad gratuita por la que muchas personas obtienen información y entretenimiento. La radio es una de las primeras tecnologías de radiocomunicaciones que se puso en operación y es operada en bandas relativamente bajas, como es el caso de AM o adyacentes a la televisión en VHF, como el caso de FM. Actualmente se desarrollan en el mundo tres estándares, principalmente, que se enfocan a la radio digital abierta, que son:

- 1) "IBOC, basado en una tecnología por la que se pretende transmitir en el mismo canal y en la misma banda, tanto para AM como para FM.
- 2) Eureka-147 (DAB), basado en una tecnología que requiere el uso de una nueva banda, la de 1452-1492 MHz sería la que pudiera aplicarse en México.
- 3) DRM, basado en una tecnología que requiere la transmisión en un canal limpio dentro de la misma banda, su enfoque actual es hacia la onda corta y la AM".³⁸

Estos proyectos siguen en estudio por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para llegar a la que sea más eficiente para nuestro país. Según Gabriel Sosa Plata, especialista en radiodifusión, "existen tres tipos de radio en Internet: las estaciones que colocan una página en Internet para darse a conocer y en menos casos para realizar transmisiones en tiempo real; y el último son las estaciones piratas que encontraron en Internet una manera de difundir sus mensajes sin ningún tipo de censura".³⁹ Un ejemplo de radio que tiene dos opciones es WFM del Distrito Federal, una es su estación que transmite al aire; y la otra es una programación diseñada exclusivamente para quienes acceden a Internet. De la radio comercial tienen presencia en el ciberespacio Radio UNAM, las radios de las universidades de Querétaro, Yucatán, Guadalajara y Tamaulipas. Asimismo las pertenecientes a los gobiernos de Nuevo León, Jalisco y Tabasco entre otras.

³⁸ Consultado en la página de Internet <http://dgsrt.sct.gob.mx/index.php?id=487>, 24/10/2008, 4:00 PM.

³⁹ CROVI DRUETTA, Delia, Op. Cit., p. 361.

1.4. Importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en la Sociedad de la Información, Particularmente en México.

Cabe señalar que la incorporación de cada país a la Sociedad de la Información, depende en gran medida de su desarrollo económico; de su infraestructura nacional de información y tecnológica; del papel que desempeñen los gobiernos en la implementación de políticas explícitas en los diversos sectores sociales; así como del consenso de sectores como el económico, el científico, el cultural y el educativo. Es evidente que las Tecnologías de la Información y Comunicación han y seguirán propiciando cambios dentro de la estructura de la sociedad y de las instituciones ya que las redes de telecomunicaciones facilitan cada vez más el acceso a la información, en un entorno global reduciendo los límites y el espacio tiempo a gran velocidad como ya se menciona con anterioridad.

En México urge acelerar los cambios, en especial la regulación jurídica necesaria para que el ingreso a la Sociedad de la Información sea efectivo y duradero, no sólo mencionado en planes de desarrollo o misiones de distintas secretarías, este cambio implica infraestructura de información y tecnologías que demanda la sociedad.

Hoy por hoy, en México, se han hecho algunos avances en la infraestructura de información, tal es el caso de las 6,000 bibliotecas coordinadas por CONACULTA; 165 bibliotecas departamentales pertenecientes a la red de bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México, por mencionar algunos. En cuanto a la infraestructura tecnológica se cuenta con el Satélite Solidaridad y el Satélite Morelos, la red UNAM cuya infraestructura es considerada de vanguardia en América Latina, las redes de las Universidades Estatales y la infraestructura de las Universidades privadas.

Esto resulta insuficiente si no se da primero la educación necesaria para acceder a este tipo de tecnologías, aprender a utilizarlas, y en segundo lugar es importante legislar en función del uso que se le dará a estas tecnologías que de por sí es complejo.

En ese caso hay que legislar sobre las personas que lo van a utilizar como una herramienta, como tema principal de este trabajo y por ejemplo se menciona que no se puede legislar el uso de Internet indistintamente a los ciudadanos mexicanos, pero sí se puede legislar el uso que le dan los partidos políticos a esta herramienta. Es decir regular las TIC's, expresamente a los partidos políticos, al exponer su propaganda electoral para no saturar a usuarios y que se atengan a la publicidad en radio y televisión conforme a tiempos destinados para cada uno por el Instituto Federal Electoral. Por último, se menciona que limitar el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación incrementa la brecha digital la cual acentúa la desigualdad entre países y personas, y no solo es un problema de nuestro país sino mundial.

1.5. El Gobierno Federal y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's)

Es de mencionarse que en nuestro país desde el año 2000, se lanzó un proyecto llamado "e-México", que es el medio por el cual el gobierno de México responde al reto de la sociedad de la información. Al ser un proyecto integrador, que articula los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, de las cámaras y asociaciones vinculadas a las Tecnologías de Información y de la Comunicación, así como de diversas instituciones, cumple con el fin de ampliar la cobertura de servicios básicos como educación, salud, economía, gobierno y ciencia, tecnología e industria, así mismo de otros servicios a la comunidad.

De igual manera, en el gobierno de Vicente Fox, se creó el sistema enciclomedia, que consistía en llevar la tecnología a las aulas, y se llevó a cabo empezando por cambiar los pizarrones por proyectores o cañones, los cuales mostraban las clases mediante diapositivas hechas por los profesores.

Se podría decir que era una clase multimedia, este paquete de computadora, impresora, pantalla y proyector se dejó en varias escuelas, sin embargo no se llegó a concretar este proyecto por la falta de preparación de los profesores, ya que en la mayoría de las ocasiones no sabían encender la computadora y está solo se limitó a ser un adorno más del salón de clases.

1.5.1. E-gobierno

El empleo de la letra “e” seguida de un guión y precediendo a un sustantivo se usa para referirse a la incorporación de las tecnologías de la Sociedad de Información. Dicha “e” es la inicial de la palabra inglesa “Electronic”. Sin lugar a dudas otro de los aspectos que conlleva el cambio en las estructuras no solo del Gobierno, sino de la Sociedad en conjunto, son los avances que en materia de las telecomunicaciones, la electrónica y la informática se requieren.

Es decir la infraestructura con la que el Estado cuenta, como vehículo catalizador obligado, para la implementación de los programas digitales, el estado, por este motivo debe de manera rápida incorporar a los medios electrónicos dentro de sus procesos económicos para la debida implementación de estrategias que generen beneficios. “Los países que concentran un mayor capital para el desarrollo de sus estructuras tecnológicas, han alcanzado a generar un importante flujo de transacciones, el cual a partir de haber elaborado programas integrales, capaces de fomentar el uso de las nuevas TIC’s”.⁴⁰

⁴⁰ FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, José Julio, Gobierno Electrónico. Un Desafío en Internet. (Implicaciones Jurídicas). Editorial FUNDAp, México, 2004, p. 12.

Las TIC's, han logrado que dichos sistemas impacten de manera favorable y complementaria a la operación cotidiana de los servicios del gobierno. Internet facilita el proceso democrático con las ventajas que otorga al pluralismo y a la participación. El Banco Mundial el término de gobierno electrónico se define como: "el uso de las tecnologías de información y comunicación para mejorar la eficiencia, efectividad, transparencia y rendición de cuentas del gobierno".⁴¹

A los efectos del presente trabajo se entiende por e-Gobierno a los avances de la Sociedad de la Información, al funcionamiento del Régimen con objeto de mejorar el mismo. Por otro lado también se están manejando conceptos como e-Voto, o el rol que puede asumir la judicatura ante las TIC's.

Las características de esta nueva forma de gobernar, por llamarla de algún modo, son las siguientes:

- Los ciudadanos podrán recibir servicios públicos en cualquier lugar, independientemente de la jurisdicción territorial de las oficinas autorizadas.
- Los ciudadanos podrán recibir atención y servicio las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Los ciudadanos serán libres de conocer o no como se organiza el Estado.

Para poder brindar estos servicios, la red proporciona a el e-gobierno un conjunto de servicios de comunicación dichos servicios son, principalmente, el correo electrónico, los foros de noticias o de discusión, el IRC, la www, servicios de telefonía, videoconferencia y las listas de distribución.

⁴¹ DÍAZ MOTIEL, Fernando, Gobierno Electrónico: Tecnologías de la Información al Servicio de los Ciudadanos, Gobierno del Estado de Puebla, Colegio de Tlaxcala, México, 2006, p. 60.

Al margen de ello, no hay que olvidar que hay servicios en Internet que no son de comunicación propiamente dicha, pero que pueden ser de utilidad al e-gobierno. Se trataría de servicios de acceso a información como la transferencia de ficheros (FTP). De la misma forma, son de utilidad en el funcionamiento del gobierno, servicios de búsqueda como Archie, que localiza el nombre de directorios o archivos contenidos en ficheros (FTP); Wais, que busca palabras o textos contenidos en documentos que circulan por Internet; o los buscadores automáticos que buscan y recuperan de la www. La información bien gestionada permite construir conocimientos y con ellos, el poder de opinar.

Lo que el e-gobierno brinda en este caso al ejecutivo, por medio de las Tecnologías de la Información y Comunicación es: el lenguaje escrito de la prensa, la voz de la radio, la imagen estática de la fotografía, la imagen en movimiento de la televisión, color, luz, sonido y formas para mejorar la comunicación al servicio de los usuarios. Como ejemplo útil para ilustrar lo anterior se puede mencionar la existencia de sitios Web de servicios públicos como el portal Tramitanet. Iniciativas de este tipo representan importantes beneficios para los ciudadanos y mejoras en la calidad de la atención que reciben. También van generando y configurando a la vez nuevas expectativas relativas a la vinculación entre los ciudadanos y el estado.

De igual forma se ejemplifica lo anterior con los portales actualmente conocidos del gobierno, empezando por las páginas oficiales de la presidencia, de las secretarías, de los gobiernos locales, del Instituto Mexicano del Seguro Social, etc. La construcción del gobierno electrónico se debe realizar tanto a través de una red interna o intranet de la propia administración, como a través de la red abierta que supone Internet, la primera preemitirá mayores cotas de seguridad y se utilizara para servicios que permitan dicho canal cerrado por que requieren, por ejemplo, identificación previa. Esta dimensión cerrada es, a la vez un inconveniente que hace imprescindible el concurso de redes abiertas como Internet para compensar las limitaciones que las redes cerradas suponen.

“El e-gobierno, también será un ahorro económico, tanto en el gasto público como en el medio privado y una agilización de las decisiones”.⁴² Hoy la ciudadanía de los países democráticos exige de sus instituciones políticas cada vez mayor acceso y transparencia así como coherencia eficiencia y efectividad en el cumplimiento de sus servicios y en la solución de sus problemas de la gente.

En ese contexto un creciente numero de gobiernos locales y centrales, así como sus instituciones han comenzado a utilizar las TIC como herramienta central de lo que se ha denominado e-gobierno o gobierno electrónico. Así, las TIC se vienen empleando cada vez más para mejorar la administración del Estado y facilitar la coordinación intra e interinstitucional, así como para acercar el estado y proveer acceso y servicios a la ciudadanía. Algunos ejemplos de la aplicación de ésta nueva tecnología son los siguientes:

Ámsterdam

La ciudad de Ámsterdam posee a su vez un portal mundialmente reconocido, que provee información sobre la ciudad, sus servicios, su gobierno y sus políticas públicas, tanto en textos como en estadísticas. Asimismo, facilita información sobre la estructura gubernamental y el consejo de la ciudad, sus concejales y comités responsables de formular políticas publicas, sobre como funcionan estos y los gobiernos barriales y sobre como los ciudadanos pueden interactuar con los gobernantes e influir en sus decisiones.

Bogotá

La capital colombiana mantiene un espacio digital de información e interacción que permite al ciudadano vincularse directamente con áreas del gobierno local, por ejemplo, educación, salud, transporte, deportes, entretenimiento, registros, normativas, contrataciones del gobierno incluyendo instructivos de contratación, plan de contratación, código ético, multas y sanciones, entre otros.

⁴² FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, José Julio, Op. Cit., p. 30.

Reino Unido

La mitad de las autoridades municipales utilizan ya el e-gobierno, cuya aplicación más común por los usuarios es el pago de impuestos y la administración de beneficios estatales.

Argentina

En este caso el gobierno central puso en marcha iniciativas tendientes a implementar trámites en línea y/o digitalizar procedimientos internos de los organismos del estado.

Brasil

Cuenta con una estrategia dedicada al desarrollo del e-gobierno autorizo la creación de páginas web, para todas las entidades y agencias estatales y estableció las reglas para ofrecer servicios e información a través de ellas.

Colombia

Cuyo lema es “El gobierno trabaja para ustedes”, además de ofrecer una amplia información sobre las instituciones y dependencias del gobierno también permite a sus ciudadanos buscar información sobre los trámites y donde presentarlos.

Por otra parte, la empresa Microsoft en su portal de Internet, se proponen 10 pasos para la estrategia de instauración del e-gobierno: definir la estrategia tecnológica con compromiso político y comunitario, adoptar estándares de la industria, construir una estructura de red segura, desarrollar proyectos en escuelas y educación, actualizar la legislación, facilitar el acceso a Internet a bajo costo. El e-gobierno implica entonces que a la comunidad se le proporciona acceso a información de gobierno por múltiples canales, ya sea en versión intranet o en versión extranet, para resolver diferentes trámites y en un corto tiempo, o bien la información que los ciudadanos en particular o por medio de sus gremios demanden del gobierno.

A manera de ejemplo, el e-gobierno podría brindar el servicio a las empresas para proporcionar mejor acceso a los negocios y agilizar trámites en la creación de nuevas empresas, obtener con rapidez patentes, permisos, etc. Algunas limitaciones del e-gobierno es el acceso a Internet, es decir ningún proyecto serio de gobierno electrónico puede basarse en una infraestructura de telecomunicaciones pobre o ineficaz. Como ejemplo de esto se puede mencionar:

- El uso de Internet varía con la edad.
- Existe una relación fuerte entre el ingreso y el uso de Internet.
- También el nivel educativo incide en la disparidad.
- Es dispar el acceso de las escuelas a Internet.

1.5.2. Enciclomedia

Enciclomedia es una estrategia educativa basada en un sistema articulador de recursos que, mediante la digitalización de los libros de texto, ha vinculado a sus lecciones diversos materiales multimedia orientados a promover procesos formativos de mayor calidad.⁴³ Constituye una nueva práctica educativa que acompaña la labor cotidiana de los maestros con ayuda de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, a fin de enriquecer los procesos de aprendizaje con recursos que propicien una mejor comprensión, resignificación y apropiación de los contenidos escolares.

El programa pretende fortalecer el papel formador de la escuela con herramientas que actualicen y revitalicen las prácticas educativas, poniendo al servicio de maestros y alumnos, materiales informático-educativos a los que no todos los planteles habían tenido acceso anteriormente. Representa una innovadora manera de usar la tecnología desde la escuela, por lo que puede contribuir a superar los retos educativos actuales.

⁴³ Consultado en la página de Internet <http://www.encyclomedia.edu.mx/> el día 08/06/09 09:30 PM.

Por ello se está trabajando en el desarrollo de nuevas versiones con herramientas de accesibilidad y materiales educativos pertinentes para atender las necesidades de niños indígenas y/o con capacidades diferentes.

Asimismo, acerca por primera vez a los alumnos y maestros de las escuelas públicas la posibilidad de aprender el idioma inglés de manera fácil y entretenida. Se les han incorporado diversos recursos como referencias bibliográficas, video, audio, mapas, imágenes fijas y en movimiento, actividades e interactivos y materiales de otros programas educativos que anteriormente se habían elaborado. Además retoma contenidos de Enciclopedia Encarta, (mediante un convenio entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y Microsoft).

La incorporación gradual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, (TIC's) a los salones de clase, la renovación de las prácticas pedagógicas, la producción de nuevos materiales educativos, la exploración, desarrollo de campos como la accesibilidad, y la incorporación de la enseñanza del inglés, son sólo una muestra del aporte que *Enciclomedia* hace a la educación de nuestro país.

De la misma forma, la realidad de Internet esta presidida por una enorme desigualdad que, como efecto parecido al de los vasos comunicantes puede extenderse al e-gobierno, se trata del recurrente tema de la brecha digital, en ocasiones, eso si, empleado de manera demagógica pero que de facto existe. La desigualdad se produce por el efecto de variables diferentes, como es el territorio (mejor acceso en algunas partes que en otras), la renta, edad o la formación, lo que complica de manera importante su solución. La distancia (entre los que tienen y los que no tienen Internet) amplía aún más la brecha de la desigualdad y la exclusión social, en una compleja interacción que parece incrementar la distancia entre la promesa de la era de la información y la cruda realidad.

CAPÍTULO II

**MARCO JURÍDICO DEL SISTEMA ELECTORAL
MEXICANO**

2. Marco Jurídico del Sistema Electoral Mexicano

Dentro del presente capítulo se abarca el Sistema Electoral Mexicano, que es el que da vida jurídica a instituciones como el Instituto Federal Electoral, al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, así como a los diferentes Partidos Políticos Mexicanos etc.

El Sistema Electoral Mexicano; esta constituido por unas estructuras que vienen a darle fundamento, metodología y organización a la preparación, desarrollo, vigilancia, control y eficacia de los procesos electorales, tanto ordinarios como extraordinarios.

Como es conocido, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), es la base del sistema jurídico mexicano, de ella emanan sus leyes reglamentarias, tratados internacionales, leyes ordinarias, reglamentos, acuerdos, ordenes, circulares y demás instrumentos normativos.

Dentro de la rama electoral por llamarla de algún modo, podemos encontrar que la jerarquización es la siguiente:

- “Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Orgánica del Poder Judicial Federal.
- Ley Reglamentaria del Artículo 105 Constitucional.
- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral
- Código Penal Federal.
- Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Estatuto del Servicio Profesional Electoral.
- Constitución de los Entes Federados.
- Leyes Orgánicas Municipales de los Estados.

Por tal razón en sentido amplio, el Sistema Electoral, se conceptúa como el conjunto de instituciones, normas y procedimientos instaurados legalmente dentro del proceso electoral. “En sentido restringido, se define como el conjunto de elementos administrativos y técnicos, que permiten traducir voluntades políticas en posiciones de poder estatal, conforme a los procedimientos legales operantes”.⁴⁴

En este sentido se puede aducir que las características del Sistema Electoral Mexicano, se puede clasificar de la siguiente manera:

- La existencia de un marco jurídico que regula los derechos y obligaciones de los ciudadanos en el rubro político.
- Los partidos políticos, sus derechos y sus obligaciones.
- Las autoridades electorales, su organización y competencia en el proceso electoral.
- El aspecto operativo del proceso electoral.
- Los conflictos electorales.

El pluralismo y la participación, llevan al incremento de la transparencia. Estos tres conceptos son fundamentales en democracia, hasta el punto de que sin su efectiva existencia, ésta no existe.

Como se puede apreciar en el anterior concepto, son fundamentales las instituciones dentro del Sistema Electoral Mexicano, por lo que es importante en el presente trabajo, estudiar los conceptos de Instituto Federal Electoral, así como del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Medios de Impugnación y al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y la relación que estas instituciones guardan con las Tecnologías de la Información y Comunicación.

⁴⁴ SÁNCHEZ GÓMEZ, Narciso, El Financiamiento de los Partidos Políticos, Porrúa, México, 2007, p. 34.

2.1. Antecedentes

“En México el marco jurídico de los medios de electrónicos carece de previsiones a nivel constitucional. La normatividad correspondiente se encuentra en una ley secundaria y sus reglamentos”.⁴⁵ En efecto, la regulación jurídica básica de la radio y la televisión esta prevista en la Ley Federal de Radio y Televisión y en el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica. Sin embargo para los fines de la presente investigación solo nos interesa la parte regulada en cuanto al acceso a la radio y televisión que se encuentra prevista en el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y en el propio Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en los artículos 41 al 48.

Para iniciar el análisis de la reforma electoral, es necesario mencionar cuales han sido los antecedentes del artículo 41 Constitucional, en especial las reformas que se encuentran relacionadas con el acceso a los medios de comunicación, las cuales han generado el actual Sistema Electoral.

El artículo 41 constitucional no sufrió alteración alguna hasta el año de 1977, “la primera modificación fue por iniciativa del entonces presidente José López Portillo, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 6 de diciembre de 1977”,⁴⁶ en ella se establecían los dos niveles de la soberanía popular y, aparecieron los partidos políticos institucionalizados. En la reforma de López Portillo afirmaba que los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. De igual manera en dicho artículo constitucional se exponían los fines de los partidos:

- Promover la participación del pueblo en la vida democrática.

⁴⁵ VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto, Op. Cit., p. 43.

⁴⁶ PATIÑO CAMARENA, Javier, Nuevo Derecho Electoral Mexicano, 8° edición, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2006, p. 65.

- Contribuirían a integrar la representación nacional (sólo en la Cámara de Diputados).
- Hacer posible el acceso de los ciudadanos al ejercicio del poder.

También, asunto fundamental, los partidos políticos tendrían derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, Finalmente, se les abría al uso de un mínimo de elementos para sus actividades.

Cabe aclarar que para la década de los 70's ni se imaginaba hasta donde llegaría el Internet como un medio de comunicación ya que es hasta la década de los 90's que empieza hacer su aparición más formalmente la computadora como medio de comunicación en nuestro país.

