UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN DERECHO
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DERECHO

EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES DE LOS CANDIDATOS INDEPENDIENTES, PARTIDOS Y SUJETOS POLÍTICOS, EN CAMPAÑAS ELECTORALES

T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE :

MAESTRO EN DERECHO

P R E S E N T A :

LIC. LESLY JEANETTE BASTIDA ESPINOZA

DIRECTOR DE TESIS: DR. SANTIAGO NIETO CASTILLO
PROGRAMA DE POSGRADO EN DERECHO

Ciudad Nezahualcóyotl, Estado De México, Abril 2017

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

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

A DIOS
Por estar conmigo en todo momento.

A CONACYT
A través de estas líneas quiero expresar mi sincero agradecimiento al CONACYT por el apoyo económico brindado durante la realización de este proyecto.

A LA UNAM
Por brindarme los conocimientos requeridos durante la maestría.

A LA FES ARAGON
Por brindarme una educación y extensión de conocimientos. Mi segunda casa

A MI TUTOR
Que con su ejemplo, me enseñó a buscar el conocimiento antes que el reconocimiento. Por su dirección a lo largo de esta tesis, pero sobre todo por la extraordinaria calidad humana que lo caracteriza.

A MIS MAESTROS Y SÍNODOS
Por todas esas deliciosas cátedras que imparten y comparten en las aulas de esta Universidad, que además de impulsarnos nos adentran en la Ciencia del Derecho.

A MIS PADRES ALFREDO BASTIDA Y ESTER ESPINOZA
Por tanto amor, paciencia y sabios consejos que siempre me brindan. Este logro no sería posible sin ustedes, gracias por ser, gracias por estar y gracias por amar.

A MI ESPOSO
Gracias por tu amor y comprensión, que fueron fundamentales para lograr este proyecto.

A MI AMADA HIJA

Gracias por tu comprensión, tus palabras de aliento y por todas las alegrías que me has dado, sobretodo esta última de ser una pumita, que esto te sirva de ejemplo en una muy larga vida universitaria que te espera… y ahora puedo decirte LO LOGRAMOS

A CARMEN ESPINOZA Y FAMILIA

Por su apoyo incondicional y ser la mejor tía del mundo mundial, sin su apoyo esto no sería posible.

A LA MAESTRA THELMA GONZALEZ LARIOS

A mi amiga, colega, compañera, cómplice, consejera, pero sobre todo mi tutora jr, gracias por todo ese tiempo que me brindaste en revisiones y participaciones en este proyecto, pero más allá de todo gracias por tu amistad.

AL DR. CARLOS GONZALEZ BLANCO

Gracias por todas las cátedras, consejos y revisiones a este proyecto, por brindarme lazos de amistad y llevar la enseñanza más allá de las aulas.

AL LIC. BARUC GONZALEZ ARRIOJA

Por su amistad incondicional y los alientos para culminar este proyecto. Gracias hermanito.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **6**

CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL **9**

1.1 Sociedad de la Información en México. **9**

1.2 Medios de Comunicación y su importancia en la sociedad de la información. **16**
1.2.1 Definición de los Medios de Comunicación. 17
1.2.2 Clasificación de los Medios de Comunicación. 19
1.2.2.1 La radio 21
1.2.2.2 Televisión 22
1.2.2.3 Medios Impresos 25
1.2.3 Definición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s). 27
1.2.4 Clasificación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s). 28
1.2.4.1 Internet 29
1.2.4.2 Páginas electrónicas 38
1.2.4.3 Redes sociales 42
1.2.4.4 Telefonía celular 45
1.2.4.5 Mensajes de texto 47
1.2.4.6 Otras aplicaciones 47

1.3 Importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la Sociedad de la Información en México y su relación con el Sistema Electoral Mexicano. **50**

1.4 Concepto de Laguna Jurídica **52**
1.4.1 Algunas lagunas jurídicas en materia electoral 54
1.4.2 Laguna jurídica en materia de uso de redes sociales e Internet en el sistema electoral mexicano. 56

CAPÍTULO II MARCO JURÍDICO DE INTERNET Y DE LAS REDES SOCIALES EN MÉXICO **58**

2.1 Antecedentes **58**
2.1.1 Fundamento: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 41. 62

2.2. Instituto Nacional Electoral y Medios de Comunicación **65**
2.2.1 Naturaleza Jurídica 66
2.2.2 Atribuciones. 68
2.2.3 Estructura 69

2.3 Reforma de 2007 en relación al acceso a medios de comunicación, internet y redes sociales **71**

2.4 Reforma de 2013-2014 en relación al acceso a medios de comunicación, internet y redes sociales. 73

2.5 Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación **78**

2.6 Legislación vigente en materia electoral en relación a los Medios de Comunicación. **80**

CAPÍTULO III.CANDIDATOS INDEPENDIENTES, PARTIDOS Y SUJETOS POLÍTICOS MEXICANOS Y SU RELACIÓN CON EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES..... 88

3.1 Los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos y su relación con el uso de internet y redes sociales, algunos casos actuales. 89
3.1.1 Candidatos independientes 90
3.1.2 Partidos políticos 95
3.1.3 Sujetos políticos 103
3.1.4 Internet y redes sociales 104

3.2 Rendición de cuentas y transparencia de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos y su relación con el uso de internet y redes sociales 107

3.3 Campañas electorales por medio del uso de internet y redes sociales a la luz de la protección de los derechos fundamentales, libertad de expresión. 110

CAPÍTULO IV REGULACIÓN DEL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES, DE LOS CANDIDATOS INDEPENDIENTES, PARTIDOS Y SUJETOS POLÍTICOS EN LAS CAMPAÑAS Y PROPAGANDAS ELECTORALES 119

4.1 Avances tecnológicos en materia electoral 120
4.1.1 Voto electrónico 121
4.1.1.1 Elementos del Voto Electrónico 124
4.1.1.2 Características del voto electrónico 126
4.1.1.3 Avance del voto electrónico en México 129

4.2 Importancia del internet y redes sociales en campañas electorales 137

4.3 Beneficios derivados de la regulación del uso de internet y redes sociales en las campañas y propaganda electoral de candidatos independientes, partidos y sujetos políticos 142

4.4 Exposición de motivos para la propuesta de regulación electoral. 145
4.4.1 Regulación del uso del internet y redes sociales para campañas y propagandas electorales de candidatos independientes, partidos y sujetos políticos 149

CONCLUSIONES 163

BIBLIOGRAFÍA 169

INTRODUCCIÓN

Actualmente la forma de comunicar ha cambiado, tan es así que ahora se puede comunicar la información al mismo instante en que esta se genera. Estas nuevas tendencias en comunicación están influyendo en todos los campos de la actividad humana (educación, economía, comunicación, salud, etc.), por lo que impactan a los procesos electorales mexicanos. En estas nuevas formas de comunicar está implícito el internet y redes sociales.

Hoy en día, una parte importante de las precampañas, campañas políticas, así como propaganda y comunicación electoral se está llevando a través del uso del internet y las redes sociales. Ante este escenario, resulta necesario explorar los límites y cuestiones específicas del uso de esta nueva herramienta tecnológica, en los procesos electorales, no sólo en campañas, sino en la propaganda electoral de funcionarios públicos y otros sujetos políticos, a fin de que no se pierda la equidad en la contienda y no se afecte el proceso electoral.

Con la presente investigación, no se pretende limitar la libertad de expresión de los partidos políticos, candidatos independientes o sujetos políticos.

Esta libertad de expresión encierra la propia difusión de opiniones e ideas eminentemente políticas con finalidades claramente electorales, por lo que es importante determinar el contenido y alcance de dicha libertad fundamental. Aunado a esto se debe de establecer claramente las reglas en que se utilicen el internet y redes sociales, para las campañas y propagandas electorales, ya que el posicionamiento político, que se está llevando a cabo en internet, se está haciendo de una manera libre de cualquier regulación, ni supervisión de ningún órgano electoral con la finalidad de sancionar un uso incorrecto de esta herramienta.

En este orden de ideas, se puede decir que se está frente a una laguna jurídica, la cual resulta de la falta de regulación específica en el papel de las plataformas tecnológicas y redes sociales en la maximización de la difusión de los mensajes de contenido político-electoral a través del uso de internet.

En la reforma electoral de noviembre de 2007 al artículo 41 constitucional, se regula el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. Dejando la facultad de otorgar los tiempos en radio y televisión al entonces conocido IFE. Como resultado de esta reforma, se limita el mecanismo a través del cual se puede acceder a los medios de comunicación, (radio, televisión y medios impresos). Los sujetos políticos1, por su parte optaron por usar internet y redes sociales, para las expresiones políticas de sus campañas electorales. El acceso sin restricción, ni control alguno, con el que se conducen los partidos políticos, candidatos independientes y sujetos políticos mexicanos para realizar sus campañas y propagandas electorales por medio de internet y redes sociales, es por ahora, una laguna jurídica con efectos que impactan en la cultura política democrática.

El internet y las redes sociales, son una estrategia clara y constante de comunicación política, que han demostrado que "la campaña permanente" es posible a través de la red de redes (internet), y que, al contrario que en la televisión o medios de comunicación tradicionales, la red permite ver día a día el avance de la campaña, la implicación de la gente para con el partido o para con el candidato, estas redes sociales, son utilísimas para un partido a la hora de prepararse y de ganar posicionamiento político y visibilidad.

En México en las elecciones de 2015, los tres principales partidos políticos tuvieron una importante interacción con internet y redes sociales. Por otro lado, una nueva figura se incluyó en la contienda electoral: los candidatos independientes, los cuales usaron internet y redes sociales para un mejor posicionamiento político, un ejemplo de ello son Jaime Rodríguez, El Bronco,

[1] Entendiéndose por sujeto político, a algunos militantes de los partidos políticos, funcionarios y servidores públicos con aspiraciones políticas, aspirantes a cargos políticos, entre otros. Es decir, la persona que teniendo una imagen posicionada en la ciudadanía, pretende ocupar un cargo de elección popular o posicionar algún partido o candidato independiente. Un ejemplo podría ser Carlos Slim quien ya cuenta con un gran posicionamiento en la ciudadanía, si él pretendiera ser un candidato independiente contaría con este posicionamiento, aunado a el uso de internet y redes sociales crecería de sobremanera en relación a otros, lo cual se reflejaría en las condiciones de igualdad en la contienda electoral.

quien ganó la gubernatura del estado de Nuevo León y Pedro Kumamoto quien ganó la diputación local por el distrito 10 de Zapopan, en Jalisco.