El artículo 41 se mantuvo, en los términos descritos, hasta la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari, quien modificó el precepto en tres ocasiones. “En 1990, se declaró que la organización de las elecciones federales, sería una función estatal ejercida por los poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión, pero, además, con la participación de los partidos políticos nacionales y de los ciudadanos”.⁴⁷ La función se realizaría a través de un organismo público (Instituto Federal Electoral) dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios. También, se profesionalizó al organismo público y se le dotó de autonomía en sus decisiones.

Por primera vez se creaban los consejeros y consejeros magistrados y los representantes de los partidos políticos. Fue aportación importante de esa reforma de 1990, el establecimiento de un sistema de medios de impugnación de los que conocería el organismo público y asimismo, un tribunal autónomo que sería órgano jurisdiccional en materia electoral, es decir se crea el Tribunal Federal Electoral.

⁴⁷ *Ibidem*, p. p. 65-66.

En el año de 1993 bajo el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari se realizó una segunda reforma al artículo 41, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 3 de septiembre de 1993. En esta ocasión, fue darle definitividad a las distintas etapas de los procesos electorales, excluyendo ya a los colegios electorales de las respectivas cámaras.

La única calificación definitiva e inatacable, sería la emitida por la Cámara de Diputados en relación con la declaración de presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en los términos de la fracción I del artículo 74 constitucional. Se aumentó una segunda instancia, que competiría resolver por una Sala integrada por cuatro miembros de la judicatura federal y el presidente del Tribunal Federal Electoral.

La posterior reforma del artículo 41 constitucional, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 19 de abril de 1994, estableció que se reformaban los párrafos octavo, noveno, décimo séptimo y décimo octavo del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM). Las modificaciones anteriormente mencionadas han cambiado sustancialmente el artículo 41 constitucional y a manera de resumen estas han sido las más trascendentes:

- a) En unión de los artículos 39 y 40 de la Constitución forma el basamento indispensable de nuestra Ley Mayor en lo relativo a soberanía popular, forma de gobierno y los dos niveles de la soberanía del pueblo: la federal y la local.
- b) El artículo 41, a partir de la reforma del presidente López Portillo (Diario Oficial de la Federación de 6 de diciembre de 1977), institucionalizó a los partidos políticos.

2.2. Fundamento Constitucional: Artículo 41

Como se menciono anteriormente, el sistema legislativo, recae sobre la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), por ello el artículo 41 en relación con los artículos 39 y 40 de la citada Constitución forma la base del Sistema Electoral Mexicano.

La última reforma al artículo 41 Constitucional fue el 13 de noviembre de 2007 a cargo de nuestro actual presidente Felipe Calderón Hinojosa, se reforma y adiciona todo su contenido, actualiza atribuciones y obligaciones a los partidos políticos, el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Se definen obligaciones para que la ley establezca el procedimiento para la liquidación de las obligaciones de los partidos que pierdan su registro y los supuestos en los que sus bienes y remanentes serán adjudicados a la Federación, incorpora en cuatro apartados (del A al D), nuevas atribuciones y responsabilidades al Instituto Federal Electoral; adicionalmente también en materia de administración y contratación de espacios en medios de comunicación para los partidos políticos en tiempos de procesos electorales.

Con 107 votos a favor, uno en contra y cuatro abstenciones, los senadores avalaron en lo general y lo particular la reforma al artículo 41, en el cual se acuerda la elección de un nuevo titular del IFE en un plazo máximo de 30 días a partir de su entrada en vigor además de una serie de nuevas disposiciones para los partidos políticos en cuanto al acceso a los medios de comunicación. Además se puede mencionar que dentro de esta reforma se ponen límite a los tiempos en radio y televisión tanto en tiempo normal como en tiempo de campaña, se pretende con esta medida frenar los gastos generados por los partidos políticos en cuanto a su publicidad y especialmente a los tiempos que tienen en radio y televisión.

Es importante señalar, que para los fines del presente trabajo de investigación se centrara en lo relativo al acceso de los partidos políticos a los tiempos en radio y televisión, haciendo total énfasis en la omisión existente en las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Comenzando en particular, en la reforma en la que se refiera a:

“que ninguna otra persona pública o privada podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor ni en contra de partidos políticos o de candidatos a cargo de elección popular”.

Esta modificación fue propuesta por Jesús Murillo Karam, senador del PRI.

Cabe señalar, que en las pasadas elecciones del 2000 el partido de la Acción Nacional, realizo varios eventos de publicidad entre ellos spot de televisión y en radio a favor del candidato Vicente Fox Quezada, estas contribuciones se realizaron a través de aportaciones de los llamados “Amigos de Fox” dentro de las cuales ahora se sabe que hubo inversión extranjera y que rebasaron pero por mucho el límite permitido de gastos en las actividades de campaña.

Es por eso que los legisladores tomaron la determinación de poner en primer término que no se permita contratar propaganda a excepción del propio partido político que previamente dará aviso al IFE y de esta manera no podrá rebasar el límite de gasto ya que quedara registrado cuanto ha gastado y cuanto le sobra de crédito por decirlo de alguna manera, y lo más importante que ninguna propaganda podrá se pagada por alguna persona en particular o privada que no sea estrictamente el partido político. La Reforma Electoral señala que el acceso permanente de los partidos políticos a la Radio y Televisión será exclusivamente a través de los tiempos que el Estado disponga, y éstos serán asignados por el IFE.

La Reforma Electoral también prevé el derecho de réplica o de rectificación, y reduce en 85 por ciento el financiamiento privado a partidos para quedar en 40 millones de pesos, en lugar de los casi 270 millones actuales. Además, se crea un órgano técnico del Consejo General del IFE para la fiscalización de las finanzas de los partidos, que no estará limitada por los secretos bancario, fiduciario ni fiscal. De igual forma se toma en cuenta la renovación de los consejeros y el presidente del IFE, asunto que es de vital importancia para el funcionamiento del país, sin embargo no es objeto de estudio de la presente tesina, por lo que me permito pasar al siguiente punto el cual tiene como objetivo el estudio del acceso a los medios de comunicación de los partidos políticos.

Todos estos cambios al artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), dan el tema del presente trabajo, porque como se ha repetido anteriormente, los legisladores no contemplan dentro de las reformas a ninguna de las Tecnologías de la Comunicación y de la Información, es decir que no regulan como podrán los partidos políticos acceder a estas TIC's, y particularmente al Internet.

Para finalizar se destacaran los puntos más relevantes y materia de estudio de la presente tesis dentro del apartado A del artículo 41 de la citada Constitución:

- A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, quedarán a disposición del IFE tres minutos diarios por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión de las 6:30 horas a las 23:30 horas.
- Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. El tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley.

- Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el 85 por ciento del tiempo total disponible en tiempos oficiales.
- Cuando a juicio del IFE el tiempo total del Estado fuera insuficiente, informará a la autoridad en la materia a fin de obtener la ampliación que requiera.
- El tiempo establecido como derecho a los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el 30 por ciento en forma igualitaria y el 70 por ciento restante de acuerdo con los resultados de la elección para diputados inmediata anterior.
- Fuera de los periodos de precampañas y campañas, cada partido político nacional contará con 15 minutos mensuales de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión y tendrá derecho a participar conjuntamente en un programa especial que se transmitirá dos veces al mes.
- Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en radio y en televisión.
- Ninguna otra persona pública o privada, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar o difundir mensajes en radio y televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor ni en contra de partidos políticos o candidatos a cargos de elección popular.
- Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

2.3. Instituto Federal Electoral

El Instituto Federal Electoral, “es un organismo público, autónomo, responsable con personalidad jurídica y patrimonio propios, creado con la finalidad de cumplir la función del Estado de organizar y calificar, en el área administrativa las elecciones federales en México”.⁴⁸ Es decir, las relacionadas con la elección del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y de los diputados y senadores que integran el Congreso de la Unión.

Sus Oficinas Centrales se encuentran ubicadas en Viaducto Tlalpan No. 100 Col. Arenal Tepepan, Delegación Tlalpan, C.P. 14610, México, D.F. Como sus principales fines, del Instituto Federal Electoral, se pueden mencionar los siguientes:

- Contribuir al desarrollo de la vida democrática.
- Preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos.
- Integrar el Registro Federal de Electores.
- Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de sus derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones.
- Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión.
- Velar por la autenticidad y efectividad del sufragio.
- Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la cultura democrática.

Dentro de sus funciones se puede mencionar que el IFE, es el encargado de registrar a los ciudadanos para que puedan votar, otorga y vigila el cumplimiento de prerrogativas constitucionales y legales en materia electoral.

⁴⁸ COVARRUBIAS DUEÑAS, José de Jesús. Derecho Constitucional Electoral, 5a ed. México, Porrúa, 2008, p. 103.

Por otra parte, declara válida y otorga constancia de elecciones de Diputados y Senadores, asimismo el del Ejecutivo Federal, entre otras funciones.

Desde la fecha de creación del Instituto Federal Electoral la normatividad constitucional y legal en la materia ha experimentado importantes procesos de reforma: 1993, 1994, 1996 y 2007, que han impactado de manera significativa la integración y atributos del organismo depositario de la autoridad electoral. Entre los principales cambios e innovaciones, resultado de estos procesos de reforma, destacan los siguientes:

- La reforma de 1993 facultó a los órganos del Instituto Federal Electoral para la declaración de validez y la expedición de constancias para la elección de diputados y senadores así como para establecer topes a los gastos de campaña de las elecciones.
- La reforma de 1994 incrementó el peso e influencia de los consejeros ciudadanos en la composición y procesos de toma de decisiones de los órganos de dirección, confiriéndoles la mayoría de los votos y amplió las atribuciones de los órganos de dirección a nivel estatal y distrital.
- La reforma de 1996 reforzó la autonomía e independencia del Instituto Federal Electoral al desligar, por completo, al Poder Ejecutivo de su integración y reservar el voto dentro de los órganos de dirección, exclusivamente a los consejeros ciudadanos.
- La reforma de 2007 Menos dinero para partidos e IFE, mayor control en el acceso de los medios de comunicación, más fiscalización, campañas cortas, y regulación de precampañas, sin embargo, quedan algunas lagunas jurídicas, ya que no se mencionan las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, haciendo que los partidos políticos las usen indiscriminadamente y sin fiscalización.

2.3.1. Naturaleza Jurídica del Instituto Federal Electoral

Una vez constituido formalmente empezó a funcionar el 11 de octubre de 1990 como resultado de una serie de reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), aprobadas en 1989 y de la expedición de una nueva legislación reglamentaria en materia electoral, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), en agosto de 1990. El Instituto Federal Electoral está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, es independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesional en su desempeño. En su integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos. El Instituto Federal Electoral, “se encuentra integrado por representantes del Poder Legislativo Federal, los Partidos Políticos Nacionales, y ciudadanos mexicanos, siguiendo las prescripciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral y demás preceptos jurídicos en la materia”.⁴⁹

2.3.2. Atribuciones del Instituto Federal Electoral

El Instituto Federal Electoral, como ya se menciona está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, que se cuentan dentro de sus atribuciones. Sin embargo la Constitución dispone que el ejercicio de la función estatal de organizar las elecciones federales que tiene a su cargo el Instituto Federal Electoral se debe de regir por cinco principios fundamentales:

1. CERTEZA. Alude a la necesidad de que todas las acciones que desempeñe el Instituto Federal Electoral estén dotadas de veracidad, certidumbre y apego a los hechos.

⁴⁹ SÁNCHEZ GÓMEZ, Narciso, Op. Cit., p. 53.

Esto es, que los resultados de sus actividades sean completamente verificables, fidedignos y confiables.

2. LEGALIDAD. Implica que en todo momento y bajo cualquier circunstancia, en el ejercicio de las atribuciones y el desempeño de las funciones que tiene encomendadas el Instituto Federal Electoral, se debe observar, escrupulosamente, el mandato constitucional que las delimita y las disposiciones legales que las reglamentan.

3. INDEPENDENCIA. Hace referencia a las garantías y atributos de que disponen los órganos y autoridades que conforman la institución para que sus procesos de deliberación, toma de decisiones se den con absoluta libertad y respondan única y exclusivamente al imperio de la ley.

4. IMPARCIALIDAD. Significa que en el desarrollo de sus actividades, deben reconocer y velar permanentemente por el interés de la sociedad y por los valores fundamentales de la democracia, supeditando a éstos, de manera irrestricta, cualquier interés personal o preferencia política.

5. OBJETIVIDAD. Implica un quehacer institucional y personal fundado en el reconocimiento global, coherente y razonado de la realidad sobre la que se actúa y, consecuentemente, la obligación de percibir e interpretar los hechos por encima de visiones y opiniones parciales o unilaterales, máxime si éstas pueden alterar la expresión o consecuencia del quehacer institucional.

2.3.3. Estructura del Instituto Federal Electoral

Para un mejor funcionamiento de esta institución, en el artículo 108 del COFIPE se señala la estructura orgánica, dentro de los cuales se puede mencionar que Los órganos centrales del Instituto Federal Electoral son:

- a) El Consejo General.
- b) La Presidencia del Consejo General.
- c) La Junta General Ejecutiva.
- d) La Secretaría Ejecutiva.

Actualmente y de conformidad con lo preceptuado por el artículo 110 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), el Consejo General, se encuentra integrado de la siguiente manera:

Consejeros Electorales

- Consejero Presidente: Dr. Leonardo Valdés Zurita
- Secretario Ejecutivo: Lic. Edmundo Jacobo Molina

Propietarios

- Dra. María Macarita Elizondo Gasperín
- Mtro. Virgilio Andrade Martínez
- Mtro. Marco Antonio Baños Martínez
- Lic. Marco Antonio Gómez Alcántar
- Dr. Francisco Javier Guerrero Aguirre
- Mtro. Alfredo Figueroa Fernández
- Dr. Benito Nacif Hernández
- Mtro. Arturo Sánchez Gutiérrez

Atendiendo al principio de desconcentración en que se sustenta la organización y funcionamiento del Instituto, estos órganos están representados a nivel central, estatal (una delegación en cada una de las 32 entidades federativas), distrital (una subdelegación en cada uno de los 300 distritos uninominales) e incluso, en algunos casos, seccional. El Consejo General, es el órgano superior de dirección, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.

Independientemente de lo anterior, la ley dispone el funcionamiento permanente de cinco comisiones del Consejo General, que se integran exclusivamente por Consejeros Electorales:

- Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión;
- Organización Electoral;
- Servicio Profesional Electoral;
- Capacitación Electoral y Educación Cívica.
- Registro Federal de Electores;
- Quejas y Denuncias.

La Presidencia del Consejo General, debe velar por la unidad, eficiencia y eficacia de los órganos del Instituto, convocar y conducir las sesiones del Consejo, y vigilar que se cumplan. La Junta General Ejecutiva, debe proponer al consejo General las políticas y programas generales del Instituto, fijar los procedimientos administrativos, etc. La Secretaría Ejecutiva, coordina la junta general, administra y supervisa el desarrollo adecuado de las actividades de los órganos ejecutivos y técnicos del Instituto, entre otras funciones.

2.4. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

Todos los conflictos electorales de los distintos ámbitos de gobierno terminan en última instancia en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, para darle seguridad jurídica, certeza y legalidad a los distintos actos, resoluciones o actuaciones desarrolladas durante los procesos electorales. “Ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, deben de resolverse todas las controversias entre partidos políticos, candidatos, sobre vicios o irregularidades del proceso electoral o sobre cualquier otro acto electoral que lesiones los intereses de la ciudadanía, candidatos o partidos políticos”.⁵⁰

⁵⁰ Ibídem, p. 71.

2.4.1. Naturaleza Jurídica del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

En el Artículo 99 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, descansa el sustento jurídico del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. En él se menciona que el Tribunal Electoral será, con excepción de lo dispuesto en la fracción II del artículo 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la máxima autoridad jurisdiccional en la materia y órgano especializado del Poder Judicial de la Federación.

Además, señala que para el ejercicio de sus atribuciones, el Tribunal funcionará con una Sala Superior así como con Salas Regionales y sus sesiones de resolución serán públicas, en los términos que determine la ley. Y contará con el personal jurídico y administrativo necesario para su adecuado funcionamiento.

2.4.2 Funciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

El Tribunal Electoral funciona con una Sala Superior y cinco Salas Regionales, sus sesiones y resoluciones son públicas. Dentro de sus funciones se menciona que es competente para resolver en forma definitiva e inacutable:

- Las impugnaciones sobre las elecciones federales de diputados y senadores, de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, de este último caso, a más tardar el 6 de Septiembre del año de la elección, realizara el computo final.
- Las impugnaciones de actos y resoluciones de la autoridad electoral federal, que violen normas constitucionales o legales.
- Las impugnaciones de actos y resoluciones que violen los derechos político electorales de los ciudadanos de votar, ser votado y de afiliación libre y pacífica para tomar parte en los asuntos políticos del país.

- Las impugnaciones de actos o resoluciones definitivos y firmes de las autoridades competentes de las entidades federativas para organizar y calificar los comicios o resolver las controversias que surjan durante los mismos, que puedan resultar determinantes para el desarrollo del proceso respectivo o el resultado final de las elecciones.
- La determinación e imposición de sanciones en la materia.
- Los conflictos o diferencias laborales entre el Tribunal y sus servidores.
- Los conflictos o diferencias laborales entre el Instituto Federal Electoral y sus servidores.

De las funciones mencionadas, es interesante resaltar para estudio del presente trabajo, la función que desarrolla el Tribunal Electoral, que consiste en:

- Las impugnaciones de actos y resoluciones que violen los derechos político electorales de los ciudadanos de votar, ser votado y de afiliación libre, y pacífica para tomar parte en los asuntos políticos del país y la determinación e imposición de sanciones en la materia, como se vera en capítulos posteriores.

2.4.3. Medios de Impugnación del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

Los medios de impugnación son los mecanismos jurídicos consagrados en las leyes para modificar, revocar o anular los actos y las resoluciones en materia electoral que no se apeguen a Derecho. En materia electoral, la Constitución ordena el establecimiento de un Sistema de Medios de Impugnación de los que conocerán el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. El propósito de dicho sistema es dar definitividad a las distintas etapas del proceso electoral y garantizar que los actos y resoluciones electorales se sujeten invariablemente al principio de constitucionalidad y legalidad.

El Tribunal Electoral conoce únicamente de aquellos medios de impugnación que las partes legitimadas presenten en los plazos y términos que señala la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral y que son los siguientes:

- El recurso de apelación, el juicio de inconformidad y el recurso de reconsideración, para garantizar la constitucionalidad y legalidad de actos y resoluciones de la autoridad electoral federal;
- El juicio para la protección de los derechos político-electorales del ciudadano, para garantizar los derechos político-electorales de los ciudadanos de votar, ser votado y de asociarse individual y libremente para tomar parte en forma pacífica, en los asuntos políticos del país;
- El juicio de revisión constitucional electoral, para garantizar la constitucionalidad de actos o resoluciones de las autoridades locales en los procesos electorales de las entidades federativas; y
- El juicio para dirimir los conflictos o diferencias laborales entre el Instituto Federal Electoral y sus servidores.

En el artículo 41 fracción VI de la Constitución Política Federal, se encuentran las bases elementales de los medios de impugnación. En la actualidad, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se integra por la presidencia, coordinación general de asesores y secretario particular, actualmente, tiene en su organigrama a:

- Magistrada María del Carmen Alanís Figueroa
Presidenta del TEPJF
- Mtro. Patricio Ballados Villagómez
Coordinación General de Asesores
- Lic. Cecilia Tapia Mayans
Secretaría Particular

La sede del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se encuentra en Carlota Armero No.5000 Col. CTM Culhuacán C.P. 04480. México D.F. Del mismo modo cuenta con página de Internet del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en la cual se encuentra información relevante de impugnaciones, sentencias, criterios, legislaciones y tesis de jurisprudencia. Así como información relacionada con la estructura orgánica del Tribunal, sus antecedentes y reglamentos internos; enlaces al sitio de transparencia y acceso a la información pública, boletines de prensa y avisos de sesiones públicas. Para facilitar el acceso a la información relevante, se cuenta con un banco de información que contiene todas las sentencias emitidas por éste Tribunal, el cual permite buscar, navegar y categorizar la información solicitada.

2.5. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y los Medios de Comunicación

Como Ley Reglamentaria del multicitado artículo 41 Constitucional, las disposiciones del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), son de orden público y de observancia general en los Estados Unidos Mexicanos, en virtud de que reglamenta normas constitucionales relativas a: los derechos y obligaciones político-electorales de los ciudadanos; la organización, función y prerrogativas de los partidos políticos y las agrupaciones políticas y la función estatal de organizar elecciones de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión. Es necesario mencionar, que el acceso de los partidos políticos a los medios electrónicos ha sido un tema en torno al cual ha girado una parte significativa del debate jurídico político. “Hoy en día en México asiste a la formación de una sociedad diferenciada, compleja, que cuenta con más y mejores elementos cognoscitivos que en el pasado; es decir, vamos en transito hacia la sociedad de la información.”⁵¹

⁵¹ VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto, Op. Cit., p. 61.

Por otro lado y siguiendo con el tema, existen varios tipos de sanciones expresas o implícitas, en que se observan las disposiciones ya señaladas. Dentro de los actores de esta legislación se pueden mencionar a:

Ciudadanos mexicanos en general.

Como señala el artículo 35 Constitucional, las prerrogativas del ciudadano son las de votar, ser votado para todos los cargos de elección popular y nombrado para cualquier otro empleo o comisión, asociarse de manera libre e individual para tomar parte en forma pacífica en los asuntos políticos del país, etc. Sin embargo, hay que mencionar que los mexicanos somos muy apáticos para las cuestiones electorales, siendo el ejemplo más tangible: el hecho de ir a votar, ya que la mayoría de la ciudadanía se abstiene de emitir su voto. De igual forma se demuestra la apatía al no vigilar que se cumpla cabalmente los reglamentos establecidos a los partidos políticos.

Ciudadanos extranjeros.

Entendiéndose por extranjero, todo el que no sea mexicano. Los extranjeros que se inmiscuyan en asuntos políticos, contravienen las disposiciones constitucionales como lo señala el artículo 9 de la multicitada Constitución.

Observadores electorales.

Pueden ser en lo individual o a través de Asociaciones Políticas o de Ciudadanos. Se supone que es un derecho exclusivo de los ciudadanos mexicanos participar como observadores electorales.

Asociaciones políticas.

Conforme al artículo 9 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), solo los ciudadanos mexicanos podrán reunirse de manera pacífica para tomar parte en los asuntos políticos del país. El Instituto Federal Electoral (IFE), conocerá de las irregularidades en que haya incurrido un partido o agrupación política.

Iglesias, ministros de culto religioso y agrupaciones religiosas.

Como es conocido en México existe la libertad de creencias, existe también el principio de separación entre el Estado y las Iglesias, como se hace constar en el artículo 130 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), el cual fue reformado el 28 de enero de 1992.

De la misma forma, en la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, esta fundada en el principio histórico de la separación del estado y las iglesias, así como en la libertad de creencias religiosas, es reglamentaria de las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de asociaciones, agrupaciones religiosas, iglesias y culto público. Sus normas son de orden público y de observancia general en el territorio nacional. También afirma que los ministros de culto religioso no deberán de desempeñar cargos públicos, tendrán derecho de voto activo.

Autoridades en general.

Como ya se estableció, las autoridades están obligadas a cumplir y hacer cumplir los mandatos constitucionales y legales, lo cual tiene dos vertientes, la de las autoridades en general y respecto a la materia electoral se pretende garantizar a través de un sistema de medios de impugnación en materia electoral.

En el Libro Segundo, Título Tercero del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se regula lo que se conoce como: acceso a la radio y televisión, el financiamiento y otras prerrogativas de los partidos políticos, y como ya se ha mencionado en la reforma electoral, el Instituto Federal Electoral (IFE), tendrá la facultad exclusiva de administrar el tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión, el cual destinará a sus propios fines y a garantizar el acceso de los partidos nacionales a los medios electrónicos.

Como se puede apreciar se trata de un precepto jurídico, que ofrece una panorámica de diversos derechos con alto contenido económico y propiamente financiero.

Las prerrogativas que tienen los partidos políticos, recibiendo diversos apoyos, los cuales no siempre se justifican, porque lucran, se vician en su actuación y lo ven como el conducto más idóneo para mantenerse económicamente a sus dirigentes y otros afiliados, usando los medios de comunicación e información de una manera irresponsable, abusiva y hasta denigrante. Los Partidos Políticos, al ejercer sus prerrogativas en la radio y televisión, deberán difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas políticas; para ese efecto la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, y la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral, tendrán a su cargo la difusión de los programas respectivos, fijando las reglas que deben imperar, los programas y tiempos disponibles.

Es precisamente este ordenamiento jurídico el que debe brindar la regulación adecuada a los partidos políticos mexicanos, al acceso al Internet, esto claro, sin pretender de ninguna forma, el regular la libertad de acceder con la que cuentan los ciudadanos. Este punto se definirá más adelante.

2.5.1 Televisión

Con el propósito de que los partidos políticos tuvieran posibilidades de difundir ampliamente sus programas y plataformas electorales, en 1973 se consagró su derecho de acceder de manera gratuita a la radio y la televisión durante los periodos electorales, disponiendo para tal efecto de los tiempos oficiales que corresponden al Estado en esos medios (concesionados). Desde 1987, el derecho de acceso a la radio y la televisión adquiere carácter permanente y comprende 15 minutos mensuales de transmisiones para cada partido político.

Una reforma de 1990 dispone que se les otorguen tiempos adicionales de transmisión durante los periodos electorales, cuya asignación se realizaba tomando en cuenta exclusivamente su fuerza electoral.

A partir de una reforma de 1996, tanto los tiempos gratuitos permanentes como los adicionales durante el periodo electoral se asignan bajo una fórmula orientada a propiciar una mayor equidad: Treinta por ciento de los tiempos se distribuye de forma igualitaria entre todos los partidos políticos y 70% en forma proporcional a la votación obtenida en la más reciente elección de diputados federales. Desde de 1993, la ley regula y reconoce como derecho exclusivo de los partidos políticos el de la contratación de tiempos comerciales en la radio y la televisión durante los periodos electorales.

Para garantizar condiciones de equidad, la ley fija un mecanismo que faculta al IFE para fungir como instancia de mediación en el proceso de contratación de tiempos. Aunque actualmente esta función del Instituto Federal Electoral, estaba un poco obsoleta ya que los partidos políticos se las ingenian para poder gastar más en promoción por medio de terceras personas. O como los propios partidos políticos lo manejan por “donaciones”. Es así que en el año del 2007 los legisladores comenzaron a crear una nueva reforma que permita adecuar los gastos de los partidos políticos de tal manera que los reduce y no permite que puedan recibir “donaciones” u otro tipo de ayuda que no sea la que les es asignada por medio del Instituto Federal Electoral (IFE), ya que esta aportación es justa y equitativa para los partidos políticos y para el erario público.

2.5.2. Radio

En el Libro Segundo, Título Tercero, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se menciona como ha de distribirse el acceso a los partidos políticos al tiempo aire en la radio, dependiendo si están en campaña o precampaña electoral, también se toma en cuenta el cargo de elección popular por el que se este compitiendo.

La radio es el medio más potente, al igual que los costos en tiempo aire en televisión los partidos políticos deberán de prescindir de este medio de comunicación, aceptando el tiempo oficial que les sea asignado por el Instituto Federal Electoral (IFE).

Sin embargo no se ha mencionado el radio por Internet cuestión en que los partidos políticos aún no se enfocan en ésta, generando así una laguna legislativa.

En entrevista con el Dr. Benito Nacif, consejero electoral del Instituto Federal Electoral (IFE), para fundaciontv.com el jueves 19 de febrero de 2009, menciona: “que en la televisión y la radio, la propaganda electoral tiene regulación propia, a diferencia de los medios impresos e Internet donde existen aun lagunas legales. La concentración del gasto en radio y televisión se agrega un hecho preocupante, por nocivo para la sociedad y para el sistema democrático, consistente en la proliferación de mensajes negativos difundidos de manera excesiva en esos medios de comunicación”.⁵²

2.5.3. Tecnologías de la Información y Comunicación

En este punto del capitulado, se puede mencionar que el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), solo menciona a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), en su artículo 42, ya que en el se menciona que los partidos políticos tienen la obligación de tener la información actualizada en la página electrónica del Instituto Federal Electoral (IFE). Sin embargo el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), al hablar de prerrogativas en cuestión al acceso a los medios de información, no especifica más que la televisión y la radio, sin dar solución a otro tipo de formas como ejemplo: medio impresos, TIC's etc.

⁵² <http://fundaciontv.blogspot.com/2009/02/en-radio-y-tv-solo-los-partidos.html> 17/08/09 2:58 P.M.

En la actualidad se puede observar, como todos cada uno de los partidos políticos cuentan con su página electrónica y no solamente eso, sino que tienen varias dependiendo si se emplea el uso federal o estatal, en estas páginas electrónicas, se puede ver información del partido político, de sus candidatos, plataformas, pero lo más interesante es ver como dentro de esta página también se incluyen otras TIC's, por ejemplo mensajes vía celular, blogs, podcasts, etc.

Es por esta razón que el presente trabajo, pretende hacer hincapié en que con la finalidad de cerrar las lagunas existentes en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se modifique y adicione, para que se regule el acceso a las TIC's, especialmente el Internet. La actividad electoral quizá sea uno de los campos de la política en que se pueda observar claramente el uso y el impacto creciente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), si bien, en América Latina su utilización es incipiente, sólo como una herramienta adicional o marginal. La informática es hoy un recurso que permite a las organizaciones partidarias y sus candidatos manejar grandes cantidades de información (registro electoral, datos demográficos sobre votantes, tendencias electorales y otros) de valor estratégico para las campañas, imposible en el pasado reciente.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), permiten a los partidos políticos tanto, durante las campañas electorales como entre ellas, proveer información sobre su historia, principios, propósitos, estructuras y autoridades.

Los portales partidarios son un instrumento bastante utilizado para el diálogo y la interacción con afiliados, voluntarios y votantes en general, que permite enviar mensajes a la oposición o a la prensa, informar y persuadir a los indecisos o responder a ataques de adversarios.

Éstos sitios partidarios deben ser cuidadosamente contruidos y mantenidos, por que con frecuencia los utilizan los periodistas y, por supuesto los militantes de partidos contrarios. En ese contexto, para algunos, las TIC son una poderosa herramienta y fuente de información ideas, apoyo y vinculación nacional e internacional para organizaciones e individuos que buscan expresarse y asociarse en oposición a regímenes represivos autoritarios o totalitarios.

La participación ciudadana en la política, debe de ser de una manera formal o espontánea. Para que facilite la organización de movimientos políticos de interés civil y permite una integración de fuerzas que trasciende fronteras geográficas, que actúa como semillero de propagación de ideas, pero que en primera instancia esta limitado aquellas personas que están conectadas en términos de los procesos electorales, los autores aseguran que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), permiten una creciente interrelación entre candidatos y electores.

Así, como un acercamiento gradual entre ellos en la dirección de la democracia digital, en la forma de potenciales referendos elecciones y otras consultas democráticas que van adquiriendo características de democracia directa y que eventualmente tienen capacidad de generar una mayor confianza en los procesos democráticos.

Sin embargo teórica y tecnológicamente, cualquier estado también puede hacer uso de las TIC, para censurar y controlar el acceso a las telecomunicaciones y por ende las conexiones a sitios prohibidos y el flujo de mensajes de sus ciudadanos. “No es de sorprender que los gobiernos de países como China, Cuba, Vietnam, Burma, Arabia Saudita y varios del Medio Oriente hayan sido identificados tratando de controlar y prevenir el uso de Internet”.⁵³

⁵³ CAETANO, Gerardo, et al., Op. Cit., p. 29.

CAPÍTULO III

PARTIDOS POLÍTICOS Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

3. Partidos Políticos y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación

A lo largo del presente capítulo, se observara la íntima relación que guardan los partidos políticos con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's). Para lo cual es necesario hacer un recuento de la historia del nacimiento de los Partidos Políticos en nuestro país, asimismo la evolución que han tenido. Se conocerá la Legislación Actual aplicable a los Partidos Políticos. El creciente uso político de las TIC's por la sociedad civil y por los líderes y gobiernos modernos es incuestionable e inevitable. Internet, lejos de reforzar las posiciones más críticas con la democracia representativa, puede ser un instrumento de gran utilidad a favor de la misma por su capacidad para complementar los mecanismos estrictamente representativos desde un incremento notable de la participación política. "Por ello es cada vez más importante, por un lado, generar más conocimiento e información sobre los condicionantes, los usos, el potencial y el impacto de las TIC's en la política a través del estudio e investigación, y por otro lado concientizar y capacitar a las nuevas generaciones de lideres en la temática".⁵⁴ Será la política la que se encargara de usar para su provecho las enormes oportunidades que implica Internet. Cuanto más vota el elector al símbolo, a la ideología o al programa de un partido, más dependen los candidatos de su partido para ser elegidos.

3.1. Origen de los Partidos Políticos.

"Se puede decir que el nacimiento de los partidos políticos, propiamente, se remonta a la segunda mitad del siglo XIX; en 1850 había clubes políticos, asociaciones, grupos parlamentarios pero no partidos políticos, es decir, no eran organizaciones estructuradas que propusieran la adopción de un programa político determinado."⁵⁵

⁵⁴ *Ibíd*em, p. 44.

⁵⁵ DUVERGER, Maurice, *Los Partidos Políticos*, 11° edición, México, Fondo de Cultura Económica, 1989, p. 15.

Los Partidos Políticos nacen como entidades cuyo propósito era el de representar una corriente política determinada, a la vez que se pretendía acceder al gobierno para lograr participar activamente en las decisiones políticas. De esta manera es que en Grecia surge la democracia directa, como fórmula mediante la cual una comunidad se “auto gobierna”.

Aristóteles (384-322 a.C.), decía, que el hombre es un ser político, que necesita convivir con sus semejantes, pero a la vez encuentra que las diferencias de opinión que tiene con los mismos le impide lograr una convivencia armónica y pacífica con estos. Posteriormente, en Europa, la figura del rey se ve obligada a compartir su monopolio del poder político con el Parlamento, en un principio solo podían acceder al Parlamento, las personas cultas y ricas.

Como se puede apreciar en esta etapa el voto era restringido a cierto grupo de la sociedad, sin embargo con el advenimiento de la revolución industrial y la creciente importancia de las clases trabajadoras, el voto se extiende a las masas.

Es en este momento cuando nacen incipientemente los partidos políticos, como una necesidad de la sociedad. En 1850, en los Estados Unidos de Norteamérica, a los partidos políticos se les conocía en el sentido moderno: había tendencias de opiniones, clubes populares, asociaciones de pensamiento, grupos parlamentarios, pero no partidos políticos propiamente dichos.

A partir de 1950 los partidos políticos funcionan en la mayoría de los países, esforzándose las demás por imitarlas. El desarrollo de los partidos está ligado a la extensión del sufragio popular y de las prerrogativas parlamentarias, así como al desarrollo de organizaciones sindicales, cuna de los partidos socialistas.

El Doctor Francisco José de Andrea Sánchez, investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, nos menciona que: “en la actualidad los partidos políticos contemporáneos, son grupos políticos que despiertan y movilizan a los pueblos, representan intereses, facilitan compromisos entre ópticas contrarias, además de convertirse en un campo propicio de futuros dirigentes políticos, que es a lo que han progresado y llegado los partidos políticos”,⁵⁶ sin embargo es necesario dar una definición de lo que son los partidos políticos, lo cual se hará en el siguiente punto de este trabajo. A manera de síntesis se puede decir que el origen de los partidos políticos se desarrolla históricamente en forma paralela con el Estado democrático.

3.1.1. Definición de Partido Político

A pesar de que el partido político como tal es una figura conocida en todo el mundo, resulta difícil de dar un concepto generalizado porque dentro de cada país toma rasgos identificados, es por que para efecto de este tema se proporcionará la conceptualización de partidos políticos; para poder llegar a un concepto generalizado para el presente trabajo.

Max Weber (1864-1920) El partido es la forma de socialización que descansando en un reclutamiento libre tienen como fin proporcionar poder, a su dirigente dentro de una asociación y otorgar por ese medio a sus miembros activos determinadas probabilidades ideales o materiales.

E. Schumpeter (1883-1950) Un partido no es un grupo de hombres que buscan promover el bien común, basados en algún principio en el que todos están de acuerdo. Un partido es un grupo cuyos miembros se proponen actuar en concierto en la competencia por el poder político.

⁵⁶ Berlín Valenzuela, Francisco, Derecho Electoral, Porrúa, México, 1980, p. 107.

F. Epstein Un partido es cualquier grupo que busca obtener votos bajo un membrete.

Javier Orozco Gómez Se entiende por Partido Político como organizaciones estables que solicitan el apoyo social a su ideología y programas políticos para competir por el poder y participar en la orientación política del Estado.

Artículo 41 Constitucional Los Partidos Políticos son entidades de interés público y los convierte en uno de los principales protagonistas del quehacer electoral, al encomendarles la tarea de promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y hacer posible el acceso a los ciudadanos al ejercicio del poder público, que por reconociendo expresado en el artículo 39 dimana precisamente del pueblo.

En este orden de ideas, se puede conceptualizar, que Partido Político representa la parcialidad, conjunto de personas que siguen y defienden una misma fracción, opinión o causa. Es una agrupación que aspira al gobierno o dominación del Estado, con una ideología y un programa de acción definidos y una organización. Además, les corresponde a los partidos políticos reflejar la oposición de las fuerzas sociales dentro de la sociedad.

Expresado de otra forma; se refiere a la organización política que se adscribe a una ideología determinada o representa algún grupo en particular.

En nuestro país, los partidos políticos, son expresión del derecho fundamental de los ciudadanos a asociarse para defender agrupadamente ideas y objetivos políticos comunes, son una institución de la democracia moderna, asegurando la marcha regular del Estado al presentar programas y candidatos en las elecciones, mismos que los hacen identificables por la opinión pública que los clasifica en: conservadores, de izquierda, de derecha o centro.

Se puede afirmar que les corresponde a los partidos políticos reflejar la oposición de las fuerzas sociales dentro de la sociedad, materializar su acción en la estructura del Estado, contribuir a integrar la voluntad general, organizar educar e informar políticamente al cuerpo electoral e intervenir activamente en el proceso de selección de los dirigentes.

3.1.2. Los Partidos Políticos en México.

Los Partidos Políticos, contienen corrientes diferentes, las cuales se dividen en izquierdistas, derechistas o centralistas.

Así, la democracia supone la confrontación de ideas, de opiniones, de criterios y, principalmente, la libertad para expresarlas. Democracia y partidos políticos son instituciones inseparables, sin lucha partidista no habría democracia liberal social. Actualmente en nuestro país el Sistema Electoral Mexicano reconoce como partidos políticos mexicanos:

	<ul style="list-style-type: none"> • Partido Acción Nacional
	<ul style="list-style-type: none"> • Partido Revolucionario Institucional
	<ul style="list-style-type: none"> • Partido de la Revolución Democrática
	<ul style="list-style-type: none"> • Partido del Trabajo
	<ul style="list-style-type: none"> • Partido Verde Ecologista de México
	<ul style="list-style-type: none"> • Convergencia
	<ul style="list-style-type: none"> • Nueva Alianza
	<ul style="list-style-type: none"> • Partido Socialdemócrata

Los partidos políticos nacionales tienen personalidad jurídica, gozan de derechos y de las prerrogativas que establecen la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE). Se registrarán internamente por sus documentos básicos, tendrán la libertad de organizarse y determinarse. Podrán participar, en la preparación, desarrollo y vigilancia del proceso electoral; realizar libremente sus actividades; acceder a las prerrogativas y recibir el financiamiento público, organizar procesos internos para seleccionar, postular candidatos en las elecciones federales, formar coaliciones, tanto para las elecciones federales como locales, formar frentes con fines no electorales o fusionarse con otros partidos.

Asimismo, pueden ser propietarios, poseedores o administradores sólo de los bienes inmuebles que sean indispensables para el cumplimiento directo e inmediato de sus fines; abstenerse de recurrir a la violencia y a cualquier acto que tenga por objeto o resultado alterar el orden público, perturbar el goce de las garantías o impedir el funcionamiento regular de los órganos de gobierno; mantener el mínimo de afiliados en las entidades federativas o distritos electorales. Ostentarse con la denominación, emblema y color que tengan registrados, los cuales no podrán ser iguales o semejantes a los utilizados por partidos políticos nacionales ya existentes; mantener en funcionamiento efectivo a sus órganos estatutarios.

Además, deben de contar con domicilio social para sus órganos directivos; editar por lo menos una publicación trimestral de divulgación, y otra semestral de carácter teórico; sostener, por lo menos, un centro de formación política; publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos que les corresponden en las estaciones de radio y en los canales de televisión, la plataforma electoral que sostendrán en la elección de que se trate; permitir la práctica de auditorías y verificaciones por los órganos del Instituto Federal Electoral.

Comunicar al Instituto cualquier modificación a sus documentos básicos, dentro de los diez días siguientes a la fecha en que se tome el acuerdo correspondiente por el partido. Al igual de utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, de carácter religioso en su propaganda. Los Partidos Políticos también deben de abstenerse, en su propaganda política o electoral, de cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas.

La garantía constitucional para los fines de un nuevo modelo de comunicación social entre sociedad y partidos políticos, en la que el Estado destina, durante los procesos electorales, el tiempo del que se dispone en radio y televisión para los fines señalados en la nueva Base III del artículo 41 constitucional. Se trata de un cambio de uso del tiempo de que ya dispone el Estado, no de la imposición del pago de derechos o impuestos adicionales a los ya existentes. Esta Reforma Electoral es, sin duda, la más trascendente de todas las que hasta ahora se han hecho. Se destaca, en primer término, que se busca reducir el costo generado por la mediatización y la spotización de las campañas electorales. Los ciudadanos y los medios de comunicación han reclamado que se disminuya el costo de las elecciones.