Ambos candidatos ciudadanos tuvieron una intensa acción en internet y redes sociales, dentro de ésta actividad, se pudieron observar vistosas páginas electrónicas que contenían una gran cantidad de datos, cifras, informes, fotografías, etc., haciendo propaganda en favor de sus candidatos y de sus propuestas. Por supuesto re direccionamientos a Facebook, Twitter y otras redes sociales. El uso de Internet en las campañas políticas es una tendencia que va en aumento.

Si bien es cierto, que los partidos políticos y candidatos independientes están obligados a rendir cuentas en materia de transparencia, también lo es que no es el área adecuada para regular acerca de esta nueva realidad. Es de vital importancia que se tomen acuerdos para no dejar lagunas en cuanto al impacto que genera el uso de internet y redes sociales en la propaganda política electoral, las cuales se verán reflejadas con nuevas modificaciones al sistema electoral mexicano.

Capítulo I Marco Contextual

En el presente capítulo, se pretende abarcar el contexto socio-cultural de la Sociedad de la Información en México y la relación que tiene con el sistema electoral mexicano.

Hoy en día, los medios de comunicación han desarrollado una importante manifestación de las realidades y capacidades en la interacción con la vida diaria, y en la actualidad se observa no solo a los medios de comunicación como los encargados de difundir la realidad, sino que, las tecnologías de la información y comunicación, en especial el internet y las redes sociales tienen un papel preponderante.

Por lo cual, para el desarrollo del presente trabajo, se enunciarán, los conceptos de medios de comunicación, tecnologías de la información y comunicación, redes sociales, así como la clasificación de cada uno, aunado a ello, destacaremos la importancia que tienen en el contexto de la Sociedad de la Información y el sistema electoral mexicano.

1.1 Sociedad de la Información en México.

"La Sociedad de la Información comprende el uso masivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s) para difundir el conocimiento y los intercambios en una sociedad".[2] Partiendo de esta idea, se puede conceptualizar a la Sociedad de la Información, como el conjunto de medios por los cuales es posible la difusión de la información.

En otras palabras, se puede decir que, es la expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más recientes. Ésto con la finalidad de transformar a sus actores, los cuales, pueden ser entre otros: el Estado, el ciudadano, las organizaciones, el sistema productivo, el comercio, la educación entre otros.

[2] Téllez Valdés, Julio, "*Derecho Informático",* 3° Edición, Editorial McGraw Hill, México, 2006, p. 6.

Anteriormente, existió la revolución industrial, por la cual los medios de producción sufrieron una evolución, en la que se consideraba al hombre como generador de productos. La "Revolución industrial es concepto que, desde el siglo XIX en adelante, comienza a ser referido al conjunto de mutaciones (técnicas, económicas, sociales, culturales, políticas) que, entre mediados del siglo XVIII y mediados del XIX, producen el despegue industrial de Gran Bretaña y le aseguran décadas de preponderancia mundial".[3]

A raíz de este cambio, evolucionó la civilización, por la industrialización y mecanización de los trabajos, sin embargo al ir creciendo la comunicación entre los pueblos, se redujeron los tiempos y las distancias, la interacción de la vida común ha tenido varias transformaciones, la más reciente que es lo que hoy llamamos a una sociedad de la información, en donde, las economías se globalizan, los Estados son dependientes del contexto mundial.

Lo que ha desembocado en una sociedad globalizada, donde sus mayores protagonistas son las Tecnologías de la Información y Comunicación, en lo sucesivo TIC´s, que con su desarrollo y uso han ido evolucionando a la misma sociedad. Por lo cual es importante dentro de este capítulo, conocer el impacto que tienen estas TIC´s primero en la sociedad mundial, y posteriormente, en México.

El estudio de la evolución humana ha sido dividido en Edades para una mejor comprensión. "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".[4]

Estos cambios dentro de la sociedad, afectan el fenómeno jurídico que desde el inicio de la civilización humana ha estado inmerso en esta relación hombre-derecho. Por tal motivo, dicha transformación humana forzosamente se refleja en la evolución del fenómeno jurídico.

---

[3] Kaplan Marcos, Coordinador, "*Revolución tecnológica, Estado y Derecho"*, IIJ-UNAM PEMEX, México, 1993, p. 71.

[4] 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.

En otro orden de ideas, se puede decir que actualmente estamos en la postmodernidad, que aunado a las nuevas TIC´s, se está generando la sociedad de la información que dará paso a su vez a la sociedad del conocimiento. Gianni Váttimo,[5] considerado como 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." Partiendo de este entendido, 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".[6]

En 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 histórico-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.
- 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 qué tanto son conocidos, y no tanto por sus

[5] Váttimo, Gianni, "*El Fin de la Modernidad*" 5° Edición, Gedisa, España, 2007, p. 101.
[6] Chomsky, Noam, *et. al.*, *La Sociedad Global: Educación Mercado y Democracia,* 2° edición, Planeta, México, 1996,

corrientes ideológicas o partidistas. Por ejemplo, se puede mencionar a Barack Obama, que es una de las imágenes más populares en el mundo, por haber sido el presidente número 44 de los Estados Unidos de Norteamérica en el período del 20 de enero de 2009 al 20 de enero de 2017.

- Aleja al receptor de la información recibida quitándole realidad y relevancia, convirtiéndola en mero entretenimiento. Como se puede observar en los recientes debates políticos que se han convertido en una función, que lejos de informar sobre plataformas políticas, entretienen con argumentos que carecen de relevancia o intrascendentes.
- 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.
- 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.[7]

En el pensamiento postmoderno se observa con claridad que 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. En donde, la comunicación y los medios adquieren un carácter central, como actualmente se está observando en el campo del Derecho Electoral, particularmente en el modelo de la comunicación política.

Por otra parte se puede decir, que el Derecho entendido desde la perspectiva de fenómeno social, con frecuencia le resta importancia a otros discursos sociales; sin embargo en el contexto de la globalización es importante reiterar que esta

[7] Disponible en http://postmodernismohoy.blogspot.mx/2008/08/caracteristicas-del-postmodernismo.html, consultado el día 02 de enero de 2016.
Postmodernismo Grupo No. 2, Comunicación Semiología Del Mensaje Estético, Lic. Sergio Morataya, Guatemala Universidad San Carlos De Guatemala Escuela De Ciencias De La Comunicación Décimo Semestre De Licenciatura En Comunicación Social

postura es sumamente formalista como la planteada por Hans Kelsen en su muy conocida obra "La Teoría Pura del Derecho", sin embargo al contraponer esta corriente filosófica, con la conocida como Realismo jurídico, la cual señala que el Derecho propiamente constituye un medio para fines sociales, "se puede encuadrar perfectamente al Derecho como un medio para el fin social el cual se puede entender como la nueva sociedad de la información o sociedad globalizada".[8] En este orden de ideas, se puede mencionar que conceptos como Sociedad de la Información, (en lo sucesivo S.I.) y medios de comunicación, están tomando cada vez mayor fuerza como característica central de la sociedad, dentro de la corriente de la postmodernidad.

La Sociedad de la Información proyecta su incontenible influencia o tal vez encanto sobre los ámbitos del saber y del actuar humano, al requerimiento de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación teniendo al fenómeno Internet como su máxima expresión. El encuentro con esta S.I., e internet es inevitable, ya que donde hay sociedad hay Derecho. Y la sociedad de la información no puede constituir una excepción.

A manera de conclusión del presente apartado se puede decir que la S.I., 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".[9] En consecuencia las nuevas TIC´s en especial el internet y redes sociales 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.

"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

---

[8] Romero Flores, Rodolfo, "*Voto electrónico y otras implicaciones*", México, 2010, UNAM-IIJ, p.73.
[9] Prawda, Juan, "*México Educativo Revisitado",* 3° edición, Editorial Océano, México, 2001, p. 35.

sistema".[10] En la definición se observa, cómo 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.

Otro de los conceptos a los que haremos mención será el de multimedia que se refiere a "cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y video que llega por computadora u otros medios electrónicos" [11] es de mencionar que para su reproducción requiere de tecnología digital por la cual se entiende a las funciones del teléfono, de la televisión y de la computadora, entre otros.

En la actualidad se utiliza la multimedia para hacer más atractivos los mensajes ya sean publicitarios o no, es decir que tengan video, audio, colores, movimientos enlaces por mencionar algunos, con la finalidad de transmitir la información.

Por ésta situación se comienza con el uso de un nuevo concepto, el cual se refiere a la S.I., ya que ahora "la información es poder y quien tiene acceso a la información, tiene acceso al poder".[12] 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 importante, insistir en la preocupación que ha tenido la población mundial sobre este fenómeno social, como consecuencia de esto la Organización de Naciones Unidas a través de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo centrado en los aspectos sociales de la Sociedad de la Información, estableció en la ciudad de Ginebra, la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información en el 2003 como primera fase y en el 2005 se realizó la segunda fase en la ciudad de Túnez, estas Cumbres Mundiales sobre la Sociedad de la Información (CMSI), fueron los primeros eventos internacionales con la finalidad de observar el impacto de las TIC´s, la brecha digital y a realizar mediciones de la S.I. En el 2005, 2006, 2007, 2008, 2009,

---

[10] Felicie Soto, Ada Myriam, "*Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y Brecha Digital"*, Alfagrama, Buenos Aires, 2006, p. 9.

[11] Vaughan, Tay, "*Todo el poder de multimedia",* 2° edición, Mc Graw-Hill, México, 1994, pág. 25.

[12] Prawda, Juan, O*p. Cit*., p. 35.