Es de mencionarse que algunos partidos políticos no lo realizan al pie de la letra, y hasta han abusado de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), ya que en las pasadas elecciones de julio de 2009, el Presidente del PAN, realizó spot con declaraciones ofensivas hacia el PRI y el PRD, lo original de esta acción fue que los spot solo salieron en Internet, en la página del propio partido político PAN, y luego fueron difundidos en varias páginas de videos como lo son You Tube, Sonico, Facebook etc. Por ejemplo en el Proceso Electoral Federal del año 2006, se destinaron 6 de cada 10 pesos de la prerrogativa pública para contratar anuncios y spots en radio y televisión. Algunos medios electrónicos de comunicación no les interesa la democracia.

A esta telecracia antidemocrática solo les interesa el dinero; y han hecho del proceso electoral un mercado para la realización de un vil negocio a costa de los ciudadanos. Con la reforma planteada al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se garantiza el acceso permanente de los partidos políticos a la radio y la televisión, además de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC's), lo cual se realizará exclusivamente a través de los tiempos de que el Estado disponga en dichos medios conforme al COFIPE y al Instituto Federal Electoral (IFE), como autoridad para estos fines.

Por otra parte y continuando con las características de los partidos políticos, se puede mencionar que los ciudadanos tienen derecho a acceder a la información de los partidos políticos de conformidad con las reglas previstas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE). Accederán a la información de los partidos a través del Instituto Federal Electoral, mediante la presentación de solicitudes específicas. Cuando la información solicitada tenga el carácter de pública y no obre en poder del Instituto, debiendo estarlo, éste notificará al partido requerido para que la proporcione en forma directa al solicitante, dentro del plazo que señale el reglamento.

Es importante señalar que el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), menciona en su artículo 41, fracción 5 y 6, la pequeña relación que toma en cuenta entre los Partidos Políticos y las Tecnologías de la Información y Comunicación, al mencionar que si algún ciudadano solicita algún dato, y éste se encuentre disponible en la página electrónica del Instituto, o en la del partido de que se trate, se le notificará al solicitante para que la obtenga en forma directa, salvo que el interesado requiera en forma impresa o en medio digital. También señala que los partidos políticos están obligados a publicar en su página electrónica, por lo menos, la información del propio COFIPE.

3.2. Regulación Jurídica de los Partidos Políticos Mexicanos.

En nuestro país la legislación máxima es la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), la cual menciona en varios artículos la reglamentación de los partidos políticos, estos artículos se mencionan a continuación.

Artículo 9o. "No se podrá coartar el derecho de asociarse o reunirse pacíficamente con cualquier objeto lícito; pero solamente los ciudadanos de la República podrán hacerlo para tomar parte en los asuntos políticos del país. Ninguna reunión armada tiene derecho a deliberar (...);"

Artículo 35. "Son prerrogativas del ciudadano: (...) III. Asociarse individual y libremente para tomar parte en forma pacífica en los asuntos políticos del país."

Por su parte el artículo 41, cita "(...) los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. (...) Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. (...) "Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley."

Por último el Artículo 54 menciona que la elección de los 200 diputados según el principio de representación proporcional y el sistema de asignación por listas regionales, se sujetará a las siguientes bases y a lo que disponga la ley.⁵⁷

⁵⁷ CASTELLANOS HERNÁNDEZ, Eduardo. Derecho Electoral en México: Introducción General, Trillas, México: 1999, p. 45.

Estos son los artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), que mencionan a los partidos políticos, no obstante que de la misma, emana el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), que es la ley encargada de regular específicamente a los partidos políticos, desde la definición de los mismos, hasta la forma de financiamiento, elecciones, registro, etcétera. El Código en mención, también regula en cuanto al acceso a los medios de comunicación, sin embargo de esto se hablará en los siguientes puntos del presente capítulo.

3.2.1. Fundamento de los Partidos Políticos Mexicanos: Artículo 41 Constitucional.

En México, la regulación de los partidos políticos, ha estado plasmada en el artículo 41 de nuestra constitución. Es importante recapitular la vida de este artículo para comprender la evolución que ha tenido y la repercusión que actualmente conlleva. El artículo 41 Constitucional ha tenido seis reformas y han sido publicadas en el Diario Oficial de la Federación, con las siguientes fechas: "1ª Reforma DOF 06-12-1977, 2ª Reforma DOF 06-04-1990, 3ª Reforma DOF 03-09-1993 *Fe de erratas* DOF 06-09-1993, 4ª Reforma DOF 19-04-1994, 5ª Reforma DOF 22-08-1996, 6ª Reforma DOF 13-11-2007".⁵⁸

La primera modificación al artículo 41 constitucional fue por iniciativa del entonces presidente José López Portillo, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 6 de diciembre de 1977, en ella se establecían los dos niveles de la soberanía popular y aparecieron los partidos políticos institucionalizados. En la reforma de José López Portillo afirmaba que "los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral."⁵⁹ De igual manera, en el mencionado artículo constitucional se exponían los fines de los partidos:

⁵⁸ PATIÑO, Camarena, Javier, Op, Cit., p.p. 65-80.

⁵⁹ *Ibidem*, p.p. 65-85

- Promover la participación del pueblo en la vida democrática.
- Contribuirían a integrar la representación nacional
- Hacer posible el acceso de los ciudadanos al ejercicio del poder.

También, se acentuaba de manera fundamental que, “los partidos políticos tendrían derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social”.⁶⁰ Finalmente, se les abría al uso de un mínimo de elementos para sus actividades.

Durante el período en que se realizó esta reforma nadie en el país se imaginaba cuáles iban hacer los alcances que tendría el Internet como un medio de comunicación, es hasta la década de los 90’s que empieza hacer su aparición más formalmente la computadora como medio de comunicación en nuestro país. El artículo 41 se mantuvo, en los términos antes descritos, hasta la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari, quien modificó el precepto en tres ocasiones. En 1990 se declaró que la organización de las elecciones federales, sería una función estatal ejercida por los poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión, pero, además, con la participación de los partidos políticos nacionales y de los ciudadanos.

La función se realizaría a través de un organismo público (Instituto Federal Electoral) dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios. Se realizó una segunda reforma al artículo 41, publicada en el Diario Oficial de la Federación de 3 de septiembre de 1993. “En esta ocasión, fue darle definitividad a las distintas etapas de los procesos electorales, excluyendo ya a los colegios electorales de las respectivas cámaras”.⁶¹ La única calificación definitiva e inatacable, sería la emitida por la Cámara de Diputados en relación con la declaración de presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en los términos de la fracción I del artículo 74 constitucional.

⁶⁰ Íbidem, p.p. 65-85

⁶¹ Íbidem, 65-80.

La tercera reforma del artículo 41 constitucional, por parte del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 19 de abril de 1994, estableció que se reformaban los párrafos octavo, noveno, décimo séptimo y décimo octavo del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Es decir que estas modificaciones en unión de los artículos 39 y 40 de la Constitución forman el basamento indispensable en la Ley Mayor en lo relativo a soberanía popular, forma de gobierno y los dos niveles de la soberanía del pueblo: la federal y la local. Con Ernesto Zedillo Ponce de León, se definía que la ley debe fijar los criterios para determinar los límites a las erogaciones de los partidos políticos en sus campañas electorales; establecerá los montos máximos que tendrán las aportaciones pecuniarias de sus simpatizantes y los procedimientos para el control y vigilancia del origen y uso de todos los recursos con que cuenten. Asimismo, señalará las sanciones que deban imponerse por el incumplimiento de estas disposiciones.⁶² Además, se actualizan atribuciones a los partidos políticos, al IFE y al TRIFE.

Por último en el pasado noviembre de 2007, con 107 votos a favor, uno en contra y cuatro abstenciones, los senadores avalaron en lo general y lo particular el dictamen, que acuerda la última reforma al artículo 41 Constitucional, “con esta reforma se modifica y adiciona en su totalidad, algunos de los puntos más relevantes de dicha reforma se encuentran: una serie de nuevas disposiciones para los partidos políticos en cuanto al acceso a los medios de comunicación, se incorporan en cuatro apartados (del A al D), nuevas atribuciones y responsabilidades al Instituto Federal Electoral; adicionalmente en materia de administración y contratación de espacios en medios de comunicación para los partidos políticos en tiempos de procesos electorales”.⁶³

⁶² Consultado en la página de Internet http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_136_22ago96_ima.pdf el día 10/08/2008, 11:45 P.M.

⁶³ ACKERMAN, John M. coor. Nuevos Escenarios del Derecho Electoral: Los Retos de la Reforma de 2007-2008. IJ-UNAM, México, 2009, p. 169.

Como se mencionó anteriormente, dentro de esta reforma se ponen límites a los tiempos en radio y televisión, tanto en tiempo normal como en tiempo de campaña, se pretende con esta medida frenar los gastos generados por los partidos políticos en cuanto a su publicidad y especialmente a los tiempos que tienen en radio y televisión.

En lo que respecta a la reforma electoral para efectos del presente trabajo, interesa en particular la modificación que se realizó en cuanto al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación social. Como se puede observar, los legisladores dan la certeza de que las organizaciones políticas no excederán de cierto presupuesto previamente destinado a cada partido político.

Sin embargo, esta es una tarea difícil de cumplir, en cuanto al acceso a los medios de comunicación, ya que los legisladores sólo regularon el tiempo aire en la radio y televisión, sin tomar en cuenta las TIC's, en particular a Internet porque a pesar de ser un medio de relativo bajo costo, ahora los partidos políticos estarán utilizándolo, y este servicio, entrará dentro de la financiación de los partidos. Porque estos grupos políticos, disminuirán su presencia en la televisión y radio, pero no prescindirán de la propaganda electoral, que se genera por medio de páginas Web (las cuales cobran una renta mensual), este tipo de publicidad se da por anuncios dentro de una página, también puede ser por medio de correo electrónico, por citar algunos ejemplos.

3.2.2. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. (COFIPE)

En este ordenamiento legal, se enmarca el funcionamiento de los partidos políticos, desde su nacimiento, registro, derechos, obligaciones, acceso a los medios de comunicación, financiamiento, de coaliciones, fusiones, frentes y hasta la pérdida de su registro.

Este Código en su artículo 41, menciona que cualquier persona tiene derecho a acceder a la información de los partidos políticos. A través del Instituto Federal Electoral (IFE), mediante la presentación de solicitudes específicas. Además, indica que los partidos políticos están obligados a publicar en su página electrónica, información relativa a su partido. Como se puede observar, el código en mención, tiene en cuenta el uso de herramientas para información en este caso Internet, para que los partidos políticos accedan a la publicación de diferente tipo de información, sin embargo no se habla de que otros tipos de TIC's, ni mucho menos de las limitaciones que deben de tomar en cuenta los partidos políticos, para regular el uso de esta herramienta tan importante en nuestros días.

El concepto de este artículo es importante ya que marca cómo el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), comprende dentro de su marco el uso de las TIC's en particular el Internet, sin embargo sólo a modo de herramienta y no a manera de un medio de comunicación masiva, como se menciono anteriormente.

Por otra parte, en el Artículo 48 del mismo ordenamiento, se maneja que las prerrogativas de los partidos políticos nacionales, un punto fundamental en el presente trabajo, es referente al acceso a la radio y televisión, de la misma forma el uso de las franquicias postales y telegráficas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones.

En esta misma tesitura, el Artículo 49, suscribe que los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, a través de las disposiciones del mismo ordenamiento y la Constitución Política, un punto interesante dentro de este artículo, es que maneja que los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales, en otra parte menciona que ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

Del mismo modo, se especifica que queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Cabe hacer mención, lo que pasó con la candidatura adelantada de Vicente Fox Quezada, ya que en su campaña salieron a la luz pública recursos extranjeros dentro de los llamados amigos de Fox, sin embargo de esto se hablará más adelante.

Continuando con este ordenamiento en su Artículo 69, menciona que en ningún caso el Instituto podrá autorizar a los partidos políticos tiempo o mensajes en radio y televisión en contravención de las reglas establecidas. Al mismo tiempo, señala que los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión de los partidos políticos serán sufragados con sus propios recursos. Este punto es muy interesante ya que se menciona gastos de radio y televisión, que como se sabe la producción de comerciales es costosa, sin embargo en Internet la publicidad es más económica.

Aunque esto es por ahora irrelevante porque como se ha mencionado anteriormente no existe legislación en este punto, pero en el momento que se haga realidad la legislación del acceso de los partidos políticos a las TIC's, en particular el Internet sería interesante observar cómo se desarrolla el punto del gasto en cuestión de publicidad por Internet. Por último dentro del artículo 75 en su párrafo segundo señala que las transmisiones en los servicios de televisión restringida deberán suprimir, durante los periodos de campaña, tanto federal como local, los mensajes de propaganda gubernamental.

Como se puede observar que el Código Federal de Procedimientos Electorales, considera que cada partido político, tenga página electrónica lo que supone se reconoce la existencia de las nuevas tecnologías en este caso el Internet. Sin embargo, no se regula jurídicamente, el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación para los partidos políticos mexicanos.

3.3. Los Partidos Políticos Mexicanos y su relación con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), en el contexto de la Sociedad de la Información.

Al abordar este punto es importante destacar que los partidos políticos mexicanos, han estado íntimamente relacionados con los medios de comunicación, ya que es la principal forma en que dan a conocer a sus candidatos, ideologías, así como las plataformas políticas. Es la Ley Federal Electoral de 1973 la que prevé por vez primera, el uso de los medios electrónicos por parte de los partidos políticos por 10 minutos quincenales, limitado a la jornada electoral y en programas colectivos (artículo 39).

Más tarde, en 1977 la Ley Federal de organizaciones Políticas y Procesos Electorales introdujo en la fracción I del artículo 48, que es prerrogativa de los partidos políticos tener acceso de forma permanente a la radio y la televisión, pero otorgo al reglamento respectivo la atribución de fijar los tiempos de uso.

El reglamento prescribía en su artículo 34 que: del tiempo que la Comisión Federal Electoral determine a cada uno de los partidos políticos le corresponderá igual cantidad, sin que el tiempo para cada partido político sea inferior a 15 minutos mensuales. Sin embargo las propagandas electorales han ido evolucionando a medida que han avanzado los medios de comunicación.

Actualmente, la publicidad maneja como medio de comunicación a las Tecnologías de la Información y Comunicación, que anteriormente han sido descritas, si bien es cierto que los partidos políticos han usado y explotado a los medios de comunicación para hacer su propaganda política, en la actualidad empiezan a utilizar las TIC's.

No obstante y para reforzar este argumento es importante hacer un repaso, de la relación tan estrecha que se ha dado entre los medios de comunicación y los partidos políticos.

También, señalan que estas herramientas favorecen un mayor grado de transparencia entre candidatos políticos, sus campañas y electorado. Para estos autores, sin embargo, los sitios o portales de candidatos y partidos o de instituciones gubernamentales, si bien permiten un acercamiento a la ciudadanía, también crean un canal de comunicación de dos vías que implica la responsabilidad y obligación de responder adecuada y perentoriamente, a las sugerencias y pedidos de cuentas, de los ciudadanos. "Este nuevo contexto obliga a los políticos tanto en campaña como en el gobierno a ser lo más transparentes posible, so pena de ser puestos en evidencia sino lo hacen".⁶⁴

Precisamente, con el propósito de que los partidos políticos tuvieran posibilidades de difundir ampliamente sus programas y plataformas electorales, en 1977, se consagró su derecho de acceder de manera gratuita a radio y la televisión durante los periodos electorales, disponiendo para tal efecto de los tiempos oficiales que corresponden al Estado en esos medios (concesionados).

Más adelante, el derecho de acceso a la radio y la televisión adquiere carácter permanente y comprende 15 minutos mensuales de transmisiones para cada partido político.

⁶⁴ CAETANO, Gerardo, Op. Cit., p. 38.

Una reforma de 1990, dispone que se les otorguen tiempos adicionales de transmisión durante los periodos electorales, cuya asignación se realizaba tomando en cuenta exclusivamente su fuerza electoral. A partir de una reforma de 1996, tanto los tiempos gratuitos permanentes, como los adicionales durante el periodo electoral se asignan bajo una fórmula orientada a propiciar una mayor equidad. Treinta por ciento de los tiempos se distribuía de forma igualitaria entre todos los partidos políticos y 70% en forma proporcional a la votación obtenida en la más reciente elección de diputados federales.

En las últimas dos elecciones presidenciales, por mencionar un ejemplo, la función regulatoria del Instituto Federal Electoral (IFE), en cuanto al acceso a los medios de comunicación, estaba siendo limitada. Porque los partidos políticos se las ingeniaban para poder obtener mayor propaganda que la designada por el Instituto, esto se ejemplifica en las elecciones del año 2000, con el entonces candidato Vicente Fox Quezada, que por medio de terceras personas, Amigos de Fox se manejaban donaciones, las cuales llegaron ser una muy buena inyección de capital a la campaña de Fox.

Si bien es cierto en el año del 2007 los legisladores comenzaron a crear una nueva reforma para adecuar los gastos de los partidos políticos, de esta forma los reduce y no permite que puedan recibir “donaciones” u otro tipo de ayuda que no sea la que les es asignada por medio del Instituto Federal Electoral (IFE), por ser esta una prestación justa y equitativa para todos los partidos políticos y más aun para el erario público.

Sin embargo, dentro de esta reforma falta tomar en cuenta a las TIC's, y fundamentalmente el Internet como un medio de comunicación, ya que es una realidad que en este momento se va fortaleciendo como un medio de comunicación, y no existe regulación alguna para usar esta herramienta, ni se condiciona el acceso de los partidos políticos para que se puedan promocionar en Internet.

“El arte de gobernar se reduce al manejo de la mercadotecnia, la comunicación social o las relaciones públicas, sino de tener claridad sobre la creciente importancia, en los tiempos modernos, de los medios de comunicación no solo en la construcción de la imagen gubernamental, sino también en la legitimidad política de todo grupo gobernante. Gobernar es gran medida comunicar”.⁶⁵ Conforme a lo mencionado esto es interesante, porque volviendo a referenciar las pasadas elecciones del 2000, Vicente Fox Quezada, realizó varios eventos de publicidad durante la etapa previa a su registro oficial como candidato.

Entre estos se pueden mencionar varios spot de televisión y en radio a su favor, estas aportaciones se realizaron a través de los ya mencionados Amigos de Fox dentro de los cuales ahora se sabe que hubo inversión extranjera y que rebasaron pero por mucho el límite permitido de gastos en las actividades de campaña.

Continuando así con este punto, en relación a las elecciones presidenciales del año 2006, en las cuales el Consejo Empresarial en apoyo al entonces candidato Felipe Calderón Hinojosa, uso spots de televisión de una manera muy ofensiva al entonces también candidato Manuel López Obrador, los cuales se transmitían en televisión, sin embargo al día siguiente podían ser vistos por Internet, en páginas destinadas a videos. Con esto se puede observar que ya existe una relación de los partidos políticos con el Internet que como se ha mencionado es una TIC's.

La primera idea que tiene todo gobernante es que gobernar es comunicar. Esto es, en la responsabilidad de gobernar no solo es importante un buen desempeño por parte de los titulares de las diferentes dependencias gubernamentales, sino también informar a los ciudadanos sobre los logros, avances, problemas y planes que se tienen. Coloquialmente hablando se puede decir no sólo se debe poner el huevo, hay que saber cacarearlo.

⁶⁵ VALDEZ ZEPEDA, Andrés, Mercadotecnia Gubernamental, Universidad de Guadalajara, México, 2004, p. 57.

Es decir la legitimidad de un gobierno también se construye por golpes publicitarios espectaculares. Otro ejemplo del uso de las TIC's lo da el actual Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Marcelo Luis Ebrard Casaubon, ya que en la página electrónica del Distrito Federal, tienen un espacio reservado para charla entre funcionarios y ciudadanos por medio de un Chat que se maneja por horarios específicos, en este ejemplo no solo se está informando al ciudadano acerca del gobierno, sino que también se está interactuando con él, por medio de un clic, o como también menciona por medio de celular.

Para finalizar con este punto, y siguiendo este orden de ideas, aún que los legisladores reformaron el artículo 41 Constitucional en noviembre de 2007, en la cual se pusieron nuevas pautas en cuanto al acceso de los partidos políticos a la televisión y radio, abusando de una gran laguna en nuestra legislación al no especificar las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

Como por ejemplo, es de observarse el Partido de la Revolución Democrática, por medio de el ex candidato a la presidencia de la república Andrés Manuel López Obrador, para el día 17 de noviembre, estaba lanzando por medio de Internet, spots alusivos a su toma de gobierno legítimo, por supuesto con el apoyo de su partido político PRD, cuando la reforma a el artículo 41 Constitucional, se publicó el día 13 de noviembre de 2007.

Con acciones como estas, solo se puede decir que cuanto más local se hace la política, más desaparece la visión y la búsqueda del interés general, del bien de la comunidad. Con la televisión las autoridades se convierten en divos cine, mujeres hermosas, cantantes, futbolistas, etc. Como ciudadanos también ellos tienen el derecho a expresar opiniones sobre política; pero no opiniones acreditadas a las que se les debe dar un significado o valor especial, un ejemplo de ello es la publicidad que realiza ahora Lucero y anteriormente Angélica Rivera para el gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto.