2010, 2011, 2012, 2013, 2015 y 2016 se han realizado foros para dar seguimiento a los temas de éstas cumbres.[13]

Para garantizar una sociedad de la información verdaderamente mundial e integradora, en las futuras actividades en la esfera política se deben contemplar no sólo los aspectos relacionados con el acceso, sino también los relacionados con los precios, la banda ancha, la velocidad y la calidad del servicio, las aptitudes, el contenido y el idioma, y las aplicaciones destinadas a los usuarios de extremo inferior. 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 ha tenido en 2008 y 2010 el lugar 74 y 75 respectivamente de 152 países, en cuanto al desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación.[14] Mientras que en el 2012 y 2013 obtuvo el 94 y 95 lugar respectivamente de 166 países en el mismo rubro[15] por lo que es importante señalar la urgencia de México por acelerar las condiciones que propicien los cambios necesarios para su total ingreso a la S.I., 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 S.I., 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.

---

[13] Unión Internacional de Telecomunicaciones, Información disponible en la página https://www.itu.int/net/wsis/basic/about-es.html el día 20 de octubre de 2016

[14] Unión Internacional de Telecomunicaciones, *Medición de la Sociedad de la Información, 2011, Resumen ejecutivo*, Ginebra, 2011, Cuadro 1, Página 7, disponible en https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2011/MIS2011-ExecSum-S.pdf

[15] Unión Internacional de Telecomunicaciones, *Medición de la Sociedad de la Información, 2014, Resumen ejecutivo,* Ginebra, 2014, Cuadro 2.1, Página 11, disponible https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS_2014_Exec-sum-S.pdf

La Sociedad de la Información, como expresión de la globalización ha producido cambios sustanciales a la educación, al ejercicio profesional que afectan a la colectividad pues ha generado retos para los distintos sectores sociales frente a las nuevas realidades tecnológicas.

En México se apuesta 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]

Una forma de administrar los contenidos de internet y redes sociales a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, es la regulación del uso de internet y redes sociales; de ésta manera dar equidad a la contienda electoral y con lo cual se tendría una sociedad mayor y mejor informada.

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.

1.2 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, es en sí la información y la forma de comunicarla.

La importancia que tienen los medios de comunicación en la S.I., es la forma en la que se transmite la información en una sociedad, ya que es diferente la información que puede enviarse a través de la televisión, del radio, del cine, de un medio impreso o como parte fundamental del presente trabajo las redes sociales o el internet.

[16] Villanueva Villanueva, Ernesto, "*El Sistema Jurídico de los Medios de Comunicación en México*", UAM, México, 1995, p. 61.

Por otro lado, los medios de comunicación tienen una función primordial en las elecciones, ya que a partir de estos medios se difunden las diferentes ideologías y propuestas de cada candidato independiente o partido político, esto da equidad a la contienda electoral; siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos, entre ellos se puede mencionar que el tiempo aire en televisión o radio sea proporcional, para ello actualmente se hace un monitoreo, por parte de la UNAM y el INE, no sólo de los spots, sino que también se monitorea el tiempo que dedica cada noticiero hablar de cada uno. Informando al ciudadano por semana, en radio y televisión acerca de este monitoreo.

Más aún el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, tiene un monitoreo de redes sociales Facebook, Twitter y YouTube, que comenzó en las elecciones de 2012.[17] Lo cual es un gran precedente para buscar la reforma en relación a internet y redes sociales con la finalidad de dar equidad a la contienda electoral.

1.2.1 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, y finalmente comprender la evolución de estos medios.

Comunicación

La comunicación se basa en un intercambio de ideas, existiendo dos o más personas, las cuales se transmiten mensajes o información, en este orden de ideas se puede decir que la comunicación son "todos aquellos procedimientos a través de los cuales una mente afecta a otra lo que incluye voz, imágenes, textos, videos, expresiones artísticas, etc".[18]

Anteriormente se comunicaba un mensaje de forma verbal o visual, se usaban medios como la televisión, la radio o hasta el mismo papel. En la actualidad, este intercambio de comunicación se da por medio de las redes sociales e internet por

[17] Información disponible en la página http://electoral.juridicas.unam.mx/electoral2012mx/ el día 02 de enero de 2015.

[18] De La Maza Gazmuri, Iñigo, "*Derecho y Tecnologías de la Información"*, Universidad Diego Portales, Facultad de Derecho, Chile, 2002, p. 478.

mencionar algunos, en el presente, se está sustituyendo al papel con dispositivos creados para guardar información en alta calidad, por ejemplo: memorias *usb, memorystick, memorycard.* Cabe recordar que dentro de las características de la Sociedad de la Información, se pueden mencionar al almacenamiento, manejo y transmisión de la información.

Un medio de comunicación se refiere aquél medio que colabora para que fluya la comunicación como puede ser: la televisión, la radio, el periódico, y ahora el internet y las redes sociales. "La definición de medios masivos de comunicación no sólo se refiere a los instrumentos mecánicos que transmiten y a veces almacenan el mensaje (las cámaras de televisión, los micrófonos de radio, el equipo de impresión) sino también las instituciones que usan estas máquinas para transmitir mensajes.

Cuando se habla de televisión, la radio, los diarios, las revistas, las compañías de grabación y el cine, se hace referencia a la gente, las políticas, las organizaciones y la tecnología que se requieren en la producción masiva".[19] No solo es importante el mensaje que se pretende difundir, sino para que sea efectivo, también debe ser primordial el medio por el cual se difunde. En este orden de ideas y continuando con esta temática, en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 41 fracción III, menciona:

> *Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los* ***medios de comunicación social****. Los candidatos independientes tendrán derecho de acceso a prerrogativas para las campañas electorales en los términos que establezca la ley.*

Refiriéndose a medios de comunicación social, sin embargo una mejor definición sería la de medios de comunicación masiva, ya que el sentido de esta norma puede ser en el entendido de los diferentes medios de comunicación, que desde una perspectiva debería de referirse a TODOS los medios de comunicación, sin embargo y de acuerdo a propio articulo solo lo hace a la televisión y radio.

---

[19] Dominick, Joseph R, *La dinámica de la comunicación de masas,* México, Mc GRAW-HILL, 2000, p. 25.

1.2.2 Clasificación de los 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 está 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. 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. En el caso del presente trabajo, se pretende demostrar que las redes sociales y el internet influyen en el ciudadano a la hora de emitir su voto y más allá existe la presunción de que el candidato independiente[20], partido[21] o sujeto político[22], que utiliza las redes sociales o internet para sus campañas electorales, se conectan más en cierto tipo de la población en este caso los jóvenes y adultos que son usuarios de internet y redes sociales.

---

[20] Para efectos del presente trabajo se entenderá por Candidato Independiente: el ciudadano que, obtenga por parte de la autoridad electoral el acuerdo de registro, habiendo cumplido los requisitos que para tal efecto establece la LEGIPE. Definición tomada de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, artículo 3 fracción c.

[21] Para efectos del presente trabajo se entenderá por Partidos Políticos son entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios, con registro legal ante el Instituto Nacional Electoral o ante los Organismos Públicos Locales, y tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y, como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público. Definición tomada de la Ley General de Partidos Políticos, artículo 3.

[22] Para efectos del presente trabajo se entenderá por Sujeto Político a la persona que tiene un posicionamiento político más allá de que si pertenece a un partido político, o agrupación, que puede estar interesado en que un tercero gane una elección, es decir aquellas personas que se reconocen por ellos mismos. También son buenos consejeros. conocedores de los tiempos políticos y, con precisión, saben orientar las estrategias electorales. Se cita como ejemplos a Luis Videgaray, Miguel Barbosa Huerta, Gerardo Fernández Noroña.

Se puede apreciar, que la finalidad de un medio de comunicación masiva o social es el de comunicar a la mayor gente posible de manera accesible. Los medios masivos de comunicación son como puertas abiertas a la mente pública, que deben de usarse para la fabricación del consenso en el que reside 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, con la llegada del internet y redes sociales, se ha modificado la forma en que se transmite la imagen, información y hasta ideologías políticas.

Por ejemplo, antes solo se tenía la televisión en blanco y negro, después vino la televisión a color, ahora contamos con pantallas de cristal líquido, de 3D, y aún más las llamadas *Smart-tv*, las cuales tienen acceso a internet y redes sociales a través de *wi-fi*, además de que son capaces de transmitir una señal de alta definición, sin embargo al tener acceso a internet las ahora llamadas *Smart-tv*, son capaces de transmitir un sin número de información como videos, películas o documentos, con lo cual queda latente la publicidad que a través de internet y redes sociales despliegan los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

No obstante, en la actualidad el sistema electoral mexicano, sólo se refiere a los medios de comunicación más comunes, sin tomar en cuenta la evolución de éstos, o las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación como las redes sociales e Internet, ya que dentro de la conceptualización de nuestros legisladores no existe la definición apropiada a estos medios, lo cual genera confusión entre la ciudadanía, así como el aprovechamiento de los partidos políticos o funcionarios para usar redes sociales e Internet en campañas electorales y propaganda política.

Ahora mismo se encuentran en la red, páginas oficiales de los partidos políticos mexicanos, sin que exista aún regulación jurídica sin mencionar la propaganda política que “circula” por la web o los perfiles en las distintas redes sociales.

1.2.2.1 La radio

"El servicio de radiodifusión es aquél que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio; con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello. El uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo podrá hacerse previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue". [23] Según el artículo 2° Transitorio de la Ley Federal de Radio y Televisión. Actualmente se cuenta con las estaciones concesionadas que "son 1,265 las cuales cubren el 98% del territorio nacional".[24] La radio está cambiando día a día, la creación de 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 se escucha música, sino transmite programas de todo interés.

Cabe mencionar que hoy en día es más fácil tener un radio personal (reproductor de CD, MP3, teléfono celular, etc.), que tener una televisión particular. Por lo cual es tangible, que no toda la población tiene la educación socio-cultural 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. Pero es más lógico que se vaya escuchando la radio, o simplemente al ir caminando por la calle hacia la escuela, o al trabajo, ya sea en el celular, 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 (exceptuando internet como medio). Al llegar a los lugares más recónditos de una sierra o de una selva, no así la televisión o

---

[23] Ley Federal de Telecomunicaciones, Ley Federal de Radio y Televisión, publicado en el Diario Oficial el 11 de abril 2006. México

[24] Información de la Cámara de la Industria del Radio y Televisión que puede ser consultada en la página http://www.icirt.com.mx/portal/wp-content/uploads/2012/03/Presentaci%C3%B3n-Institucional-CIRT.pdf 05 de junio de 2015

cualquier periódico. Al igual que los costos en tiempo aire en televisión los candidatos independientes y partidos políticos deberán de ajustarse a los lineamientos para el acceso a este medio de comunicación, aceptando el tiempo oficial que les sea asignado por el Instituto Nacional Electoral, según lo estipula el Artículo 41 constitucional en su fracción III, y más aún la propia LGIPE en sus artículos 44 inciso n), 159, 160 al 186 y demás relativos.

Sin embargo no se ha mencionado a la radio por Internet, lo cual generaría una difusión bastante amplia, escuchar música o incluso programas por internet es más común hoy en día, transmitir por una estación de radio local por internet tiene varios beneficios por mencionar algunos: baja considerablemente la inversión en cuanto a infraestructura, libertad de tiempo y un amplia variedad para su reproducción que van desde las llamadas *apps*, hasta la reproducción sobre demanda, en este tipo de programas los spots no están contabilizados como en las emisoras de radio oficiales, un ejemplo de ésta modalidad lo da la conductora Carmen Aristegui,[25] que lanza su programa de noticias desde la radio por internet, teniendo contenido para descargar en cualquier momento entre otras características.

Aun así esta nueva modalidad al no estar regulada para los candidatos independientes, partidos políticos, precandidatos, funcionarios públicos entre otros, puedan realizar propaganda política o electoral en este medio aumentando así la laguna legislativa que se observa dentro del sistema electoral actual. Por lo que es importante adecuar nuestra legislación electoral a esta nueva realidad

1.2.2.2 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”.[26] Ésta como todos los medios de comunicación, se ha desarrollado de acuerdo con los grandes acontecimientos y procesos de la historia. Gran parte de la evolución que han tenido estos medios, entre ellos la televisión, se encuentra motivada por

[25] Información disponible en http://aristeguinoticias.com/ consultado el día 20 de enero de 2017
[26] Sartori, Giovanni, “*Homo Videns, La Sociedad Teledirigida”*, 9° edición, Taurus, España, 2005, p. 30.

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”.[27] 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. Esta 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 98.5% de los hogares mexicanos cuenta con al menos una televisión, el 35.1% cuenta con televisión de paga”,[28] al ver esta realidad no es difícil pensar que la televisión es uno de los medios de comunicación al que más gente tiene acceso, ya que en recientes encuestas se ha observado que la televisión está cediendo lugar a la televisión por internet,[29] como lo son estos nuevos servicios de Netflix, Blim, entre otros. Por estas razones los partidos políticos han utilizado a este medio de comunicación, para hacer su propaganda electoral.

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.

---

[27] Sinclair, John, “*Televisión: Comunicación Global y Regionalización”***,** Gedisa, España, 2000, p. 9.

[28] Información del INEGI, que puede ser consultada en la página de Internet http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tinf262&s=est&c=33490, 06 diciembre de 2015

[29] Villamil Jenaro, “*Frente a la caída de Televisa y TV Azteca, Netflix crece 157%”*, *Proceso,* en línea, Nacional, 26 de Febrero 2016, fecha de consulta 20 de abril de 2016, México, consultada en la página de internet http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157

En comparación con el cine, la televisión es mucho más versátil, porque permite transmitir muchos mensajes al día y el anunciante puede seleccionar las horas que más le convengan 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 dirigido a este público, 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 habló en el inciso anterior. 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".[30]

Por su parte, Ricardo Salinas Pliego, accionista principal de la transnacional mexicana TV Azteca, reveló 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".[31]

---

[30] Villamil Jenaro, "Televisión para jodidos", *Proceso,* [en línea] Nacional, 19 de marzo de 2013, [fecha de consulta 25 de septiembre de 2015], México, consultada en la página de internet http://www.proceso.com.mx/336733/television-para-jodidosAZCÁRRAGA

[31] Chomsky, Noam, *et. al.*, Op Cit. p. 149.

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.

Hoy, los partidos políticos no exponen en televisión sus plataformas políticas, propuestas de campaña, no obstante si muestran gala de la propaganda electoral, hasta el punto de utilizar a personas del medio artístico, para publicitarse, como ejemplo de ello basta ver los anuncios del entonces gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, que hizo a lado de la actriz Angélica Rivera y con la también actriz Lucero, con fines propagandísticos. O las recientes portadas de revistas de espectáculos que acapara el gobernador de Chiapas, Manuel Velasco por la relación sentimental que tiene con la también actriz Anahí. Sin embargo en este punto se profundizará más en los siguientes capítulos.

1.2.2.3 Medios Impresos

Los medios impresos o el periodismo escrito, comprenden desde diarios, revistas semanales, quincenales, mensuales, ya sean especializadas o de forma general, que nos muestra cómo se mueve el mundo a la vez que nos movemos con este, a veces sin siquiera percatarnos de ello. La prensa escrita viene a representar un medio a través del cual se expresan ideas y planteamientos de determinados grupos sociales en un tiempo y espacio dado.

"En México hacia 1722 aparece mensualmente la primera *GACETA DE MEXICO*, redactada por Juan Ignacio Castorena y Ursúa, en 1805 sale a luz el Diario de México, de Carlos Bustamante, con el que se cierra la actividad periodística colonial".[32] Cabe recordar que en esta época este tipo de información estaba totalmente dirigido a cierto tipo de población ya que no todos sabían leer y escribir, es decir una parte de la población era analfabeta.

[32] Antecedentes de los medios de comunicación en México, Información obtenida de la página http://medios.4t.com/custom.html

Sin embargo al paso del tiempo ha sido uno de los medios de comunicación que cumple con el objetivo de ir propagando la información entre la población.

"La prensa moderna en México, por otra parte surgió en la segunda década del siglo XX con la aparición de los diarios El Universal y Excélsior en 1916 y 1917 respectivamente, aunque con una circulación todavía escasa, por lo que dichos ejemplares aparecieron necesariamente ligados al comercio, en otras palabras a la venta de espacios publicitarios con el fin de mantener su permanencia."[33] Es decir, los ingresos con los que contaban para subsistir, eran precisamente de particulares que se anunciaban. Sin embargo esto no era suficiente por lo que estos diarios acudían al auxilio del gobierno para no caer en banca rota. Esto derivo en una relación sumisa hacia los grupos de poder.

El avance que ha tenido la prensa en México ha sido impresionante, hoy en día se puede observar una gran variedad de diarios, semanarios u otro tipo de publicaciones que cumplen con la finalidad de este medio.

En relación a las campañas y propaganda electoral por medios impresos, se puede referir a los diarios como el medio principal e idóneo, para ir monitoreando el día a día de las campañas. Por supuesto que existen diarios de circulación nacional, los cuales llevan la información de los candidatos a las localidades del país. Aun así los periódicos llevan su propia agenda política, la cual no siempre es democrática.

Este medio de comunicación, está protegido por la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la cual en su artículo 41, en su fracción III, ya que está considerado como un medio de comunicación masivo. Lo cual no sucede con el internet y las redes sociales, ya que como se demuestra en el presente trabajo de investigación, si bien es cierto que de forma fáctica si son medios de comunicación masiva, también lo es que aún ninguna ley los considera de esta forma.

En este orden de ideas, también se puede decir que estos medios impresos como diarios y revistas ya tienen su versión digital, la cual es visitada por miles de ciudadanos los cuales están interesados en las noticias que se generan a diario,

[33] Loaeza Soledad y Jean-Francois Prud´homme, coordinadores, "*Instituciones y procesos políticos",* México D.F., El Colegio de México, 2010, página 236.

más aún en las campañas electorales, ya que dependiendo de estas noticias es posible que se pueda modificar el sentido de su voto, he aquí la importancia de regular estos medios de comunicación (internet y redes sociales) cuando se usan para campañas y propaganda electoral.

1.2.3 Definición de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s).

"La terminología de las TIC´s, (Tecnologías de la Información y la Comunicación), es coincidente en casi todo el mundo. Se puede afirmar que este término se refiere a las múltiples herramientas tecnológicas dedicadas a almacenar, procesar y transmitir información, haciendo que ésta se manifieste en sus tres formas conocidas: texto, imágenes y audio".[34] Con el concepto del Arq. Fernando Zambrano Martínez se puede decir que las TIC´s son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma, estas tecnologías constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos de información. 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.

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.
- Ofrecen gran flexibilidad y ello permite reconfigurar y modificar las organizaciones e instituciones, rasgos decisivos de una sociedad en cambio constante.

[34] Zambrano Martínez, Fernando, *"Las TICS en nuestro ámbito social"*, Revista Digital Universitaria, UNAM, 01 de noviembre de 2009, vol. 10, número 11, art. 79, información disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.10/num11/art79/int79.htm

- Las TIC´s ofrecen una convergencia creciente (microelectrónica, telecomunicaciones, opto eléctrica y computadoras) de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado".[35]

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. El internet, telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Como parte medular del presente estudio se tiene como TIC´s al Internet, el cual 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 a 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.

1.2.4 Clasificación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s).

Entre las más importantes tecnologías de la información y comunicación, se pueden señalar al Internet, las redes sociales, 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, *Smartphone*, tabletas electrónicas 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.[36]

---

[35] Castells, Manuel, "*La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. En la Sociedad Red."* Editorial México Siglo Veintiuno Editores, México, 1999. p. 94.

[36] Se podría mencionar que la diferencia en estos (Smartphone, tabletas electrónicas, entre otras) es que estos solo son dispositivos o medios por los cuales se accede al internet o redes sociales por lo cual no se describen, ni se conceptualizan en el presente trabajo.