Con todos y cada uno de los anteriores ejemplos lo que se quiere hacer ver, es la relación tan estrecha que tienen los partidos políticos y las TIC's, porque no es una herramienta desconocida para ellos, que si bien es cierto no ha sido del todo explotada, lo será de no existir la regulación que especifique su uso, forma, en espacio y tiempo, del acceso a estas tecnologías de los partidos políticos.

Es fundamental que no se confunda la intención de este trabajo de investigación, si bien es cierto que en la reforma electoral no se regulo el acceso a Internet a los partidos políticos, no seria buena idea el proponer una censura o prohibición a este servicio, ya que es bien sabido que internacionalmente este es un debate actual, porque aún no existe una autoridad que lo pueda regular por ser un medio internacional de comunicación. Es decir no se puede negar el acceso a Internet a los ciudadanos porque sólo haría ahondar en la brecha digital, pero como en una Institución como lo son los partidos políticos, y para una intención en particular como lo es la propaganda electoral, es importante que exista una regulación que si bien no prohíba el acceso a las TIC's, limite o condicione este acceso para que no se vea perjudicada la libre elección del voto ciudadano. Ciertamente los partidos políticos al no tener amplio acceso a la radio y televisión, volteará como lo ha venido haciendo, a la Red de redes que esta demostrando ser un medio de comunicación y no un medio simple, sino un medio de comunicación masivo, el cual es un potencial que aún falta mucho por conocer, ya que sus alcances están en este momento rebasando la legislación de nuestro país. En recientes publicaciones, sobre las relaciones de Internet y algunos sistemas parlamentarios, muestran a partir de estudios empíricos, que en realidad todos los parlamentos tienen web site. Todos los partidos tienen Internet en los países desarrollados, pero son vías unidireccionales de información para captar la opinión para convertir simplemente a los ciudadanos en votantes potenciales y para que los partidos obtengan la información para saber como ajustar su publicidad. En este sentido el problema no es Internet, el problema es el sistema político.

Para las elecciones presidenciales de México en el 2000, Internet también figuro en las campañas de los principales candidatos. Sin embargo, el contenido de los sitios era principalmente informativo o de lo que se llama folletos virtuales.

Los folletos virtuales no ofrecían mucho más que información sobre los candidatos, sus familias, sus planes de gobierno, y en el caso de Vicente Fox, la declaración jurada de sus bienes. México es hoy el segundo país en América Latina en número de personas conectadas, pero la cifra es baja como porcentaje de la población total.

Por consiguiente, Internet no se uso como herramienta de comunicación masiva. En los Estados Unidos de América, algunas proyecciones indican que para el 2008 las campañas políticas invertirán un cuarto de sus presupuestos en Internet, casi el doble de lo que se proyecta para el 2004.

La democracia ha sido definida con frecuencia como un gobierno de opinión. Actualmente, el pueblo soberano opina sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar.

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. “La televisión condiciona o puede condicionar, fuertemente el gobierno es decir, las decisiones del gobierno pueden o no pueden hacer, o decidir lo que va hacer”.⁶⁶

⁶⁶ SARTORI, Giovanni, Op. Cit., p. 71.

CAPÍTULO IV

ACCESO A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE JULIO DEL 2009

4. Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Campañas Electorales de Julio del 2009

En las elecciones intermedias de julio del 2009, se pudo observar como los partidos políticos tuvieron acceso a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, especialmente el Internet en sus diferentes facetas, es decir, se vio propaganda electoral dentro de correos electrónicos, las páginas electrónicas estuvieron a un clic de distancia, se abrieron foros de discusión, blogs, y hasta hubo videos políticos en You Tube y otras páginas.

En este capítulo se pretende abordar y exponer la problemática que esto representa, tanto para el ciudadano común que entra al servicio de Internet y se ve “atacado” por ésta propaganda electoral. De igual forma se muestra cómo es que la reforma electoral tiene una amplia laguna al dar el acceso a los partidos políticos a los medios de comunicación, y guardar absoluto silencio en relación a las TIC’s. Es por ello, que se plantea además la posible Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

“Si en general la libertad de prensa en los medios electrónicos ha sido vista desde el poder con inquietud, más aún ha sido observada la comunicación política en los procesos electorales, habida cuenta de que esta área interdisciplinaria incide, de una u otra forma, en el comportamiento político de la ciudadanía, en la actuación de los organismos electorales y, a final de cuentas en el sistema político en su conjunto”.⁶⁷ De ahí la importancia de los debates históricos en donde los partidos han pugnado por su acceso a medios electrónicos, en un esquema de reglas claras y apacibles para todos los contendientes; es decir, plasmadas en normas de derecho positivo a efecto de lograr niveles mínimos de equidad en la contienda electoral.

⁶⁷ VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto, Op. Cit., p. 62.

“El derecho a obtener información que permita la identificación de los medios y aplicaciones empleadas y del órgano que ejerce la competencia surge como consecuencia de la utilización de las TIC´s. el ciudadano tiene que saber cual es el software que se ha empleado y cual es ente administrativo titular de la función en que se concreta la competencia de que se trate”.⁶⁸ El propósito de este punto del presente capitulado es analizar el uso de la información y de Internet en las campañas electorales en América Latina y el impacto de estas nuevas tecnologías sobre el modo de hacer campañas, de igual forma sobre la comunicación política. Para tal fin, se comienza con un acercamiento teórico al tema, donde se plantean los principales aspectos de la incorporación de Internet en las campañas electorales desde la perspectiva conceptual.

En segundo lugar este estudio presenta un diagnostico de la situación actual del uso del Internet en campañas electorales en América Latina, explicando como se encuadran las nuevas tecnologías con las herramientas tradicionales de comunicación, como la televisión, la radio, los medios escritos y las manifestaciones publicas (actos, mítines, concentraciones, plazas públicas, etc.), según el país.

4.1. Internet

Como ya es conocido Internet no solo se limita a ser un medio de comunicación simple y llano, por el contrario es la sutil interrelación de varios tipos de comunicación de una forma igual.

Es decir, al estar frente a una computadora que se pueda conectar a la red de redes, se abre un amplio panorama de donde se puede sacar información, se puede ir desde la simple consulta con un buscador (llámese Google, Yahoo, Altavista T1MSN, etc.), correo electrónico, chat, blogs, foros de discusión y las ahora llamadas y muy solicitadas redes sociales.

⁶⁸ FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Op. Cit., p. 51.

Dentro de este concepto es importante recalcar que no se pretende, de ninguna manera restringir el acceso al ciudadano, sin embargo es trascendental, marcar los lineamientos jurídicos necesarios para el acceso a este nuevo medio de comunicación, a los partidos políticos.

Dada la forma en que se puede bajar la información de Internet, es necesario que se les constriña a los partidos políticos la información, propaganda y videos electorales que se suban a la red cuenten con un mínimo de calidad que previamente sea designada por el propio Instituto Federal Electoral (IFE). Como lo muestran los zapatistas en México, las FARC en Colombia, la ETA en España, o los movimientos extremistas islámicos, diseminar la información terrorista y muy peligrosa por la red es un elemento de comunicación importante para estos grupos. Sus campañas también son políticas, aunque no necesariamente pueden encuadrarse dentro del sistema electoral, si bien es cierto, muchas veces estas organizaciones buscan incidir en determinados comicios.

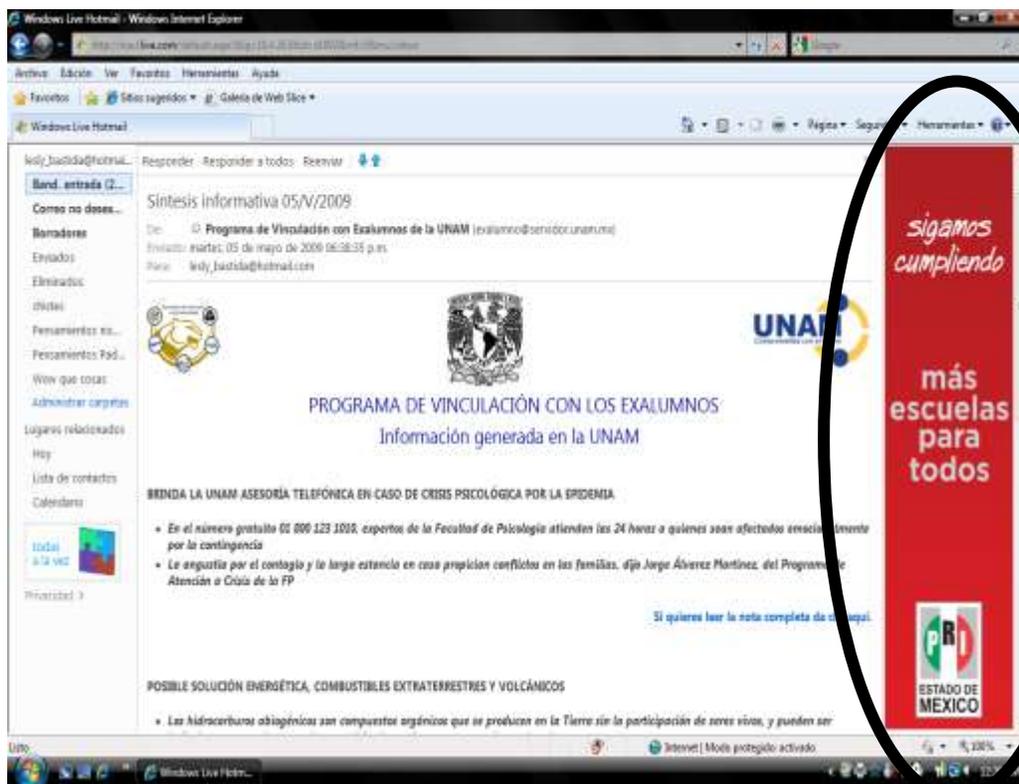
En el caso de la recaudación de fondos, Internet llega a más pequeños donantes que los mecanismos no electrónicos, debido a su coste mucho menor, y esto incrementa no solo las arcas de campaña sino también la base de simpatizantes. En materia de reclutar voluntarios, la informática e Internet facilitan la organización del sistema, pero es un sistema que funciona en sociedades con tradición de voluntariado.

Internet no crea la cultura de voluntariado, aunque si puede estar creando una nueva modalidad: el cibervoluntariado, esto es, captar a través de Internet a voluntarios que desarrollen tareas diversas, a través de la Red de redes. Un ejemplo de esto, lo da el actual presidente de los Estados Unidos Americanos, ya que al realizar su campaña como candidato, lo hizo a través de redes sociales en especial Facebook, lo que le redituó un buen numero de aportaciones económicas, aunque este punto se tomará más adelante.

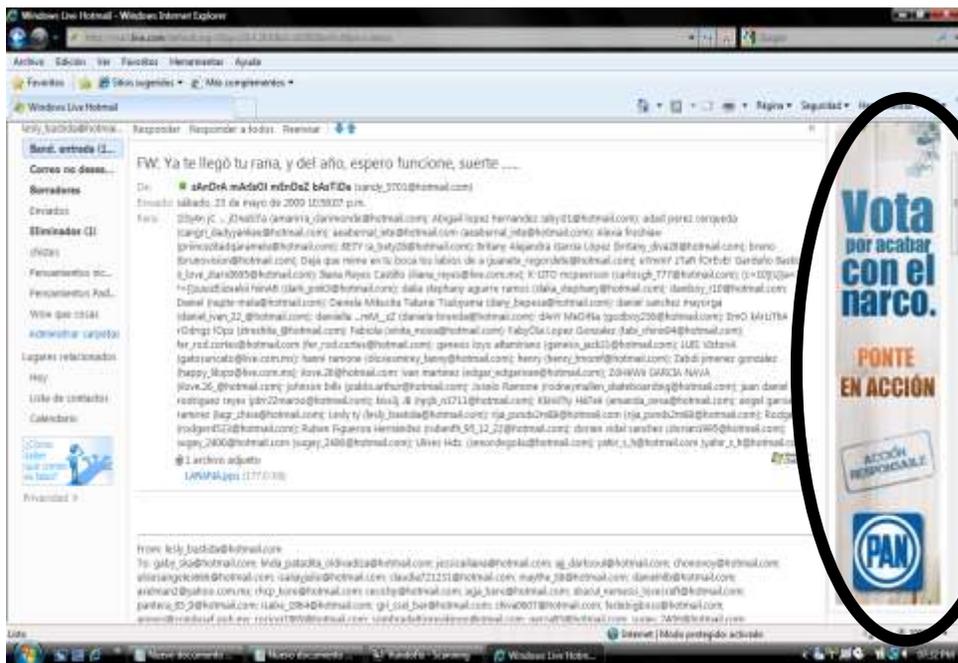
Retomando el tema y precisamente en nuestro país, en las elecciones intermedias de julio de 2009, los partidos políticos mexicanos, acataron la reforma electoral en cuanto el acceso al tiempo en radio y televisión, sin embargo voltearon toda esa publicidad propagandística al ciber espacio. Se puede observar, como inundaron la red con anuncios, videos, envío masivo de correos electrónicos y un muy extenso etcétera.

Un ejemplo muy claro de esto, es como los partidos políticos gastaron en anuncios en Internet, es como se publicaron dentro de los correos electrónicos como publicidad, como ya se menciona anteriormente existen varios tipos de publicidad en Internet, desde la estática, pasando por la móvil y llegando hasta videos al alcance de un simple clic.

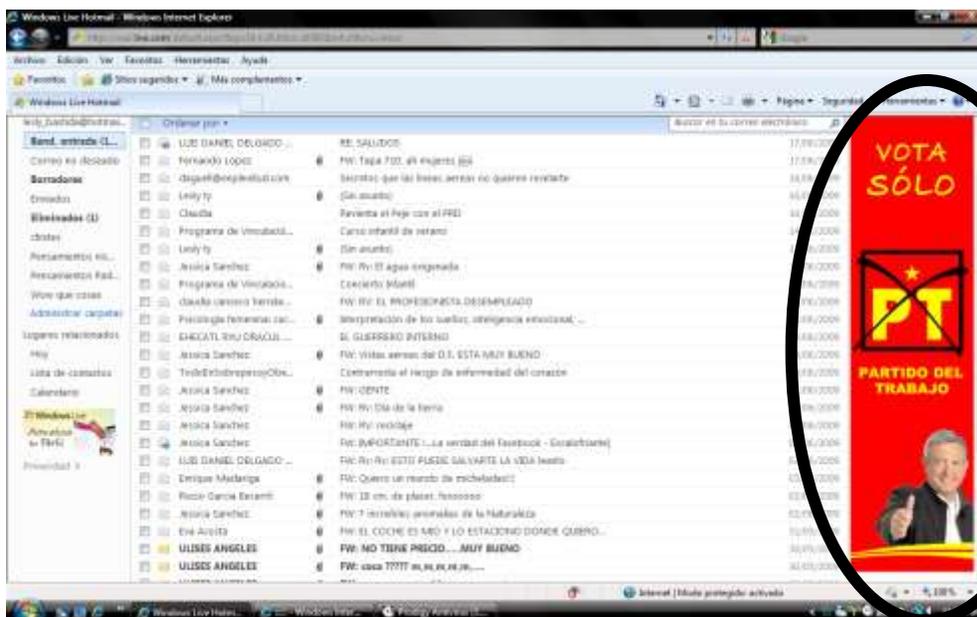
En la imagen siguiente se puede observar una propaganda del Partido Revolucionario Institucional.



En esta otra imagen, se puede observar la misma publicidad en Internet, en el correo electrónico, solo que en esta ocasión se trata del Partido de la Acción Nacional.



Al igual que el Partido del Trabajo, no perdió la oportunidad de hacer uso de éstas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y también se anunció con una publicidad móvil dentro del correo electrónico.



Se puede observar, el Partido de la Revolución Democrática, hizo lo propio, con la diferencia quizá de más presupuesto, y se anuncio en la Red de Redes, por medio de una publicidad móvil, que llevaba a un video, en el cual salía el dirigente del partido Jesús Ortega y la niña más famosa de las elecciones pasadas “Marianita”.



4.1.1. Páginas Electrónicas

Todo gobierno debe de incorporar en sus planes y acciones los últimos avances de la tecnología. En este sentido, en materia de comunicación el gobernante debe de diseñar y actualizar de manera permanente al menos, una página Web en que se describan las funciones fundamentales del gobierno, se pongan a disposición del ciudadano documentos y reglamentos básicos, así como los planes y proyectos más importantes de su administración.

A través de este instrumento, el gobernante estará cumpliendo una función de información y de contacto con sus gobernados. El sitio de un candidato y/o de su partido político contiene información elaborada de su campaña y abre además al navegante la posibilidad de enviar preguntas, chatear y otras opciones interactivas, logrando así un contacto directo entre el ciudadano y el candidato.

En México, todos y cada uno de los Partidos Políticos, tiene su página en Internet, y no sólo eso, sino que tienen una página local o por estado, y otra federal.

Estas páginas se observa la información básica de cada partido, aunque también se hace un extenso uso de las Tecnologías de la Comunicación y de la Información, haciendo uso de chat o platicas virtuales, se da servicio a manera de respuesta de un mensaje enviado por celular, además contienen blog para hacer comentarios. Como se puede observar en la actualidad, es común el uso de las TIC's, por lo que es fundamental que se regularice su uso, especialmente el acceso de los partidos políticos, para una mejor eficacia de la democracia y de esta manera proteger a los ciudadanos de lo que se podría llamar una gran invasión de propaganda electoral, que lejos de informar sobre plataformas políticas, solo crea nuevas caras dentro de la farándula política de México.

4.1.2. Redes Sociales

Si bien es cierto, las redes sociales, actualmente en México están tomando una fuerza impresionante, ya que como su nombre lo indica se van formando redes a partir de una persona y que esta puede llegar a tener hasta 1000 o más personas dentro de su red, donde se comparte desde estilos de vida, música, pasatiempos, aficiones, hasta ideologías políticas.

Una de los excelentes beneficios, de estas redes sociales, es que se pueden crear fondos financieros por “n” motivos. Fue una gran técnica la que uso el ahora presidente de los Estados Unidos de América, Barak Obama, al utilizar redes sociales para hacerse de recursos en su campaña como candidato a la presidencia. Un amplio número de politólogos, estuvieron de acuerdo en la estrategia del entonces candidato a la presidencia de los Estados Unidos de América, fue la mejor en años, ya que se hizo de fondos para su campaña y además dio a conocer su imagen entre los jóvenes votantes, sin embargo se puede decir, que esta es la forma correcta de utilizar las TIC’s en campaña electoral, porque por un lado se da a conocer la plataforma electoral, al candidato, la propuesta, además de atender la opinión ciudadana (votantes), y de este modo se ganan la confianza del electorado hasta hacerse de recursos financieros.

A los políticos mexicanos, por medio del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), se les prohíbe recibir recursos de terceras personas, siendo un impedimento el utilizar las redes sociales como en el vecino país del norte. Aunque es cierto, que los políticos mexicanos reciben recursos de dudosa procedencia y que finalmente salen a relucir pasadas las elecciones en curso, como los llamados “Amigos de Fox”, que hasta la fecha no ha quedado claro. Un ejemplo más de redes sociales más activas, son los canales de videos en donde también se forman opiniones acerca de los videos “subidos” al Internet.

En la página de You Tube, que es un canal, sino es que el más importante de videos en Internet, cuando arrancaron las pasadas elecciones de julio de 2009, se “subió” un video con la canción “Quiero que me quieras” que interpreta el actor Gael García, en donde con letra diferente, se compone una canción al gobernador de Veracruz, acusándolo de ratero, y desvío de fondos en plena campaña electoral de julio del 2009. A las pocas horas de dado a conocer dicho video, el Instituto Federal Electoral, solicito que se “bajara” de la red, pero al no tener facultades lo dejaron. Sin embargo la propietaria de la canción utilizada en el video Sony Music exigió que se “bajara” por violar los derechos de autor, y se “bajo” de la red a los pocos minutos de que se hiciera la petición.

Esta situación solo genera malestar al ver que la máxima institución del sistema electoral de México, no tenga facultad para cancelar la reproducción de un video, que lejos de calificar de cierto o falso, se esta dejando a un lado los valores y se entra en una campaña sucia.

No solo se refiere a la rendición de cuentas en sentido estricto, sino a que los candidatos deben de cuidarse en todo su comportamiento, ya que tienen el amplio conocimiento de que a través de Internet sus acciones están siendo fiscalizadas y divulgadas en tiempo real. Por lo que el mayor grado de conciencia de los derechos de los ciudadanos con relación a sus dirigentes encontró en Internet un gran aliado.

Para finalizar, se puede decir, que el uso de Internet en campañas incrementa la responsabilidad de los candidatos y sus partidos hacia el electorado. Esto es, los ciudadanos se están convirtiendo en electores mucho más exigentes en lo que respecta a la rendición de cuentas de los candidatos en campaña, en parte gracias a las posibilidades que ofrece Internet. Por lo anteriormente mencionado, es importante que se regule el acceso de los partidos políticos a las TIC's y en particular, el Internet. Para que se puede hacer un buen uso de esta nueva herramienta que brinda comunicación prácticamente sin límites.

4.1.3. Anuncios

Por otro lado es cierto que un spot televisivo o una nota en un periódico logran ser igualmente dañinos, pero Internet ha logrado potenciar la velocidad de diseminación de la información y también su alcance en este sentido podemos asimilar su impacto, al de la difusión de rumores de boca en boca, ya que consiguen aplicarse similares consideraciones.