1.2.4.1 Internet

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."[37]

Internet nació en E.U.A. hace unos 30 años. Un proyecto militar llamado ARPANET pretendía poner en contacto una importante cantidad de ordenadores de las instalaciones del ejército de E.U.A. Este proyecto gastó mucho dinero y recursos en construir la red de ordenadores más grandes 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 E.U.A. Fue entonces cuando se empezó a extender Internet por los demás países del mundo. Recordemos que en nuestro país el uso de Internet inició 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",[38] 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 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".[39] Con esta definición queda por

---

[37] Téllez Valdés, Julio, O*p. cit*., p. 475.
[38] *Ibídem*, p.84
[39]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.

entendido que Internet se refiere a la red de redes, con lo cual se transmite información eliminando distancias y tiempos, ya que es de manera casi inmediata o como suele llamarse en tiempo real.

Hoy por hoy se puede observar a candidatos y partidos políticos haciendo uso de internet y redes sociales en los cuales se refieren a un gran número de seguidores, amigos, visitantes o *likes*, sin que esto signifique que mantengan una comunicación adecuada con cada uno de ellos, este número va encaminado a reflejar la popularidad con la que cuentan, pero no fomenta de ninguna la manera la interacción o comunicación con sus seguidores.

Otro punto que es importante señalar es precisamente una interrogante que se surge ante este nuevo medio de comunicación: ¿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?

En lo personal, la total libertad de expresión es única y exclusivamente para los ciudadanos, para los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, deben de actuar según los lineamientos previamente establecidos, por ejemplo no actuar contra la moral y las buenas costumbres no hacer campaña negra serían los principales lineamientos que tienen que seguir y esto permitiría control en los contenidos y equidad en la contienda electoral.

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, subir material audiovisual como en el popular sitio *You Tube.* Así como expresar ideas de toda índole en las redes sociales como *Facebook, hi5, Instagram, Twitter,* entre otras. Esto convierte en los principales actores de la Internet a los propios usuarios.

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 dispositivo electrónico con módem o *wi-fi* ahora y un programa de comunicaciones puede tener acceso a la red y a sus recursos en todo el mundo.

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. Actualmente con los *Smartphone*, los programas son llamados aplicaciones las cuales se pueden descargar en cuestión de minutos y tener un acceso directo a servicios de internet como correo electrónico entre otros los cuales se detallaran a continuación:

- *Word Wide Web* (www): Es un sistema de información basado en páginas que contienen Hipertexto. Es decir son las conocidas páginas de internet que pueden desplegar desde textos, imágenes, sonidos hasta videos o incluso películas completas. Este servicio de internet se ve invadido de publicidad de candidatos independientes, sujetos y partidos políticos para hacer propaganda electoral en tiempo de campañas, incluso en ocasiones cada candidato tiene su propia página de internet donde se va administrando la información de su campaña, sin que exista regulación de por medio.
- Correo electrónico (*E-mail*): Servicio que permite mandar mensajes escritos a otros usuarios conectados a la red y que dispongan de una dirección electrónica, en este tipo de intercambio de información se pueden enviar desde fotografías, imágenes, documentos, sonidos hasta videos. Existe una diversa gama de servidores algunos de ellos son: *Hotmail, Gmail, Outlook, Yahoo*!. Se puede señalar que dependiendo del servicio contratado es el tipo, número y calidad de publicidad que se maneja dentro del correo electrónico a través de los llamados banners, los cuales son utilizados por los candidatos independientes, sujetos y partidos políticos para hacer propaganda electoral en tiempo de campañas, que solo basta con dar un click para que se despliegue desde una simple imagen con el candidato hasta un video con la invitación a votar, lo cual como ya se ha mencionado anteriormente carece de regulación.

- Grupo de noticias: Ofrecen debates y foros abiertos acerca de centenares de temas especializados.[40]

Existen otros tipos de servicios de internet, sin embargo éstos son los mas relevantes para la presente investigación, ya que es donde se puede observar el fenómeno del uso de internet y redes sociales por parte de los candidatos independientes, sujetos y partidos políticos para hacer propaganda electoral en tiempo de campañas.

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", o comunicarse a través de las diferentes redes sociales, en algunos casos se puede observar la llamada televisión *on demand* o bajo demanda la cual se refiere a la reproducción de contenidos una vez que lo solicite el usuario. 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 América Latina que decidió ocupar un carril en la súper-carretera 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".[41] Posteriormente en agosto de ese mismo año, lo hizo Radio Centro para ofrecer datos sobre su organización: historia, subsidiarias, perfiles de estaciones, tarifas, etc.

Publicidad en Internet

En este momento se utilizan numerosas técnicas para fomentar el consumo, evidentemente, la mejor forma es a través de la propagación de la publicidad. La

---

[40] Luna Santiago Guillermina, et al, *"Conceptos de Red y Servicios de Internet",* Unidad 1 Taller de Cómputo, UNAM, CCH ORIENTE, 2016, información obtenida de la página http://www.cch-oriente.unam.mx/TallerPortal/U1INTERNET/audios_T_C.pdf consultado el día 10 de enero de 2016

[41] Crovi Druetta, Delia, "*Sociedad de la Información y el Conocimiento: Entre lo Falaz y lo Posible"***,** La Crujía, Buenos Aires, 2004, p. 360.

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.

Al hablar de publicidad por internet, se aborda un tema bastante amplio y hasta cierto punto complejo. La capacidad de publicidad en internet, depende de la interacción con el usuario, de la transmisión de videos, animaciones, sonidos, gráficos, textos, información y que el conjunto de esto sea en cierto modo atractivo para el usuario. La diferencia ese puede observar en los costos, que puede ir desde la publicidad gratuita, publicidad de costos bajos y lo que hoy se conoce como *marketing* el cual es un paquete todo incluido para promocionar ya sea un producto, imagen o en el caso en particular campañas electorales.

Estas diferencias dependen del medio en que se quiera publicar medio impreso (periódico) o internet, existen equipos de trabajo para posicionar marcas o productos. Específicamente hablando de medios impresos se tomó la información del diario La Jornada el cual presenta la siguiente tabla de costos[42]:

La Jornada

TARIFAS PUBLICITARIAS 2017

EN MONEDA NACIONAL. NO INCLUYEN IVA (sujetas a cambios sin previo aviso)

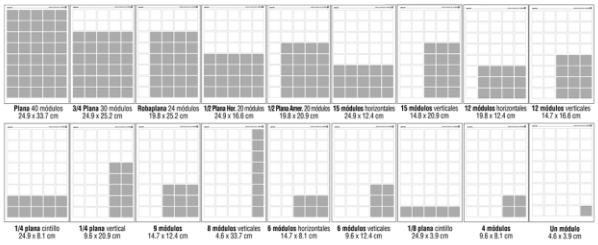
TARIFAS PARA ESPACIOS PUBLICITARIOS A TODO COLOR

VIGENCIA A PARTIR DEL 1o. DE ENERO

TARIFAS POR TIPO DE PUBLICIDAD A PARTIR DE LA PÁGINA 9

Espacios en color	No. de módulos	Centímetros*	Comercial par	Comercial impar	Político	Gacetilla
1 plana	40	24.9 x 33.7	184,740.00	203,880.00	259,980.00	320,040.00
3/4 plana horizontal	30	24.9 x 25.2	138,555.00	152,910.00	194,985.00	240,030.00
1 robaplana	24	19.8 x 25.2	110,844.00	122,328.00	155,988.00	192,024.00
1/2 plana horizontal	20	24.9 x 16.6	92,370.00	101,940.00	129,990.00	160,020.00
1/2 plana americana	20	19.8 x 20.9	92,370.00	101,940.00	129,990.00	160,020.00
15 módulos horizontales	15	24.9 x 12.4	69,277.50	76,455.00	97,492.50	120,015.00
15 módulos verticales	15	14.8 x 20.9	69,277.50	76,455.00	97,492.50	120,015.00
12 módulos horizontales	12	19.8 x 12.4	55,422.00	61,164.00	77,994.00	96,012.00
12 módulos verticales	12	14.7 x 16.6	55,422.00	61,164.00	77,994.00	96,012.00
1/4 plana cintillo	10	24.9 x 8.1	46,185.00	50,970.00	64,995.00	80,010.00
1/4 plana vertical	10	9.6 x 20.9	46,185.00	50,970.00	64,995.00	80,010.00
9 módulos	9	14.7 x 12.4	41,566.50	45,873.00	58,495.50	72,009.00
8 módulos verticales	8	4.6 x 33.7	36,948.00	40,776.00	51,996.00	64,008.00
6 módulos horizontales	6	14.7 x 8.1	27,711.00	30,582.00	38,997.00	48,006.00
6 módulos verticales	6	9.6 x 12.4	27,711.00	30,582.00	38,997.00	48,006.00
1/8 plana en cintillo	5	24.9 x 3.9	23,092.50	25,485.00	32,497.50	40,005.00
4 módulos	4	9.6 x 8.1	18,474.00	20,388.00	25,998.00	32,004.00
1 módulo	1	4.6 x 3.9	4,618.50	5,097.00	6,499.50	8,001.00

*Medidas en centímetros de base por altura



RECARGOS:
Anuncios con posición especial: 25% adicional.
Anuncios en idioma extranjero: 50% adicional.

Demos, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.
Av. Cuauhtémoc Nº 1236 / Col. Santa Cruz Atoyac / Del. Benito Juárez / 03310 México, DF
Conmutador: (55) 9183-0300 / 9183-0400 / Coordinación de Publicidad: 5688-6177 y 5688-4945, Fax: 9183-0449 / Roll: 9183-0411, Fax: 5688-5140
Correos electrónicos: publicidad@jornada.com.mx / roldepublicidad@yahoo.com.mx

[42] Información obtenida en la página http://www.jornada.unam.mx/tarifas/impresa_tarifas.html, el día 02 de enero de 2017.

Como se puede observar el costo es directamente proporcional al tiraje del periódico, la página en la que se publique o anuncie, el tamaño de la publicación y los días de permanencia.

De forma semejante, la publicidad por internet se puede aplicar de diferentes formas como la publicidad en Banners. Este tipo de publicidad fue uno de los primeros en implantarse y consiste en colocar un pequeño banner o anuncio de distintos formatos de tamaño y diseño, dentro de un portal de internet e intercambiar dicho banner con otros portales. Publicidad Pop Up o la publicidad Pop Under, es una publicidad que consiste en las típicas ventanas emergentes, un tipo de publicidad en internet que suele resultar bastante molesta para los usuarios.

Por otro lado se puede mencionar a la publicidad en las redes sociales como por ejemplo: *MySpace, YouTube o Facebook*; últimamente las redes sociales están acaparando el mayor tráfico de usuarios de la red y precisamente es allí donde la publicidad en internet puede incidir más. Un sistema más es el de enviar publicidad en internet a través de correos electrónicos, con sistemas de envíos masivos de correos, pero que se pueden considerar como spam si no se hace correctamente.

Si bien es cierto que existen varios tipos de publicidad por internet y que los paquetes más completos de marketing los contienen, también lo es que para efectos de la presente investigación se optó por tomar como ejemplo la publicación más sencilla y del mismo medio (periódico La Jornada), con la diferencia de que fuera impreso y por internet. La cual consta de dos partes: en la primera se puede observar el costo y el tipo de anuncio o publicidad, y en el segundo el lugar donde aparece[43]:

[43] Ibídem

La Jornada

TARIFAS PUBLICITARIAS EN EL SITIO WEB 2017

EN MONEDA NACIONAL. NO INCLUYEN IVA (sujetas a cambios sin previo aviso)

www.jornada.unam.mx

VIGENCIA A PARTIR DEL 1o. DE ENERO

ROS			
BANNERS	**MEDIDAS**	**TEMPORALIDAD**	**TARIFA**
Box banner	300 x 250	CPM	300
Large banner	300 x 600	CPM	350
Leaderboard	728 x 90	CPM	300
Top right	210 x 90	CPM	290
Skyscraper	160 x 600	CPM	350
Layer	400 x 400	CPM	400
Megabanner	980 x 250	CPM	350
Megabanner	980 x 250	Día (sección)	50,000
Take over/ Pre-home	900 x 500	Día	35,000
Home skin	140 x 960	Día	50,000
Expandible	728 x 90_728 x 400	CPM	350
Video pre roll	740 x 550 ó 700 x 380	CPM	500

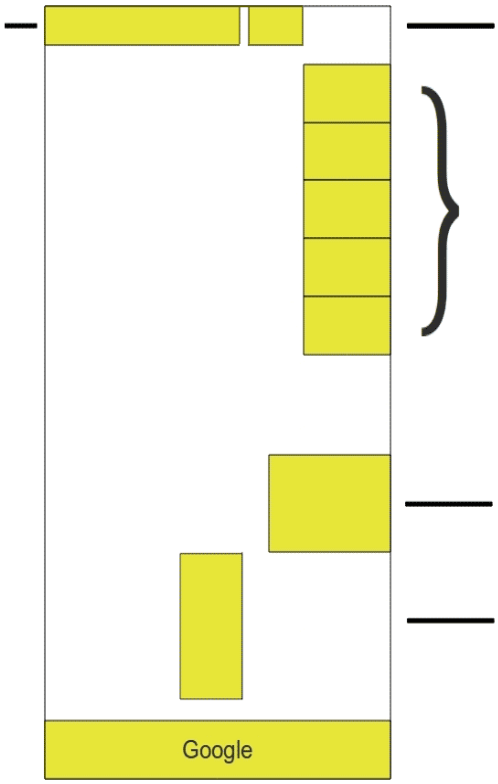
MOBILE			
BANNERS	**FORMATO MEDIDAS PX**	**TEMPORALIDAD**	**TARIFA**
Mobile top banner	320 x 50	CPM	290
Mobile take over	320 x 480	Día	20,000
Tablet take over	1024 x 768	Día	20,000
Tablet top banner	1024 x 66	CPM	350

Leaderboard 1 (Superior) 728x90 px Disponible en todas las secciones excepto Portada de edición Impresa y últimas Noticias.

Portadas y Notas de sección:

Política, Economía, Mundo, Estados, Capital, Sociedad, y Justicia, Ciencias, Cultura, Espectáculos, Deportes y Últimas Noticias

Otras Secciones: Editorial, Correo Ilustrado, Opinión, Fotografía y Cartones



Top rigth 210x90 px Disponible en todas las secciones excepto Portada de edición Impresa y últimas Noticias.

Rectangle 180x150 px Disponible en Portada de Edición Impresa, Últimas Noticias y Portadas de sección.

Medium Rectangle 300x250 px
Disponible en Portada de Últimas noticias y en todas las notas de sección

SkyScraper 160x600 px Disponible en todas portadas de sección

De manera que se puede observar cómo cambian los costos de publicidad, siendo más económica la publicidad por internet, además de tener más opciones ya que de un banner te puede re direccionar a una página o a una red social. Entre tanto los candidatos y partidos políticos están usando esta nueva herramienta para generar la propaganda electoral en tiempos de campaña.

Por otra parte los usuarios de la Web van al alza, según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en lo sucesivo AMIPCI, actualmente hay 53.9 millones de internautas, contra los 51.2 millones de 2012. Según AMIPCI, Internet le está ganando terreno a otros medios electrónicos como la televisión y radio, el 93% de los usuarios de Internet, tienen acceso a las redes sociales y consideran a la Web como indispensable en su uso cotidiano.[44]

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 ícono 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, por lo cual es importante no solo medir el impacto que puede tener internet y redes sociales en el electorado sino que se controle el uso de esta tecnología a los partidos políticos y funcionarios que puedan incurrir en excesos.

---

[44] Información publicada por la Asociación Mexicana de Internet, *Estudio de hábitos del internauta mexicano 2015.* Que puede ser consultada en la página *https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf* 20 de enero de 2015.

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 la publicidad con la propaganda electoral, ya que de ningún modo son lo mismo. 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. "La publicidad es una forma de comunicación, con sus objetivos, su emisor, vehículo y destinatario."[45] La complejidad del proceso publicitario, debido a los actores y sistemas que intervienen, exige mantener la capacidad de cuestionarse sobre un hecho comunicativo. Por lo tanto la publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo, la cual es su finalidad.

Por el contrario, de acuerdo con Edmundo Llaca el cual señala que "La palabra propaganda proviene del latín propagare, que significa reproducir, plantar, lo que en sentido más general quiere decir expandir, diseminar o como su nombre lo indica, propagar. Persigue influir en la opción de los ciudadanos para que adopten determinadas conductas; supone un conjunto de acciones que técnicamente elaboradas y presentadas, particularmente por los medios de comunicación colectiva influyen en los grupos para que piensen y actúen de determinada manera".[46] En un sentido general, la propaganda es una herramienta importante para difundir y dar a conocer, por una parte, doctrinas, ideas y puntos de vista y por otra, información referente a una organización, sus productos, servicios y/o políticas. Todo ello con la finalidad de atraer adeptos o seguidores. Es decir busca inculcar una ideología, y por supuesto en busca del voto.

---

[45] Del Toro, Juan Manuel, *et. al*., "*Mejorar la Eficacia de la Publicidad en TV"***,** Gestión 2000, Barcelona, 2000, p. 15.

[46] González Llaca, Edmundo, *"Teoría y práctica de la propaganda"*, Editorial Grijalvo, México, 1981, página 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,[47] 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.

1.2.4.2 Páginas electrónicas

"Las páginas electrónicas, páginas web, *o sitios de internet,* son proveedores de información, que comparten por medio de la red de redes o internet, a fin de que la misma pueda ser leída por cualquier usuario de la red que ingrese a esa página o sitio. Algunas veces ese ingreso es en forma totalmente libre y gratuita, en otros casos requiere un pago previo o la acreditación con una clave de ingreso o contraseña."[48] Éstas páginas web o electrónicas, pueden contener documentos, videos, o enlaces a otras páginas electrónicas a este proceso se le llama navegar, un ejemplo de esto es la propia página de la UNAM, *www.unam.mx*, la cual dentro de su información contiene *links* a la página del rector la cual es: *www.rector.unam.mx*

---

[47] Cabe señalar que los amigos de Fox, como fueron llamados en ese entonces, tuvieron tal impacto en el sistema electoral mexicano, que mediante el SUP-RAP-98/2003 y acumulados fue sancionado el Partido Acción Nacional por el financiamiento recibido.

[48] Fernández Delpech, Horacio, *"Internet: su problemática jurídica"*, Abeledo-Perrot, Argentina, 2001, página 17.

Por otro lado se puede observar, en materia electoral, las páginas electrónicas con las que cuentan los partidos políticos, los candidatos independientes y en algunas ocasiones los funcionarios públicos van enfocadas a resaltar los triunfos obtenidos en el desempeño de su función y con la finalidad de crear confianza en el ciudadano para la obtención del voto.

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 con la función de información y de contacto con sus gobernados. El sitio de un candidato independiente o de algún 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.

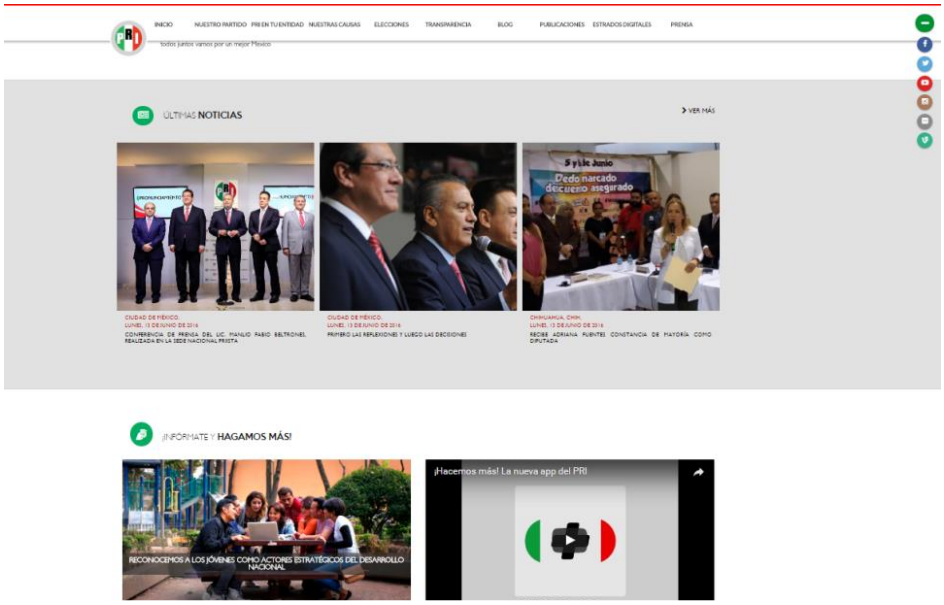
En México, todos y cada uno de los Partidos Políticos, tiene su página en Internet, y no sólo eso, sino que tienen una página local o por estado, y otra federal. Estas páginas publican la información básica de cada partido o candidato independiente, aunque también se hace uso de chat o platicas virtuales, se da servicio a manera de respuesta de un mensaje enviado por celular, además contienen blog para hacer comentarios entre otras funciones.