Una muestra de cómo puede afectar el Internet a los partidos políticos, es la que se dio en las pasadas elecciones de julio del 2009, cuando el presidente del partido de la Acción Nacional, realizó comentarios ofensivos en contra, de Beatriz Paredes (Partido de la Revolución Institucional) y de Jesús Ortega (Partido de la Revolución Democrática), que hizo a través de Internet en la página electrónica, de su partido, y al encontrar la laguna legislativa en la que se encuentra el uso de las TIC's, la cual no le obliga el "bajar" de Internet estas declaraciones, siguió haciendo no una ni dos veces, sino en 5 ocasiones llamando a los militantes de su partido, a no votar por personas de esa "calidad".

Es una pena que siendo el presidente de un partido político mexicano, se aproveche de las lagunas que existen en la ley, para hacer uso de las TIC's de una manera tan deficiente. Sin embargo, se puede observar, porque es importante que se legisle el uso de las TIC's. Previniendo en futuras elecciones declaraciones tan debajo nivel, y de poca apreciación cultural, para dar paso a contenidos de calidad previamente avalados, no censurados, de propuestas de campaña, plataformas políticas, visiones de partido político, misiones u un gran etcétera. Como se puede observar, no es malo los anuncios de los partidos políticos, sino el caso omiso que se hace al COFIPE, en relación a que los anuncios de los partidos políticos deben de informar sobre propuestas y plataformas políticas y no degradar la imagen pública de los demás partidos. Sin embargo esto puede mejorar con una legislación más eficiente.

4.1.4. Correos Electrónicos

Volviendo a las pasadas elecciones de julio del 2009, los partidos políticos mexicanos, utilizaron una importante herramienta de la Tecnologías de la Información y de la Comunicación, al hacer su propaganda electoral, en medios electrónicos, no solo eso, sino que además hubo un envío masivo de invitaciones a votar por su partido político. Como se vio anteriormente en las imágenes del punto 4.1, del presente trabajo de investigación, partidos políticos como el PRD, PAN, PRI, PT entre otros enviaron propaganda electoral a los correos electrónicos, innovando en esta área.

Cabe mencionar, que los gastos que genera el envío masivo de correos electrónicos, o los anuncios dentro del correo, no los mencionan los partidos políticos dentro de su presupuesto que les otorga el Instituto Federal Electoral (IFE), puesto que dentro de su regulación, no considera este medio de comunicación. Por lo cual es importante que el Instituto Federal Electoral, regule por medio del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), el acceso a todos estos nuevos medios de comunicación, para que no se haga un mal uso de la tecnología que ahora esta, al alcance de las instituciones como lo son los partidos políticos y de algún modo que también entre dentro de su financiamiento.

4.2. Celular

Este nuevo tipo de propaganda electoral, se basa en la tecnología del celular o teléfono móvil, en la actualidad la mayoría de la ciudadanía en la capacidad de votar, tiene teléfono celular. Los partidos políticos dentro de sus partidas presupuéstales, anteriormente contaban con llamadas a teléfonos locales o de casa.

Sin embargo ahora están actualizándose y hacen estas llamadas previamente grabadas ya no solo a teléfonos locales sino a los celulares, logrando así llegar a un mayor número de electores, que en su mayoría son nuevos electores. Como se ha venido señalando, los partidos políticos realmente mantienen una relación estrecha entre las TIC's, ya que innovan en las nuevas formas de hacerse publicidad, aprovechándose del amplio margen que tiene en este caso la telefonía móvil, por que no solo se hacen publicidad como candidato, sino que además lo hace al partido político al que pertenece.

4.2.1. Mensajes de Texto

Dentro de la publicidad que ahora manejan los partidos políticos, se esta utilizando el mandar mensajes de texto invitando a votar por tal o cual partido, éste tipo de mensajes se envían de igual manera al teléfono celular. Este tipo de medio de información cuenta con varias formas de hacer llegar el mensaje al usuario, entre ellas se puede mencionar:

- Mensajes de Texto.- Se pueden enviar o recibir mensajes de texto.
- Mensajes Multimedia.- Se pueden enviar o recibir mensajes de texto, mensajes con imágenes o sonidos integrados.
- Mensajes flash.- Son mensajes de texto que aparecen instantáneamente en la pantalla tras su recepción. Estos mensajes no se guardan automáticamente.
- Mensaje de Audio.- Es un mensaje de Voz, que se puede mandar como un mensaje multimedia, o se puede grabar en un tipo contestadora, donde más tarde el usuario podrá escuchar dicho mensaje.
- E-mail.- Es una conexión de paquete de datos (servicio de red) para permitir el acceso a la cuenta de e-mail del usuario.
- Mensajería Instantánea.- (Servicio de red) Se pueden enviar mensajes de texto corto y sencillo a usuarios en línea.

4.2.2. Mensajes de Voz

Otra forma en la que los partidos políticos, están utilizando las TIC's, y particularmente el teléfono celular en otra de sus variantes, es el dejar los mensajes de voz, que a su vez es una variante, porque al no contestar el usuario, dejan el mensaje de voz y de este modo no se pierde la llamada al no ser contestada. Este mensaje es una grabación previa como ya se menciono anteriormente, en la cual lo primero que se escucha es el nombre del candidato, se identifica con el partido político que representa, y a continuación hace una invitación para que se acuda a votar a favor de el – y en ningún momento menciona la plataforma política que propone – y para finalizar termina con el slogan de su campaña.

4.2.3. Llamadas

Este punto se refiere, a las llamadas que los partidos políticos, por medio de un marketing previamente contratado realizan a los teléfonos locales o fijos, sin embargo ahora la novedad es que hacen estas llamadas no solo a estos teléfonos, ya que también incluyen a la telefonía celular en este presupuesto.

Como complemento para este trabajo de investigación y beneficiado de las pasadas elecciones del 4 de julio del 2010, se realizara un breve análisis del proceso para enriquecimiento de este trabajo. Para estas elecciones (4 de julio de 2010), Felipe Calderón Hinojosa recurrió a todo: la creación de alianzas con el PRD y Convergencia; el uso del aparato estatal para atacar a sus opositores; la movilización de sus secretarios en búsqueda desesperada de votos, y sobre todo anuncios electoreros, como la eliminación parcial de la tenencia vehicular y una, también parcial, simplificación tributaria. Como la violencia relacionada con la delincuencia organizada se ha convertido en el signo de su gobierno, el asesinato del candidato del PRI al gobierno de Tamaulipas, Ricardo Torre Cantú, le dio la oportunidad de hacer lo que en tres años y medio se había rehusado: hablar de una respuesta de Estado al avance incontenible de la delincuencia organizada en la vida pública del país.

El Programa de Resultados Electorales Preliminares de México (PREP) es un mecanismo del Instituto Federal Electoral (IFE) y de los institutos estatales electorales (IEEs) de México que permite contar con los resultados preliminares veraces de las elecciones federales en el día que se realizan. El sistema cuenta todos los votos de la mayoría de las casillas a partir de las actas de escrutinio que se pegan a las urnas electorales. Las actas de escrutinio contienen el resultado del conteo de los votos en la casilla correspondiente, después de que son contadas por los ciudadanos responsables de las casillas en presencia de los representantes de los partidos en cada una de ellas. Una copia de tal acta se le entrega a cada uno de los representantes de los partidos en el momento del cierre de la casilla electoral, mientras que una copia adicional es la que se coloca dentro de un sobre y se adhiere al exterior del paquete electoral. El paquete electoral es trasladado al local de la Junta Distrital Electoral en donde se almacena junto con las demás casillas del distrito, en espera del inicio del conteo distrital, mismo que se inicia el siguiente miércoles a las 8:00 a.m. La copia del acta de escrutinio para el PREP, es capturada en terminales de computadora especialmente designadas para ese sistema, y la información de cada acta es transmitida al sistema central que se encuentra en el Instituto Federal Electoral.

La información acumulada es difundida por el Consejo General del Instituto Federal Electoral. Es un sistema de operación abierta que proporciona veracidad a la información electoral de México. Es importante señalar los resultados del PREP carecen de validez oficial para determinar el ganador de los comicios, siendo su objetivo el de señalar la tendencia que tomarán los cómputos distritales oficiales. La premisa fundamental que da origen al PREP es que los ciudadanos puedan conocer en forma aproximada el resultado que se tendrá en el conteo oficial, para tener la transparencia y certeza del resultado oficial. Todos estos resultados se pueden ir consultando a través de la página electrónica del PREP, lo cual constata una vez más la importancia que van adquiriendo las TIC's en la vida política de México.

▶ **ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN**

5 de julio
17:00 horas

▶ **ZACATECAS**

Cuauhtémoc Calderón	17.09%
Miguel Alonso Reyes	43.12%
Antonio Mejía Haro	23.06%

● Conteo final: **95.57%**

▶ **CHIHUAHUA**

Carlos Borrueal Baquera	40.31%
César Duarte Jáquez	54.25%

● Conteo final: **90.4%**

Resultados preliminares 2010
JORNADA ELECTORAL EN MÉXICO

Estos son los resultados preliminares de la jornada electoral del 4 de julio, en 12 estados del país en los que se elige Gobernador, de acuerdo con los Institutos Electorales de cada entidad

▶ **DURANGO**

José Rosas Alspuro	44.7%
Jorge Herrera Caldera	46.4%

● Conteo final: **90.4%**

▶ **OAXACA**

Gabino Cué	50.15%
Eviel Pérez Magaña	41.80%

● Conteo final: **95.46%**

▶ **AGUASCALIENTES**

Martín Orozco Sandoval	42.64%
Carlos Lozano de la Torre	47.48%

● Conteo final: **100%**

▶ **SINALOA**

Mario López Valdez	51.79%
Jesús Vizcarra Calderón	46.18%

● Conteo final: **89.9%**

▶ **QUINTANA ROO**

Alicia Ricalde Magaña	15.43%
Roberto Borge Angulo	52.42%
Gerardo Mora Vallejo*	26.19%

● Conteo final: **93.25%**

▶ **VERACRUZ**

Miguel Ángel Yunes	40.69%
Javier Duarte	43.48%
Dante Delgado	12.94%

● Conteo final: **95.44%**

▶ **TAMAULIPAS**

José Julián Sacramento	30.91%
Egídio Torre Cantú**	61.53%

● Conteo final: **94.85%**

▶ **HIDALGO**

Xóchitl Gálvez Ruiz	45.13%
Francisco Olvera Ruiz	50.25%

● Conteo final: **99.70%**

▶ **TLAXCALA**

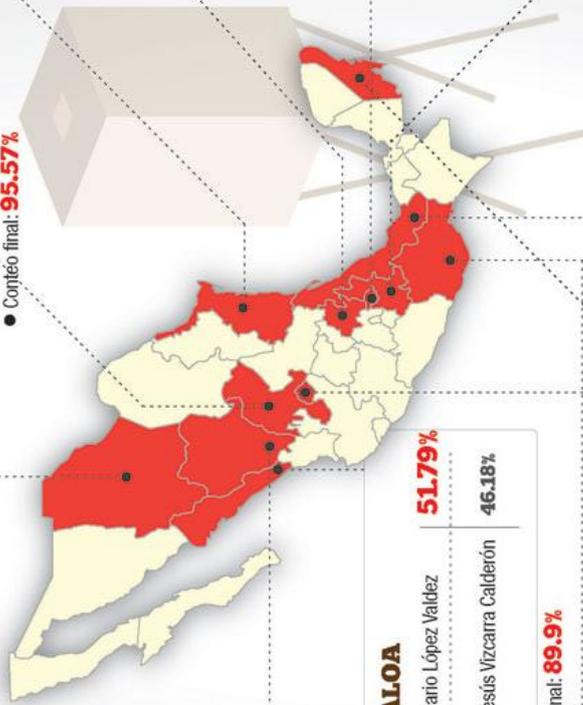
Adriana Dávila Fernández	38.67%
Mariano González Zarur	46.47%

● Conteo final: **96.4%**

▶ **PUEBLA**

Rafael Moreno Valle	52.36%
Javier López Zavala	41.67%

● Conteo final: **92.44%**



Fuente: Notimex, Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) de los Institutos Electorales de los estados

*Sustituye a Gregorio Sánchez, preso en el penal de Tepic, Nayarit

**Sustituye a su hermano, el ex candidato asesinado Rodolfo Torre Cantú

4.3. Otros Ejemplos del uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en Campañas Políticas, en otros Países.

El uso de las TIC's, se ha ido desarrollando alrededor del mundo, de una manera vertiginosa, si bien es cierto que existe la brecha digital, también es cierto que los países desarrollados han innovado en el uso de las Tecnologías, que ya no solo se quedan en el área del entretenimiento. Tan es así que, ahora la preocupación mundial es el aspecto legal de las TIC's, en especial el Internet que es uno de los temas más comentados. Ocurre que en la práctica no es tan simple aplicar el derecho tradicional, en el ambiente del ciber espacio o de las redes digitales que transmiten información de diversa naturaleza a alta velocidad y que permiten interconectar al mundo completo Internet una red temática pública y abierta descansa en su no regulación o desregulación local lo que implica que no se puede censurar desde un estado determinado una realidad virtual que normativamente y en teoría solo podría llegar a regularse mediante un tratado internacional. Con las prohibiciones de informar por la prensa que han decretado los tribunales chilenos en procesos judiciales de trascendencia pública todas las cuales han sido vulneradas magistralmente por el diario la tercera y la empresa Copesa S.A.; al informar virtualmente sobre los antecedentes de los juicios desde un servidor contratado en Estado Unidos o al instalar en el mismo servidor un libro sobre el poder judicial chileno cuya circulación se prohibió en abril de 1999. Hablando de Campañas Políticas, alrededor del mundo, es importante resaltar que la manipulación de la opinión pública por los medios masivos de comunicación se ha tornado por ejemplo "en una constante y de igual manera O'Globo de Brasil, que Televisa de México, al imponer por la vía de la propaganda al candidato de los grupos financieros, pervierten de manera sustancial los procesos políticos, mostrando cual es la dimensión de los desafíos actuales".⁶⁹ Ahora estas televisoras cuentan con portal en Internet, por lo cual dan un mayor auge a sus candidatos.

⁶⁹ CHOMSKY, Noam, Op. Cit., p. 13.

En el caso de México se puede decir el gran apoyo que recibió el Partido Verde Ecologista, al anunciarse en revistas que pertenece al grupo Televisa, y otra revista perteneciente a Ricardo Salinas Pliego, que a su vez también se anunciaban en los portales de dichas televisoras. “Se puede observar que estudios realizados durante la campaña presidencial en Estados Unidos de Norteamérica, en el 2000, mostraron que en promedio un ciudadano pasaba 15 minutos navegando por portales de campaña. Esto es una enormidad para un país cuyos ciudadanos demuestran un nivel de interés muy bajo en asuntos políticos”,⁷⁰ como se ha venido mencionando en el presente trabajo, Barak Obama, ahora presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, utilizó las redes sociales en especial Facebook, para su propaganda electoral además de obtener recursos para su campaña, otro punto a su favor es que de esta manera entro en un público electoral que pasa desapercibido como lo son los votantes más jóvenes. Por otro lado, en algunos países de Medio Oriente o en China, por ejemplo, el acceso a Internet esta controlado por las autoridades gubernamentales quienes determinan si sus habitantes pueden o no tener acceso a la red de redes y, en el momento de los casos deciden que sitios y páginas de la red son adecuados, censurando el acceso a los que no juzgan que lo sean. En el marco del congreso anual de hackers, la mayor convención anual de hackers que se lleva a cabo en Nueva York el grupo activismo, presentó pensando en este tipo de circunstancias dictadas por las políticas gubernamentales de algunos rincones del orbe, un programa que evita la censura en Internet. Como se puede observar, la solución para Internet como medio de comunicación o nueva Tecnología de la Información y Comunicación, no esta en regularizar su acceso a la población en general, ni siquiera en restringir su uso o censurarlo, más bien es en mi muy particular punto de vista cuidar el contenido de la información que suben las instituciones gubernamentales, para que este medio de comunicación pueda y siga siendo un lugar donde se pueda expresar con libertad y sin miedo a la censura del Estado, sino más bien a la inversa.

⁷⁰ CAETANO, Gerardo, et al, Informática, Internet y Política, Centro Latinoamericano de Economía Humana; Organización de los Estados Americanos, U.P.D., Uruguay, 2003, p. 102.

4.4. Beneficios Derivados de la Nueva Regulación del Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Un primer beneficio con la presente propuesta de reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), es el fortalecimiento de las atribuciones y facultades de las autoridades electorales federales, para superar las limitaciones que han enfrentado en su actuación. De esta manera, el Instituto Federal Electoral vería fortalecida su capacidad para desempeñar su papel de árbitro en la contienda.

Un segundo beneficio, que se persigue con la reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), es impedir que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación; incluyendo las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), así como elevar las regulaciones a que debe sujetarse la propaganda gubernamental, de todo tipo, tanto durante las campañas electorales como en periodos no electorales.

En política y campañas electorales, un tercer beneficio sería: menos dinero, considerando las Tecnologías de la Información y Comunicación; porque se contabilizaría en su totalidad el gasto que generen los partidos políticos, por el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), tales como: el Internet, los mensajes de texto y voz que se envíen a teléfonos celulares, página electrónica etc. Otro beneficio que se puede mencionar con respecto a las autoridades electorales es que en quienes son depositarios de la elevada tarea de dirigir las instituciones electorales: tendrían total capacidad, responsabilidad e imparcialidad.

Las reformas propuestas deben dar respuesta a los dos grandes problemas que enfrenta la democracia mexicana: el dinero; y el uso y abuso de los medios de comunicación

El mundo digital en suma, no salvará la democracia ni mucho menos, pero podrá ser uno de los pilares en los que podrá apoyarse al revitalizarla. Por lo cual es fundamental ir creando los pilares para la formación de esta nueva sociedad. Es importante comenzar a ordenar el uso correcto de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Los derechos ya existentes pueden encontrar un abanico más amplio de opciones para su ejercicio: el derecho a la información pública, el de a conocer a la institución en la que se halla la tramitación de un procedimiento, el derecho a la obtención de copias de los documentos que se encuentran en procedimientos, el derecho a promulgar alegaciones, el derecho de portar documentos o el de acceso al registro o archivos públicos. Al mismo tiempo, se debate acerca del nacimiento de nuevos derechos al hilo de la implantación del e-gobierno o de la necesidad de que se reconozcan en el derecho positivo estos nuevos derechos. Como el derecho a acceder a la información digitalizada, el derecho a establecer relaciones electrónicas con la administración, o el derecho a obtener información que permita la identificación de los medios y aplicaciones empleadas y del órgano administrativo que ejerce la competencia.

Asimismo, como mayor beneficio de la presente reforma electoral, se comprende en que las garantías individuales que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce y consagra, son para las personas, no para las autoridades, éstas no pueden invocar como justificación o defensa de sus actos tales principios.

De ninguna manera la presente propuesta de Reforma, limita el derecho de nadie a expresarse, que digan lo que quieran decir, lo que puedan decir, que lo digan cuando quieran, aquí no vamos a limitar la libertad de expresión de absolutamente nadie. Lo que sí limita la Reforma es la influencia del dinero en la política.

También podría traer como beneficios:

- Un mayor control de la propaganda política de los partidos políticos mexicanos.
- La autoridad del Instituto Federal Electoral (IFE), para sancionar al partido político que realice propaganda de baja calidad o que atente contra las buenas costumbres y la integridad de los candidatos de las campañas.
- Se eleva la calidad de la información que existe en Internet sobre los partidos políticos.
- Se facultaría al IFE para ordenar, en caso extremo, la suspensión inmediata de las transmisiones o publicaciones en radio, televisión o internet que violen la ley, en los casos y cumpliendo los procedimientos que la propia ley determine.

Por otra parte, se pueden mencionar que actualmente existen estructuras de control, que se aplican al Internet, y podrían ser útiles para lograr un control en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por parte de los partidos políticos, son las siguientes:

Cookies

Las cookies son un instrumento utilizado por los servidores Web para almacenar y recuperar información a cerca de sus visitantes. Proporcionan una manera de obtener y conservar información sobre el compartimiento del cliente en la Web, en este sentido las cookies constituyen un potente instrumento de marketing. Para las empresas que usan Internet como medio de comunicación. El aspecto más relevante de su uso es el relacionado con la posible intromisión en la intimidad del usuario desde una perspectiva jurídica es, preciso analizar su funcionamiento para determinar esta relevancia. Una cookie no almacena más información confidencial que la que se le otorga al servidor que envía la cookie.

Las cookies son solo texto, y por tanto, son elementos pasivos que no pueden emprender ninguna acción. Solo pueden ser leídos o escritos, pero no pueden ejecutarse ni ordenar ejecutar ningún programa.

Normas Técnicas

En ICANN (The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) que es una corporación sin ánimo de lucro, que fue creada para asumir la responsabilidad de la ubicación espacial de las direcciones asignar parámetros de protocolos gestionar el sistema de nombre de dominio y del sistema de servidores, funciones previamente acordadas en el contrato establecido entre el Gobierno de Estados Unidos, IANA y otras entidades. La gestión de Internet por parte de ICANN requiere además de una serie de requisitos para conseguir que los mecanismos de autorregulación de la red constituyan realmente un entorno independiente de las influencias estatales.

La ISOC (Internet Society) es una asociación profesional de derecho privado con más de 150 organizaciones miembros, y más de 6000 miembros individuales en 100 países. La ISOC facilita directivas y liderazgo en relación al futuro de Internet. ISOC proporciona información fiable acerca de Internet y crea foros de discusión sobre diversos aspectos que afectan a la evolución del Internet, su desarrollo y uso técnico, comercial, social, etc. Igualmente la asociación alienta el sentimiento internacional de cooperación, comunidad y cultura que hace posible que la autonomía funcione sirviendo como un punto focal de esfuerzo cooperativo que promueve Internet como una herramienta positiva de beneficio para todas las personas de todo el mundo.

La autorregulación de Internet mediante códigos de conducta o etiquetas parte de la constatación de las características del ciberespacio a las que se ha referido y que se puede resumir en tres conceptos básicos. El papel de los códigos de conducta será, el de sistematizar, al menos en parte la autorregulación que no proviene de las normas técnicas y sí, en cambio, de las normas de conducta o netiquettes.

La autorregulación goza, por otra parte, de un importante aval a nivel europeo toda vez que la Unión Europea le otorga incluso un papel primario respecto de la reglamentación pública, al menos sobre el papel.

En el ordenamiento jurídico Español, actúa el principal instrumento regulador de Internet de carácter estructural es la ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico Ley de Servicios de la Sociedad de la Información de España (LSSICE), sin embargo con anterioridad a la promulgación de la LSSICE.

Firma digital

Firma electrónica es un concepto general que se desarrolla en la normativa a dos niveles como decimos: simple y avanzado. Así la firma electrónica es el conjunto de datos en forma electrónica anejos a otros datos electrónicos asociados funcionalmente con ellos, utilizados como medio para identificar formalmente al autor o a los autores del documento que las recoge. Se trata de una forma que asegura la autenticidad pero no la identificación del autor.

La firma electrónica avanzada es la que permite la identificación del destinatario y ha sido creada por medios que éste mantiene bajo su exclusivo control, de manera que esta vinculada únicamente al mismo y a los datos a los que se refiere lo que permite que sea mostrada cualquier modificación ulterior de estos. Autoridad de certificación por lo que se trata de autenticar una identidad. Se puede decir que es una ventaja respecto de la firma simple, lo que la equipara a la firma física.

La firma avanzada, es congruente también con el principio de integridad en la medida en que no admite modificaciones de los datos. El mismo valor jurídico que la firma sobre papel, por lo tanto, la firma física y la electrónica están equiparadas.

“La posibilidad de interceptar las comunicaciones y, aun peor la posibilidad de elaborar perfiles de usuarios y asociarlos a datos que permiten conocer su identidad, son riesgos fácticamente posibles”.⁷¹ Como se puede apreciar, actualmente existen medios por los cuales se esta controlando el Internet, en especial y fundamentalmente el contenido que pueda contener contenidos ilícitos, por ejemplo actualmente en México, se cuenta con la Policía Cibernética, la cual ha podido encontrar a dos grandes bandas de pornografía infantil, con lo cual se puede decir que si es posible tener un control de Internet sin perjudicar o censurar el contenido que suban los ciudadanos. Así las cosas, se puede definir una reforma en la cual se relacione a la Policía Cibernética, medios de control de Internet y hasta posibles sanciones, lo cual se plasma a continuación.

Por los beneficios, antes mencionados; se procede a realizar la siguiente exposición de motivos de la propuesta de reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

La democracia es considerada como un fin en sí mismo; que reclama perseverancia y consistencia; congruencia democrática. Por lo cual los derechos subjetivos tienen que mejorar su eficacia y garantía con las posibilidades dimanadas de la red, que, en ningún caso, deben provocar una mengua en su posición. Los poderes públicos democráticos, deben hacer suyo definitivamente el reto de las modernas tecnologías de la información y comunicación ejemplificadas en Internet.

Lo cierto es, que la ley carece de criterios objetivos para determinar el llamado "costo de campaña", pero además cabe reconocer la enorme dificultad que supone establecer criterios objetivos aplicables de manera general, vista la diversidad de factores demográficos, territoriales y hasta de disponibilidad de infraestructura de comunicación y equipamiento urbano.

⁷¹ MOLES PLAZA, Ramón, Derecho y Control en Internet: la Regulabilidad de Internet, Ariel, Barcelona, 2003, p. 103.

Si a esto le aunamos las fugas económicas que se dan en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, como lo es el internet, lo que resulta son enormes lagunas en la ley. Con la actual propuesta de reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, no se propone empezar de nuevo; sino consolidar lo que, probó eficacia democrática y buenos resultados; se quiere corregir lo que no funciona y sobre todo, seguir construyendo soluciones que hacen más amplio el camino de la democracia.

De igual forma, se pretende impulsar el paso siguiente en un largo andar hacia un objetivo compartido: un México más democrático y menos injusto.

Con la presente reforma, se pretende diseñar y poner en práctica un nuevo modelo de comunicación entre sociedad y partidos, que atienda las dos caras del problema: en una está el derecho privado, en la otra el interés público. Por lo que es urgente, armonizar las relaciones entre política y los medios de comunicación, no olvidando integrar las Tecnologías de la Información y la Comunicación, que están avanzando a pasos enormes en la Sociedad Mexicana.

La garantía constitucional de que para los fines de un nuevo modelo de comunicación social entre sociedad y partidos políticos, el Estado deberá destinar, durante los procesos electorales, tanto federales como estatales y en el Distrito Federal, el tiempo de que dispone en radio y televisión para los fines señalados en la nueva Base III del artículo 41 constitucional.

Se trata de un cambio de uso del tiempo de que ya dispone el Estado, no de la imposición del pago de derechos o impuestos adicionales a los ya existentes. Este es un gran paso en la democracia de México, sin embargo para complementarlo debe contener de igual manera el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, incluyendo por supuesto el uso de Internet en las campañas políticas.

La presente propuesta de reforma al COFIPE, mejora la calidad de la democracia porque ensancha los alcances de la libertad de expresión, y también del derecho a la información que tienen todos los ciudadanos, porque además incorpora el derecho de réplica y de rectificación, y así también se ensancha la libertad de expresión.

Cuando se habla de libertad de expresión no es la libertad de expresión solamente para los medios de comunicación, debe ser para todos. Pero lo dijo la Suprema Corte de Justicia en su resolución que emitió cuando determina lo de la Ley de Medios, dice: “La libertad de expresión tiene una derivación, el derecho a la información”, y ese derecho a la información es obvio que también el Estado debe garantizarlo, y lo hace obviamente a través de concesiones con los medios de comunicación, que deben ser responsables.

Porque la sociedad tiene derecho a ser informada, pero a ser informada realmente de lo que ocurre, de lo que hay, de la verdad, de lo real, independientemente que pueda haber opiniones, porque para eso es también la libertad de expresión

El derecho a la información está reconocido en los ordenamientos internacionales sobre derechos humanos, la mayor parte de los cuales han sido ratificados por México y forman parte sustantiva del marco jurídico nacional a partir de lo señalado por el artículo 133 Constitucional.

Esto nos lleva a la declaración universal de los derechos humanos en su artículo 19, a la Convención Interamericana sobre Derechos Humanos en su artículo 13, y al Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos que en su artículo 10 definen todos ellos el derecho a la información de manera similar, como el derecho a la Libertad de expresión, incluyendo la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideales, o ideas sin restricción alguna.

De la lectura de estos preceptos se advierte que el bien jurídicamente protegido no es sólo la libertad de expresión, sino la libertad de recibir, investigar y difundir información por cualquier medio de expresión. Es decir, se trata de brindar un fundamento legal a lo que se conoce genéricamente como derecho a la información.

Como es de conocimiento, el derecho a la libertad de expresión está reconocido en el artículo 6 de la Constitución Mexicana desde 1917, mientras que el derecho a la información fue incorporado al mismo artículo a partir de 1977 cuando se agregó a dicho precepto el principio que señala: “que el derecho a la información será garantizado por el Estado”. Con esta disposición, el derecho a la información puede considerarse como un derecho a los derechos, pues su práctica incluye y requiere de todos, de otros derechos establecidos en la Constitución para poder ser ejercido. El derecho a la información es compatible y complementario con otros derechos que incluye garantías individuales, es decir libertad de pensamiento, expresión e imprenta, y garantías de carácter social, el derecho de acceso a la información pública gubernamental, abarcando incluso los derechos políticos de los ciudadanos.

Este criterio es de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que así lo ha establecido en al menos tres tesis de gran importancia. En agosto de 1992, al resolver un amparo y aclarar los alcances de la Reforma de 1977, el artículo 6 Constitucional, la Suprema Corte definió, cito: “que el derecho a la información es una garantía social correlativa a la libertad de expresión que se instituyó con motivo de la llamada Reforma Política, y que consiste en que el Estado permita el que a través de los diversos medios de comunicación se manifieste de manera regular la diversidad de opiniones de los partidos políticos”. En junio de 1996 la Suprema Corte amplió la interpretación del derecho a la información y su vinculación con los derechos políticos de los ciudadanos al prevenir los riesgos de lo que calificó como una cultura al engaño y sus efectos en la formación de la voluntad ciudadana.

Efectivamente, en la tesis 89-96 la Corte señaló, cito: “si las autoridades públicas elegidas o designadas para servir y defender a la sociedad asumen ante ésta, es decir ante la sociedad, actitudes que permitan atribuir las conductas, faltas de ética, al entregar a la comunidad una información manipulada e incompleta, condicionada a intereses de grupos o personas que le dé la posibilidad de conocer la verdad para poder participar libremente en la formación de la voluntad general, e incurren en violación grave de las garantías individuales, pues su proceder conlleva a considerar que existe en ellas la propensión de incorporar a nuestra vida política lo que podríamos llamar la cultura del engaño, de la maquinación y de la ocultación, en lugar de enfrentar la verdad y tomar acciones rápidas y eficientes para llegar a ésta y hacerla del conocimiento de los gobernados”.

Estos criterios fueron reafirmados hace nueve años mediante la tesis 45-2000, en la que la Corte ratificó que el derecho a la información es una garantía individual, cuyo respeto comprometía a los partidos políticos implicaba la obligación del Estado a procurar los medios para que éstos informaran verazmente a la sociedad.

A partir de las tesis emitidas por la Corte, se puede concluir que entorno al derecho a la información existe una noción democrática en la que convergen distintos derechos y libertades que dan sentido a la acción información de la sociedad, particularmente el de la libertad de expresión, y que le otorgan a este derecho un amplio sentido político y social como fundamento de la salvaguarda y garantía del funcionamiento del Estado mexicano moderno.

Si se permite, que cualquier político se anuncie en la televisión pagando, en periodos no electorales, publique múltiples páginas en internet, o genere diversas ligas en las páginas más visitadas, cualquier persona podría empezar su campaña uno o dos años antes.

El acceso de los partidos y candidatos a los medios de comunicación, es completamente gratuito, de igual forma a cómo debe de ser el alojamiento en internet y el uso de otras Tecnologías de la Información y la Comunicación; es el criterio de que los electores tienen el supremo derecho a ser suficientemente informados de las ofertas y los planteamientos de partidos y candidatos en las contiendas electorales democráticas.

Por último, la libertad de expresión es una garantía individual ante el Estado; los poderes públicos no están protegidos por la Constitución; son las personas, los ciudadanos, a los que la Constitución protege frente a eventuales abusos del poder público. Es por eso que se propone la presente reforma, a las normas que impidan el uso del poder público a favor o en contra de cualquier partido político o candidato a cargo de elección popular, y también el uso del poder para promover ambiciones personales de índole política por cualquier medio de comunicación incluyendo las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

4.5. Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Reformar significa volver a formar, su merito no se funda en garantizar la coincidencia del lector con sus propuestas, sino en la seriedad que se da al tratamiento de los temas, a cada análisis y conclusión. De igual forma incluye, en ella de los elementos esenciales de la propuesta del autor.

Internet no tanto como objeto de regulación, sino campo de acción de carácter “virtual” paralelo al ya conocido territorio o campo “real”, da lugar a nuevas perspectivas que obligan a nuestro Derecho Constitucional adaptarse a un entorno absolutamente distinto.

Dentro de las actividades que se desarrollan en las TIC's y especialmente en Internet, se han consignado como actividades delictivas o ilícitas, las siguientes:

- La difusión de instrucciones sobre preparación de bombas.
- La oferta de servicios sexuales y pornografía.
- El envío de los mensajes que incitan al odio y discriminación racial.
- Las conductas de hurto y destrucción de datos que realizan los hackers.
- Los delitos de piratería de software que vulneran la propiedad intelectual.
- La recolección procesamiento y transmisión no autorizada de datos personales.
- El envío de mensajes difamatorios o injuriantes lo que atenta contra la honra y dignidad de las personas.

Con lo anterior, se puede observar que el uso que le están dando actualmente algunos partidos políticos, se podría encuadrar dentro del envío de mensajes difamatorios en contra de la dignidad de las personas, por lo cual es importante que se regule el uso de las TIC's a los partidos políticos.

Por todo lo anterior, es que se propone lo siguiente: la adición de los artículos 38, 41, 42, 44, 48, se anexan los artículos 72 bis, 74 bis y 76 bis, al igual que se adicionan los artículos 211, 342 y 354.

Por lo que respecta al artículo 38, en los incisos j), p) y t), en conjunto se aplicarían también a las auditorías que de ser aprobada una reforma de esta magnitud, se realizarían a los portales de cada partido político, y de ahí a cada liga o apartado que contenga como puede ser blog, correo, mensajes a celular, etc. Para que de esta forma se tenga un mayor control con el financiamiento de los partidos políticos, puesto que el gasto generado del uso de las TIC's sería considerado dentro del presupuesto que se les otorga, además de ser controlado por el Instituto Federal Electoral (IFE), y hasta se podría poner límites como en el caso de la radio y la televisión.

Como se puede apreciar estos incisos son muy generales por lo cual, también se aplicarían a lo que los partidos políticos publiquen en Internet. Y se les pueden adicionar directamente y específicamente las TIC's, para que no se malinterprete ni se creen lagunas legales como las que actualmente existen en el COFIPE.

En el artículo 41, en el párrafo 6, se hace mención de la regulación aplicable para el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, que con la presente propuesta de reforma le daría toda la autoridad al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Por otra parte en el artículo 42, dentro del párrafo 1, los incisos f) e i), se especifican las ligas que contiene el vasto mundo de Internet, como lo son blogs, chat, de igual forma a las Tecnologías de la Información y la Comunicación más frecuentes, como lo son el celular. Se menciona que como base de la página electrónica de cada partido político se deberá exponer las plataformas electorales y programas de gobierno, para que se genere información fidedigna y de calidad que es lo que se pretende con la presente propuesta de reforma. Se pretende que al igual que se lleva un financiamiento claro, con respecto al gasto que genere el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Para que no sean desviados los fondos económicos de los partidos políticos.

En el artículo 44, párrafo 4; se maneja una clave de acceso que genere el Instituto Federal Electoral, se mantendrá un control en lo publicado en Internet, este control solo sería en relación a lo publicado en contra de otros partidos políticos.

Citando el artículo 48 inciso b); se menciona la clave de acceso, que dentro de sus características, la más importante es que será, intransferible.

Conforma al artículo 72, se maneja la adición de este capítulo, es necesario que se cree un comité semejante al de Radio y Televisión que existe en el Instituto Federal Electoral, que se encargará de regular el gasto que harán los partidos políticos en materia de TIC's, también se creará el reglamento de este comité en el que se especificarán las tecnologías a las cuales se les regulará el uso a los partidos políticos, como por ejemplo: el Internet, redes sociales, mensajes on line, chats, blogs, los mensajes vía celular, las llamadas a celular, buzón de voz, que hasta la fecha son los más utilizados por los partidos políticos mexicanos, haciendo hincapié en que de ser necesario se van a ir agregando las nuevas tecnologías que vayan saliendo.

Dentro del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), es necesaria una reforma y en algunos casos adiciones en varios artículos, por lo cual se ira citando el artículo y con negritas la reforma o adición que debería de tener para regular el acceso al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, especialmente el Internet, y a los Partidos Políticos Mexicanos. Es también de mencionarse que se necesita la creación del Comité que regule y administre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), especialmente a los partidos políticos, otorgándoles una contraseña o llave de seguridad con la cual se podrá monitorear el contenido que cada partido político suba a la red de redes.

Con estas modificaciones y adiciones, se da vida a la regulación del acceso a los partidos políticos a las Tecnologías de la Información y Comunicación, como se pretendía llegar con el presente trabajo de investigación. No se propone empezar de nuevo; sino consolidar lo que, bajo el tamiz de la experiencia, probó eficacia democrática y buenos resultados; sobre todo, se pretende seguir construyendo soluciones que hacen más amplio el camino de la democracia. La reforma al COFIPE, es el paso siguiente en un largo andar hacia un objetivo compartido: un México más democrático y menos injusto

Por todo lo anterior, es que se propone lo siguiente: la adición de los artículos 38, 41, 42, 44, 48, se anexan los artículos 72 bis, 74 bis y 76 bis, al igual que se adicionan los artículos 211, 342 y 354.

PROPUESTA DE ADICIÓN DE LOS ARTÍCULOS DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES. Y SE CREAN LOS ARTÍCULOS DEL MISMO ORDENAMIENTO; PARA QUEDAR DE LA SIGUIENTE FORMA:

Artículo 38...

j) Publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos que les corresponden en las estaciones de radio y en los canales de televisión, ***del mismo modo en las páginas de Internet de cada partido político tanto locales como federales***, la plataforma electoral que sostendrán en la elección de que se trate; ...

p) Abstenerse, en su propaganda política o electoral, ***tanto en Radio y Televisión, publicaciones impresas, o en algún tipo de Tecnología de la Información y Comunicación***, de cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas. Las quejas por violaciones a este precepto serán presentadas ante la secretaría ejecutiva del Instituto, la que instruirá un procedimiento expedito de investigación en los términos establecidos en el Libro Séptimo de este Código. En todo caso, al resolver sobre la denuncia se observará lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6o. De la Constitución;...

t) Cumplir con las obligaciones que este Código les establece en materia de transparencia y acceso a su información; ***y uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.***

Libro segundo De los Partidos Políticos

Título primero Disposiciones Generales

Capítulo Quinto De las obligaciones de los Partidos Políticos en Materia de Transparencia

Artículo 41...

6. Los partidos políticos están obligados a publicar en su página electrónica, por lo menos, la información especificada en el presente capítulo. ***Bajo estricto derecho y apego a las normas que marca el presente ordenamiento, para la publicación de información en Internet y otras Tecnologías de la Información y Comunicación.***

Artículo 42

1. La información que los partidos políticos proporcionen al Instituto o que éste genere respecto a los mismos, que sea considerada pública conforme a este Código, estará a disposición de toda persona a través de la página electrónica, ***así como ligas que contenga las cuales puede incluir blog, correo, chat, o envío de mensajes vía celular o alguna otra Tecnologías de la Información y Comunicación, siempre y cuando la permita el Instituto Federal Electoral.***

f) Las plataformas electorales y programas de gobierno que registren ante el Instituto; ***las cuales deberán estar en la página principal o en su defecto dentro de los primeros links o ligas del portal de cada partido político.***

i) Los montos de financiamiento público otorgados mensualmente, en cualquier modalidad, a sus órganos nacionales, estatales, municipales y del Distrito Federal, durante los últimos cinco años y hasta el mes más reciente, así como los descuentos correspondientes a sanciones; ***incluyendo un informe detallado de los gastos generados por publicaciones o propaganda que se realicen a través de Internet o cualquier otra Tecnología de la Información y Comunicación.***

Artículo 44...

4. La clave de acceso contraseña o llave de seguridad, que otorga el Instituto Federal Electoral, a cada partido político para la publicación de información en Internet.

Libro Segundo De los partidos políticos

Título Tercero Del acceso a la Radio y Televisión, a las Tecnologías de la Información y Comunicación, el Financiamiento y otras Prerrogativas de los Partidos Políticos

Artículo 48...

b) Tener acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación en especial al Internet por medio de una clave generada por el propio Instituto, para que solo sea publicado el contenido que cada partido político determine en su portal de Internet o algún otro tipo de TIC.