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 uso de internet y redes sociales de candidatos independientes y partidos y sujetos políticos, para una mejor eficacia de la democracia y de esta manera proteger a los ciudadanos de lo que se podría llamar una invasión de propaganda electoral, que lejos de informar sobre plataformas políticas, solo crea nuevas caras dentro del escenario político de México o en algunos casos puede tomarse como un acto anticipado de campaña.

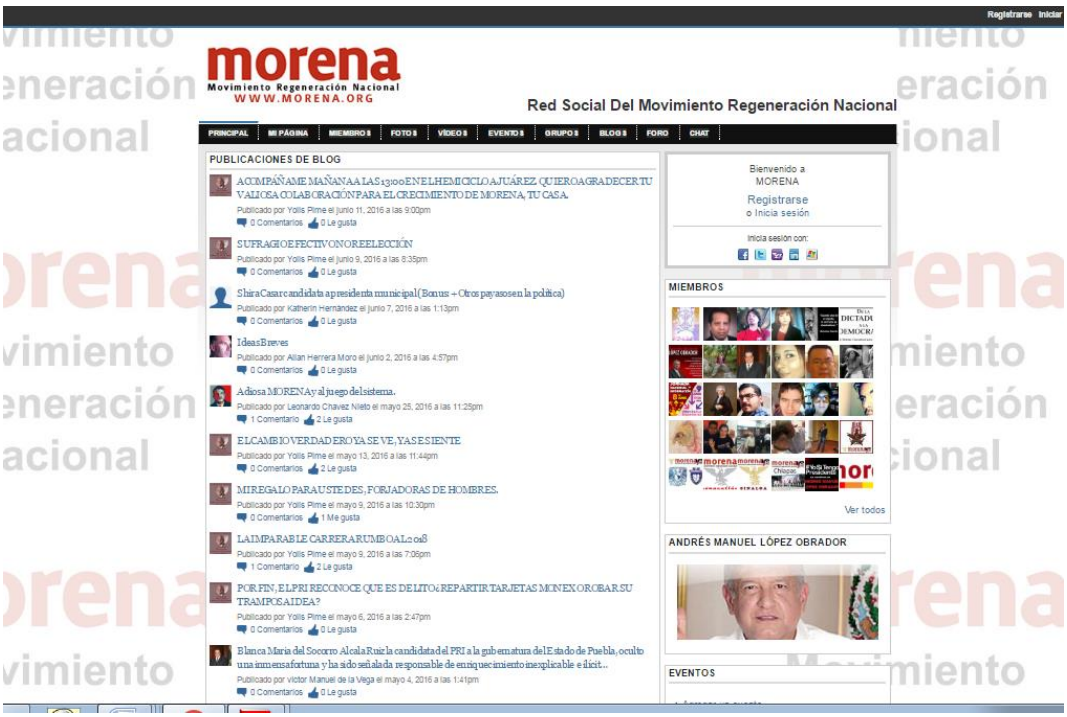
Tal es el caso de los conocidos *spots* que han sido una gran herramienta que usan los partidos políticos, estos *spots* se ponen en las páginas de Internet y con lo cual un mayor número de usuarios pueden observarlos.

Como se muestra, en las siguientes imágenes, al entrar a las páginas de algunos partidos políticos, no solo hay información sino también *links* a las diferentes redes sociales, videos, spots entre otras herramientas.

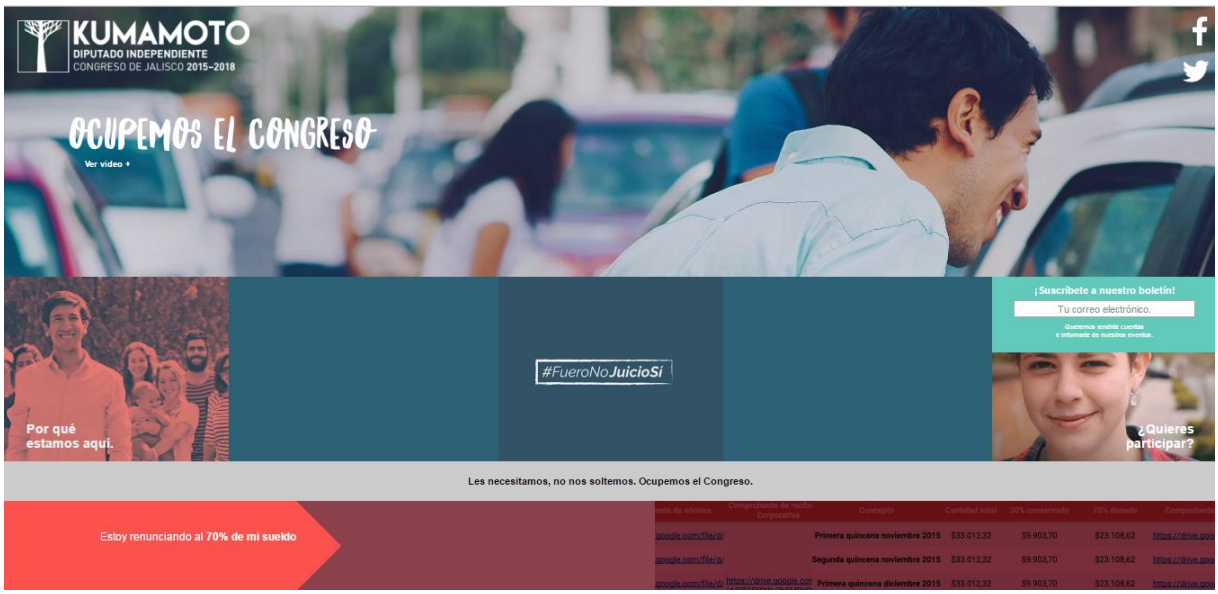
Consultado en la página del Partido de Acción Nacional http://www.pan.org.mx el día 15 de junio de 2016



Consultado en la página del Partido de Revolucionario Institucional
http://pri.org.mx/JuntosHacemosMas/
15 de junio de 2016



Consultado en la página del
Partido Movimiento
Regeneración Nacional http://www.morena.org/
15 de junio de 2016



Consultado en la página del Candidato Independiente Pedro Kumamoto
http://kumamoto.mx/
15 de junio de 2016

1.2.4.3 Redes sociales

Para José Antonio Carballar "una red social online es un grupo de personas con intereses comunes que se comunican a través de Internet. No obstante, más allá de la simplicidad de esta definición, las redes sociales online se caracterizan por ser grupos de personas que:

1. Comparten un interés.
2. Se comunican a través de Internet.
3. Mantienen relaciones estables."[49]

Por lo anterior se puede decir que las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Es la nueva forma de comunicar al instante ya sean noticias, acontecimientos o hasta simples bromas, otra de sus características más importantes es que no importa la información que compartas, el objetivo de la red social es que lo compartas con tus seguidores, amigos o personas de tu red social.

Este es un concepto innovador que el mismo Barack Obama, quien fuera el presidente número 44° de los EUA del 20 de enero de 2009 al 20 de enero de 2017; al utilizar eficazmente estas redes sociales en Internet (*hi5, Facebook, MySpace* etc.) promocionó sus ideas y según lo que bastantes estudiosos concuerdan, esta estrategia le dio la oportunidad de ganar las elecciones de los Estados Unidos de América.

Cabe mencionar que esta tecnología de los correos electrónicos, páginas de Internet, *blogs*, páginas de videos, pueden ser utilizadas por cualquier persona, por lo que los partidos políticos mexicanos, aprovecharon esta oportunidad de publicarse en las diferentes formas que ofrece el Internet.

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.

---

[49] Carballar Falcón, José Antonio, *"Social media marketing personal y profesional",* Ed. Libros RC. Madrid, 2012, página 59.

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. Dentro de este contexto se aprecia el nacimiento de un nuevo derecho: el del acceso a las TIC´s.

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 redes sociales e internet, por parte de los partidos políticos. El uso de las redes sociales y de Internet como medio de información 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, es materia del presente estudio.

En el Observatorio Electoral 2.0, es un trabajo del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, que se encarga de monitorear la participación ciudadana a través de las redes sociales: Facebook, Twitter y You Tube principalmente, durante las elecciones, partiendo desde las elecciones del 2012.

En las elecciones del 2012 el Censo de Población y Vivienda manifestó que:

Se contaba con una población de 112,336,538 millones de habitantes,[50]

De los cuales 79,595,618 millones eran electores, [51]

De los cuales 40.6 millones de eran Usuarios de Internet.[52]

---

[50] Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Principales resultados del Censo de Población y Vivienda 2010. Consultado en la página http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=00 10 de diciembre de 2016

[51] Fuente: Instituto Federal Electoral. Registro Federal de Electores. Lista Nominal de Electores. Corte al 11 de mayo de 2012. Consultado en la página http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CNCS/CNCS-IFE-Responde/2012/Junio/Casillas/estudioGE.pdf página 8 del informe, el día 10 de diciembre de 2016

[52] Fuente: COFETEL. Cifras calculadas por COFETEL al mes de diciembre 2011, con base en información Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/2012HabitosUsuariosInternetMx.pdf

Se puede observar que una parte de los ciudadanos con derecho a votar cuentan con acceso a internet y por consiguiente a las redes sociales. Por lo cual resulta que este Observatorio Electoral es favorecedor para la sociedad al brindar datos veraces sobre la participación de la ciudadanía en las elecciones, más aún por internet o redes sociales, además de monitorear la actividad en las redes sociales de los candidatos.