Artículo 72 bis

1. El Instituto Federal Electoral, y por su conducto las demás autoridades electorales, harán uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, en especial el uso de Internet para alojamiento de portales, páginas Web, videos en la red, redes sociales y demás que estén relacionadas con este tipo de Tecnologías, que les corresponde, de acuerdo a las reglas que apruebe el Consejo General, y a lo siguiente:

a) El Instituto determinará, en forma mensual, considerando los calendarios de procesos electorales locales, esto se efectuara a través de la designación de una contraseña, a cada presidente de cada partido político; reconocido por este Instituto. Esta contraseña se utilizara para modificar, ampliar o limitar el contenido del portal de cada partido que se aloje en Internet destinado a sus propios fines y de otras autoridades electorales. En ningún caso se entregara esta contraseña a candidato

alguno de partido político, o persona distinta al mismo presidente del partido político.

b) Para los efectos del presente artículo, el Instituto dispondrá de un organismo especializado en Informática, el cual se encargara de crear y administrar cada contraseña, además de ser el proveedor de alojamiento como servidor, a las páginas o portales de cada partido político. El Instituto no podrá censurar directamente el contenido de un portal en Internet. Sino que lo ara por medio de una solicitud directamente al presidente de cada partido que resguarde la propia contraseña. En cada portal de Internet de cada partido político, y Tecnología de la Información y Comunicación del que haga uso algún partido político contendrá un espacio para mensajes y ligas direccionados al propio Instituto Federal Electoral.

c) La publicación de información que se haga en Internet o alguna otra Tecnologías de la Información y Comunicación, será única y exclusivamente responsabilidad de cada partido político. Sin embargo si algún contenido contraviene los principios fundamentales de este Código, el Instituto podrá solicitar que se baje dicho contenido, previa justificación por escrito que sea entregada al partido político correspondiente. Especialmente en Internet y por su propia naturaleza, se entiende que los contenidos, que se publiquen o transmitan en este medio estarán disponibles las 24 horas del día, los 365 días del año.

d) Las autoridades electorales de las entidades federativas entregarán al Instituto los materiales con los mensajes que, para la difusión de sus actividades durante los procesos electorales locales, les correspondan en Internet y otras Tecnologías de la Información y Comunicación.

Artículo 74 bis

1. La asignación del presupuesto para las campañas electorales, en Internet o alguna otra Tecnología de la Información y Comunicación; como es el caso de envío de mensajes escritos a celular, buzón de voz o

llamadas a celular entre otro tipo de tecnologías, se ajustará estrictamente a lo dispuesto en este capítulo, a lo que, conforme al mismo, establezca el reglamento en la materia, y a lo que determine el Comité de Tecnologías de la Información y Comunicación del Instituto.

2. Las pautas que determine el Comité establecerán, para cada forma de envío de mensajes referentes a la propaganda electoral de cada partido político, el portal, el servidor, o la compañía telefónica, así como el día y hora en que deban transmitirse; el reglamento establecerá lo conducente respecto de plazos de entrega, sustitución de materiales y características técnicas de los mismos.

Artículo 76 bis

1. Para asegurar a los partidos políticos la debida participación en la materia, se constituye el Comité de Tecnologías de la Información y Comunicación del Instituto Federal Electoral, conforme a lo siguiente:

a) el Comité será responsable de conocer y aprobar los portales, servidores de Internet, y lo relativo a las compañías telefónicas para el envío de mensajes de los partidos políticos, formulados por la Dirección Ejecutiva competente, así como los demás asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los propios partidos. El Consejo General podrá atraer a su competencia los asuntos en esta materia que por su importancia así lo requieran; y

b) el Comité se reunirá de manera ordinaria una vez al mes, y de manera extraordinaria cuando lo convoque el consejero electoral que lo presida, o a solicitud que a este último presenten, al menos, dos partidos políticos.

2. El Comité se integra 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.

3. El Comité será presidido por el consejero electoral que ejerza la misma función en la Comisión a que se refiere el inciso b) del párrafo anterior.

4. Las decisiones del Comité se tomarán, preferentemente, por consenso de sus integrantes. En caso de votación solamente ejercerán el derecho a voto los tres consejeros electorales.

5. Los acuerdos adoptados por el Comité solamente podrán ser impugnados por los representantes de los partidos políticos ante el Consejo General.

6. El Instituto contará con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus facultades y atribuciones en materia de Tecnologías de la Información y Comunicación.

7. El Instituto dispondrá, en forma directa, de los medios necesarios para verificar el cumplimiento de las reglas generales para el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación que apruebe, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda electoral que se difunda por medios diferentes a la radio o televisión. Dentro de los medios para controlar el acceso de los partidos políticos a las Tecnologías de la Información y Comunicación, se contara con la contraseña única que se entregara a cada uno de los presidentes de cada partido político existente, esta contraseña será el único medio por el cual los partidos políticos puedan subir, modificar o bajar información de su portal en Internet, además de ser también el medio por el cual se pueda tener acceso al presupuesto para las compañías telefónicas, para enviar todo tipo de mensajes o llamadas referentes a la propaganda electoral de cada partido político, por lo anterior, esta contraseña será resguardada por el presidente de cada partido político, con lo cual cualquier uso inapropiado

será responsabilidad única y exclusivamente del partido político tenedor de la contraseña.

8. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de los contenidos en Internet sobre las precampañas y campañas electorales, que sean “subidos” o administrados por los partidos políticos. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo

a) el Comité será responsable de crear una llave de seguridad de acceso a Internet, esta con el fin de conocer y aprobar la transmisión correspondientes a programas y mensajes de los partidos políticos, formuladas por la Dirección Ejecutiva competente, así como los demás asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los propios partidos. El Consejo General podrá atraer a su competencia los asuntos en esta materia que por su importancia así lo requieran.

Artículo 211...

3. Los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular que participen en los procesos de selección interna convocados por cada partido no podrán realizar actividades de proselitismo o difusión de propaganda, por ningún medio, **incluyendo Tecnologías de la Información y Comunicación que se mencionan en el presente código**, antes de la fecha de inicio de las precampañas; la violación a esta disposición se sancionará con la negativa de registro como precandidato.

4. Los partidos políticos harán uso del tiempo en radio y televisión que conforme a este Código les corresponda para la difusión de sus procesos de selección interna de candidatos a cargos de elección popular, de conformidad con las reglas y pautas que determine el Instituto Federal Electoral. **De igual manera se dará el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación de**

acuerdo a las reglas que determine el Instituto Federal Electoral. Los precandidatos debidamente registrados podrán acceder a radio y televisión, **así como a las Tecnologías de la Información y Comunicación** exclusivamente a través del tiempo que corresponda en dichos medios al partido político por el que pretenden ser postulados.

5. Queda prohibido a los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular, en todo tiempo, la contratación de propaganda o cualquier otra forma de promoción personal en radio y televisión. **Tampoco se podrá subir a la red videos, páginas, mensajes, spot, blogs o cualquier otro uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación sin la debida llave de seguridad o contraseña que es proporcionada por el propio Instituto.** La violación a esta norma se sancionará con la negativa de registro como precandidato, o en su caso con la cancelación de dicho registro. De comprobarse la violación a esta norma en fecha posterior a la de postulación del candidato por el partido de que se trate, el Instituto Federal Electoral negará el registro legal del infractor.

Artículo 342...

i) la contratación, en forma directa o por terceras personas, de tiempo en cualquier modalidad en radio o televisión; **o servidor de Internet para el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.**

j) la difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas; **así sean por radio o televisión, o en cualquier otro medio que sea considerado como Tecnología de la Información y Comunicación.**

Artículo 354...

IV. Con la interrupción de la transmisión de la propaganda política o electoral que se transmita, dentro del tiempo que le sea asignado por el Instituto, en violación de las disposiciones de este Código; así mismo se sancionara con el

hecho de administrar, subir o ***bajar información de Internet como videos, mensajes, blogs, que vengan en repartición masiva sin la llave de seguridad o contraseña otorgada por el Instituto.***

Por todo lo anteriormente expuesto, y a manera de conclusión se puede mencionar que: “el mecanismo jurídico político de los tratados internacionales o de las leyes supranacionales debería constituir la vía más adecuada para regular la convivencia en las nuevas sociedades de la información”.⁷² Por lo que el beneficiado con toda esta tecnología seria en definitiva el usuario, que cuenta con mayor información para tomar sus decisiones.

⁷² JIJENA LEIVA, Renato, et al, El Derecho y la Sociedad de la Información: la Importancia de Internet en el Mundo Actual, Porrúa, México, 2003, p 12.

CONCLUSIONES

PRIMERA.- La Sociedad de la Información, da paso a las Tecnologías de la Información y Comunicación, que son el perfeccionamiento de los medios de comunicación actual, por ejemplo la televisión evoluciona a la HD o alta definición, la radio evoluciona a la radio digital o por Internet.

SEGUNDA.- Hace varios años que las sociedades y países de todo el orbe están inmersas en la revolución provocada por el desarrollo científico y tecnológico que hace posible la comunicación instantánea a través de la radio, la televisión y los nuevos medios cibernéticos, entre los cuales el *internet* constituye un cambio de dimensión histórica.

TERCERA.- En todos los países con sistema democrático se registra, hace por lo menos tres lustros, la tendencia a desplazar la competencia política y las campañas electorales desde sus espacios históricamente establecidos -primero las plazas públicas, luego los medios impresos- hacia el espacio de los medios electrónicos de comunicación social, de manera preponderante la radio y la televisión.

CUARTA.- Una de las manifestaciones de las Tecnologías de la Información y Comunicación, más evidentes en México es la creación del e-gobierno, que no es más que la digitalización del gobierno. Uno de sus mayores exponentes es la creación de portales electrónicos de los gobiernos de cada entidad federativa y del propio gobierno federal.

QUINTA.- Las Tecnologías de la Información y Comunicación, día a día van cambiando y generándose nuevas, sin embargo, los partidos políticos han usado la mayoría de estas Tecnologías, por ejemplo el Internet, blogs, redes sociales, chats, portales electrónicos etc. Para hacerse propaganda electoral.

SEXTA.- La comunidad internacional en el Tercer Milenio, han quedado enmarcadas en el proceso de globalización de los flujos de información, que desbordan en forma irremediable las fronteras de los Estados; esa nueva realidad, abre retos inéditos para la preservación de la democracia y la soberanía de cada País. No es exagerado afirmar que los sistemas político-constitucionales que cada Estado se ha dado en uso de su derecho a la autodeterminación, en los marcos del Derecho Internacional, viven un enorme desafío.

SÉPTIMA.- Se entiende por partido político, la representación de un conjunto de personas que siguen y defienden una misma fracción, opinión o causa. Es una agrupación que aspira al gobierno o dominación del Estado, con una ideología y un programa de acción definidos y una organización. Los Partidos Políticos Mexicanos han tenido una íntima relación con las Tecnologías de la Información y Comunicación, y que desde que tuvieron acceso a éstas, las utilizaron para hacerse propaganda electoral, desde el anonimato. Por lo cual es importante que se cree la legislación correspondiente para que cada partido político se haga responsable de los contenidos que transmite o publica en Internet.

OCTAVA.- El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, es la principal herramienta para que los Partidos Políticos les den el uso correcto a las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que en él se guardan las principales reglas que deben de seguir los partidos políticos.

NOVENA.- Dentro de las elecciones de Julio de 2009, los partidos políticos usaron indistintamente las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que lo mismo era ver un portal en Internet que hiciera referencia a la votación próxima, o ver el anuncio en el correo electrónico, videos o hasta redes sociales invitando a votar y intercambiar puntos de vista de los partidos políticos, y todo esto sin que existiera legislación que regulara esta acción de los partidos políticos.

Por otra parte y a escasos 2 meses de las elecciones de Julio de 2010 se vio un panorama similar, ya que los anuncios en internet no se hicieron esperar, además de correos y hasta videos en reconocidas páginas de internet.

DÉCIMA.- Internet, páginas de videos, blogs, chats, redes sociales, portales, envío masivo de correos digitales, llamadas a celular, mensajes de texto y de voz en celular, son las Tecnologías de la Información y Comunicación más utilizadas por los Partidos Políticos para generar su propaganda electoral.

DÉCIMA PRIMERA.- Actualmente, el sistema electoral de México, no cuenta con una regulación clara a cerca del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, sin embargo las menciona muy esporádicamente sin darles la importancia que merecen.

DÉCIMA SEGUNDA.- En este momento, es necesaria una legislación que regule el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación, por parte de los Partidos Políticos, para que el ciudadano no sea invadido con una sobrecarga de propaganda electoral, que lejos de informar sobre las plataformas políticas o propuestas, solo anuncia de forma masiva la imagen de una persona con intereses políticos sin mostrar la realidad.

DÉCIMA TERCERA.- Con la Reforma y Adición al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales con relación al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, se puede crear una mejor democracia en donde no se niegue el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación a los partidos políticos, sino por el contrario se exija que los contenidos que se presenten por medio de estas tecnologías, sean de calidad y llenen de información oportuna al ciudadano para realizar una votación oportuna.

DÉCIMA CUARTA.- Esta propuesta de Reforma Electoral, destaca, en primer término, que se busca reducir el costo generado por la mediatización y la spotización de las campañas electorales. Tanto en Radio y Televisión, como en las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Los ciudadanos y los medios de comunicación han reclamado que se disminuya el costo de las elecciones.

DÉCIMA QUINTA.- La presente propuesta de Reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, pretende poner en práctica un nuevo modelo de comunicación entre sociedad y partidos, que atienda las dos caras del problema: en una está el derecho privado, en la otra el interés público. En México es urgente armonizar, con un nuevo esquema, las relaciones entre política y medios de comunicación; para lograrlo, es necesario que los poderes públicos, en todos los órdenes, observen en todo tiempo una conducta de imparcialidad respecto a la competencia electoral.

DÉCIMA SEXTA.- La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, reconoce y consagra las garantías individuales, sin embargo sólo son para las personas, no para las autoridades; éstas no pueden invocar como justificación o defensa de sus actos tales principios. La libertad de expresión es una garantía individual ante el Estado; los poderes públicos no están protegidos por la Constitución; son las personas, los ciudadanos, a los que la Constitución protege frente a eventuales abusos del poder público.

DÉCIMA SÉPTIMA.- Esta proposición de reforma debe limitar el acceso de los partidos a los medios electrónicos para realizar propaganda electoral, pero no debe limitar a los partidos a expresarse libremente, no sólo informativo, sino también su postura y acontecimientos nacionales, la cultura, la participación de la sociedad, su ideología, prohibir estas expresiones en los medios electrónicos es coartar el derecho a la libertad de expresión, se están confundiendo las esencias entre prohibir la propaganda electoral y ejercer responsablemente la

libertad de expresión. Por lo cual debe de ser regulativo y no prohibitivo el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, entre ellas el Internet.

DÉCIMA OCTAVA.- Como última conclusión del presente trabajo de investigación, se asevera que es necesaria una Reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales para regular el uso que hacen los partidos políticos mexicanos con respecto a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, ya que de seguir así lo más probable es que se desvíen grandes cantidades de dinero y fondos electorales en explotar este medio de comunicación, por lo que es importante fijar las reglas pertinentes e instituciones necesarias para la regulación de esta práctica.

FUENTES CONSULTADAS

1. ACKERMAN, John, et al, Mas allá del acceso a la información: transparencia, rendición de cuentas y Estado de derecho, Siglo XXI, México, 2008, 404 páginas.
2. ALONSO VELASCO, Juan Antonio, et al, Tecnologías de la Información y de la Comunicación, Alfaomega, México, 2005, 468 páginas.
3. ANDREA SANCHEZ, Francisco José de, Los Partidos Políticos. Su Marco Teórico – Jurídico y las Finanzas de la Política, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2002, 974 páginas.
4. ARIAS GALICIA, Fernando, Administración de Recursos Humanos, sexta edición, Trillas, México, 2006, 768 páginas.
5. BERLIN VALENZUELA, Francisco, Derecho Electoral, Porrúa, México, 1990, 33 páginas.
6. BOTTA, Mirta, et al, Tesis, Monografías e Informes: Nuevas Normas y Técnicas de Investigación y Redacción, 1° Edición, Biblos, Buenos Aires, 2003, 126 páginas.
7. CAETANO, Gerardo, et al, Informática, Internet y Política, Centro Latinoamericano de Economía Humana; Organización de los Estados Americanos, U.P.D., Uruguay, 2003, 296 páginas.
8. CAMARENA PATIÑO, Javier, Nuevo Derecho Electoral Mexicano 2006, 8° edición, UNAM-IIJ, 2006, 836 páginas.
9. CASALLO LOPEZ, José, et al, Problemática jurídica en torno al fenómeno de Internet, Consejo General del Poder Judicial, Madrid, 2000, 205 páginas.
10. CHOMSKY, Noam, et al, La sociedad global: educación mercado y democracia, Planeta, 2° edición, México, 1996, 197 páginas.
11. CROVI DRUETTA, Delia, Sociedad de la Información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible, La Crujía, Buenos Aires, 2004, 392 páginas.
12. DIAZ MOTIEL, Fernando, Gobierno Electrónico: Tecnologías de la Información al Servicio de los Ciudadanos, Gobierno del Estado de Puebla, Colegio de Tlaxcala, México, 2006, 165 páginas.
13. ESCOBEDO, Juan Francisco, México: poliarquía en construcción: democratización, comunicación, información y gobernabilidad, Universidad Iberoamericana, México, 2004, 107 páginas.

14. FELICIE SOTO, Ada Myriam, Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital, Alfagrama, Buenos Aires, 2006, 254 páginas.
15. FUENTES DIAZ, Vicente, Los Partidos Políticos en México, Porrúa, México, 1996, 345 páginas.
16. GARCIA BEAUDOX, Virginia, Comunicación Política y campañas Electorales: Estrategias en elecciones presidenciales, Gedisa, Barcelona, 2005, 269 páginas.
17. GUTIERREZ LOPEZ, Roberto, Información y Democracia: los medios de comunicación social y su influencia sobre la política: el caso de México, Pomares, Barcelona-México, 2005, 239 páginas,
18. HARGREAVES, Andy, Profesorado, cultura y postmodernidad, “cambian los tiempos, cambia el profesorado”, quinta edición, Ediciones Morata, S.L., Madrid, 2005, 303 páginas.
19. ISLAS, Octavio, Internet: columna vertebral de la sociedad de la información, Tecnológico de monterrey, México, 2005, 392 páginas.
20. JIJENA LEIVA, Renato, et al, El derecho y la sociedad de la información: la importancia de Internet en el mundo actual, Porrúa, México, 2003, 326 páginas.
21. LLANEZA GONZALEZ, Paloma, Internet y comunicaciones digitales: régimen legal de las tecnologías de la información y la comunicación, Bosch, Barcelona, 2000, 450 páginas.
22. MATTELART, Armand, Historia de la Sociedad de la información, Paidós, depósito legal, 2002, Barcelona, 193 páginas.
23. MAZA GAZMURI, Iñigo de la, Derecho y tecnologías de la información, Universidad Diego portales, Facultad de Derecho, Chile, 2002, 497 páginas.
24. MOLES PLAZA, Ramón, Derecho y control en Internet: la regulabilidad de Internet, Ariel, Barcelona, 2003, 164 páginas.
25. MORALES PRATS, Fermín, et al, Contenidos ilícitos y responsabilidad de los prestadores de servicios de Internet, Cizur Menor Navarra, 2002, 267 páginas.
26. MÜNCH GALINDO, Lourdes, Métodos y Técnicas de Investigación. 3° Edición, Trillas, México, 2007, 167 páginas.
27. NAVARRO ISLA, Jorge, et al, Tecnologías de la información y de las comunicaciones: aspectos legales, Porrúa, México, 2005, 462 páginas.

28. PRAWDA, Juan, México Educativo Revisitado, 3° edición, Editorial Océano, 2001.
29. ROJAS ORDUÑA, Octavio, et al, Blogs: la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos, ESIC, Madrid, 2006, 315 páginas.
30. SARTORI, Giovanni, Homo videns, La sociedad teledirigida, Taurus, 9° edición, España, 2005, 205 páginas.
31. SINCLAIR, John, Televisión: Comunicación global y regionalización, Gedisa, España, 2000, 155 páginas.
32. TÉLLEZ VALDÉS, Julio, Derecho Informático, 3° Edición, Editorial McGraw Hill, 2006, Pág. 475.
33. DEL TORO, Juan Manuel, et al, Mejorar la eficacia de la publicidad en TV, Gestión 2000, Barcelona, 2000, 134 páginas.
34. TREJO DELARBRE, Raúl, Viviendo en el Aleph, la sociedad de la información y sus laberintos, Gedisa, Barcelona, 2006, 254 páginas.
35. VALDEZ ZEPEDA, Andrés, Mercadotecnia Gubernamental, Universidad de Guadalajara, México, 2004, 197 páginas.
36. VATTIMO, Gianni, El fin de la modernidad, quinta edición, Gedisa, España, 2007, 160 páginas.
37. VILLANUEVA VILLANUEVA Ernesto, Derecho de Acceso a la Información en el Mundo, Porrúa, México, 2006, 270 páginas.

Legislativas

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales

Electrónicas

<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001363/136367s.pdf>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tin196&s=est&c=9200>, 6 de diciembre de 2008, 06:21 pm.

<http://www.itu.int/> 05/09/09 11:30 AM.

<http://sic.conaculta.gob.mx/estadistica/> 09/08/09, 07:54 hr.

<http://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/otras/diccjur/dic%20m.htm#a8> 25 de agosto de 2008, 10:48 AM.

<http://www.dcyg.ipn.mx/dcyg/quesonlastics.aspx> 1:59 PM. 17 octubre de 2008

Otras

Conferencias

“Pensamiento Complejo y Transdisciplinariedad”, Publicado por el Programa MOST. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París Cedex 15, Francia. UNESCO 2004. Luis Carrizo y Mayra Espina Prieto.

Propuesta de una agenda gubernamental que prepare a México para su entrada a la sociedad de la Información, desarrollada por el Centro Universitario de Investigación Bibliotecológica, de la UNAM,