Continuando con el presente punto de redes sociales, la actividad en México se conduce de la siguiente forma:

"El primer lugar es para Google con 37 millones 156 mil usuarios; le sigue Facebook con 32 millones 720 mil usuarios; YouTube en tercer lugar con 32 millones 354 mil usuarios. En redes sociales Twitter sólo tiene 5 millones 892 mil usuarios; WhatsApp 2 millones 193 mil usuarios y Periscope tiene apenas medio millón de usuarios únicos"[53]

Con estas estadísticas se puede presumir que los ciudadanos se informaron acerca de los candidatos, a través de Internet, redes sociales y páginas de web, por lo que se puede observar que al hacerse llegar de esta información los ciudadanos están buscando emitir un voto preferentemente pensado y analizado con información fidedigna; sin embargo, esta acción se puede invalidar al hacerse llegar al ciudadano, información errónea, campaña negra, y de este modo hacer que su voto sea modificado.

Además si nuestra legislación está considerando mantenernos con cuentas claras respecto a los gastos de los partidos políticos, y la rendición de cuentas de acceso a tiempo aire en radio y televisión es clara y transparente, entonces se tendría como resultado que la información que se maneja en internet y redes sociales carece de todo control, y por lo tanto, la consecuencia es que no hay una rendición de cuentas fidedigna a estos recursos.

Información consultada en http://electoral.juridicas.unam.mx/Electoral2012Mx/tics.htm, el día 20 de enero de 2017.

[53] Gómez Leyva, Ciro, *"Google y Facebook encabezan sitios con más usuarios únicos en México"*, reporte del 02 de mayo de 2016 en la página http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=590368&idFC=2016

En este orden de ideas, los partidos políticos están usando las redes sociales para posicionarse en la contienda electoral, como ejemplo se puede observar en la siguiente imagen obtenida de la página observatorio electoral 2.012, su participación en *Facebook*:

Consultado en la página del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
http://electoral.juridicas.unam.mx/Electoral2012/fb_partidos.htm
1 de enero de 2016

1.2.4.4 Telefonía celular

La telefonía móvil es conocida también como Servicio Móvil o Telefonía Celular, y se refiere al servicio de conexión a la red telefónica pública mediante una red inalámbrica, en la cual los usuarios tienen la posibilidad de originar y recibir llamadas telefónicas. Además de originar y recibir llamadas telefónicas, con el servicio móvil también pueden enviar o recibir mensajes de texto (SMS) y tener acceso a Internet (transferencia de datos).

La telefonía móvil tiene 2 modalidades para su servicio: Prepago, que funciona por medio de recargas periódicas y Pos-pago, en la que se fijan montos y productos incluidos en el servicio.

La telefonía celular es un medio de comunicación personal con características de inmediatez, efectividad, interactividad, confidencialidad y seguridad que han revolucionado la vida social, la tecnología y la economía a nivel mundial.

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

Actualmente en México existen 314 MHz asignados para la provisión de servicios de banda ancha móvil en México, esta cantidad espectral está distribuida entre los operadores: Telcel, AT&T, Movistar y Servicios de Acceso Inalámbricos (SAI)."[54]

Al adquirir un teléfono celular con el servicio de una compañía, se puede acceder a internet por medio de este dispositivo el cual una vez activado el servicio de internet prácticamente se puede utilizar como una computadora personal en cuanto al acceso a páginas *web*, correo electrónico, redes sociales como Facebook, Twitter, You Tube, Instagram, entre otras, por medio de aplicaciones, las cuales permiten el acceso más rápido y eficiente en este tipo dispositivos.

La importancia de mencionarlo en la presente investigación, es que anteriormente se pensaba que para poder acceder a internet y redes sociales era necesaria una computadora a la cual por costos no toda la población tenía acceso. Sin embargo un teléfono celular resulta más económico y brinda la oportunidad de acceder a estas nuevas tecnologías de manera personalísima, por lo cual ha crecido la penetración de redes sociales digitales en la población de México.

[54] Información obtenida del Instituto Federal de Telecomunicaciones en la página http://www.ift.org.mx/usuarios-telefonia-movil/sabias-que-la-telefonia-movil consultada el 15 de junio de 2016

1.2.4.5 Mensajes de texto

Todos estos servicios que ofrece la telefonía móvil, se encuentran dentro de las llamadas Tecnologías de Información y Comunicación. Aunque también nos encontramos con los llamados *chats* por Internet los cuales permiten dejar una serie de mensajes en pocas palabras creando presencia de los partidos o de los candidatos.

Tal es el caso de la nueva red social denominada *WhatsApp,* la cual es una aplicación que permite el intercambio de mensajes de texto, imágenes y pequeños videos a través de internet de un teléfono celular a otro. La propagación de información a través de esta red social, es idónea para realizar campaña y propaganda electoral, al no existir una regulación vigente que regule el uso de esta aplicación. Cabe señalar que no es la única red social de mensajería ya que también existen *Viber, Skype, Line, Instagram* entre otras aplicaciones.

Para efectos del presente trabajo de investigación, se puede decir que a estas aplicaciones se les considera nuevas redes sociales a las cuales actualmente tienen acceso ilimitado los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, las cuales carecen de regulación, por lo cual no hay sanción alguna por su uso indebido, a pesar de influir en el proceso electoral por lo cual es importante se cubra esta laguna jurídica.

1.2.4.6 Otras aplicaciones

Las 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 profundizará 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.

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. Este tipo de televisión envía la señal a través de antenas satelitales, algunas de las compañías más reconocidas en México son *Sky y Dish.*

Televisión de Alta Definición

Para algunos usuarios ver un programa, serie, evento deportivo o noticiero por televisión ha dejado de ser atractivo. Claramente las nuevas plataformas y los novedosos formatos permiten que una amplia gama de pantallas sirvan como escaparate para el entretenimiento. La .Alta definición o 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 trasmisiones al aire libre o ya sea por medio de una conexión de DVD de alta definición también (*HD-DVD* o *Blueray*). Actualmente en México se dio el apagón analógico, el cual consistió en el cambio de antiguos televisores por pantallas de alta definición las cuales cuentan con codificadores adecuados para recibir la señal de alta definición no así la analógica.[55]

Smart TV

Son las nuevas pantallas las cuales cuentan con acceso a Internet por medio de la tecnología de *wi-fi*, con lo cual se permite la interacción a través de diferentes redes sociales y el usuario por medio de la pantalla. Esta nueva modalidad de acceso a Internet, aun no esta tan controlada en cuanto a números como las computadoras o teléfonos celulares.

[55] Información obtenida de la página Televisión terrestre del Instituto Federal de Telecomunicaciones en la página http://www.tdt.mx/preguntas_tdt.php#sthash.EY2DaYds.dpbs consultada 10 de mayo 2016

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. Estos proyectos siguen en estudio por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para llegar a la que sea más eficiente para nuestro país.

La radio por internet es "una información sonora acompañada de otros elementos paralelos escritos y visuales con capacidad de enlaces, navegación de ruptura del sincronismo"[56] Con este concepto se puede entender que el internet tiene una gama amplia de servicios entre los que se pueden mencionar a la radio por internet, hoy en día la periodista Carmen Aristegui regreso a la audiencia gracias a esta nueva forma de hacer radio.

Por otra parte se puede decir que "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 ultimo son las estaciones piratas que encontraron en Internet una manera de difundir sus mensajes sin ningún tipo de censura".[57]

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.

Además existen varias páginas electrónicas con acceso a la radio por internet, las cuales tienen diferentes programaciones.

---

[56] Cebrián Herreros, Mariano, "La radio en internet. De la ciberradio a la radio a las redes sociales y la radio móvil", La Crujía, Buenos Aires, 2001 página 21

[57] Crovi Druetta, Op. Cit., p. 361

1.3 Importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la Sociedad de la Información en México y su relación con el Sistema Electoral Mexicano.

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 mencionó con anterioridad.

En México es necesario 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.

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 candidatos independientes, partidos y sujetos políticos a esta herramienta. Es decir, regular las redes sociales y el Internet, expresamente en el sistema electoral mexicano específicamente al uso que le dan los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos al exponer su propaganda política o campañas electorales para que el material que sea “subido” a internet y redes sociales sea de calidad además que cuente con los requerimientos señalados en la propia ley, al referirse al radio y televisión.

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.

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. Esto en el mejor de los casos que la escuela contara con servicio de energía eléctrica.[58]

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 permitirá mayores cotas de seguridad y se utilizará

[58] García Hernández, Arturo, "*El analfabetismo tecnológico de las autoridades acabó con Enciclomedia" Periódico La Jornada,* 27 de junio de 2011, consultado el día 15 de enero de 2014 en http://www.jornada.unam.mx/2011/06/27/politica/002n1pol

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".[59]

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 número de gobiernos locales y centrales, así como sus instituciones han comenzado a utilizar las TIC´s como herramienta central de lo que se ha denominado e-gobierno o gobierno electrónico. Así, las TIC´s 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.

1.4 Concepto de Laguna Jurídica

La Suprema Corte de Justicia de la Nación:

> "D*enomina "laguna jurídica o del derecho" o "vacío legislativo" a la ausencia de reglamentación legislativa en una materia concreta; esto es, se trata de la omisión en el texto de la ley, de la regulación específica a una determinada situación, parte o negocio; con ello se obliga a los operadores jurídicos a emplear técnicas sustitutivas con las cuales puedan obtener una respuesta eficaz a la expresada tara legal. Así, las lagunas o vacíos legislativos pueden deberse a la negligencia o falta de previsión del legislador (involuntarias) o a que éste, a propósito, deja sin regulación determinadas materias (voluntarias), o bien, a que las normas son muy concretas, que no*

[59] Fernández Rodríguez, José Julio, **"***Gobierno Electrónico, Un Desafío en Internet, (Implicaciones Jurídicas)*", Editorial FUNDAP, México, 2004, p. 30.

comprenden todos los casos de la misma naturaleza o son muy generales y revelan en su interior vacíos que deben ser llenados por el juzgador, con un proceso de integración, mediante dos sistemas: a) la heterointegración, llamada también derecho supletorio o supletoriedad; y, b) la autointegración, reconocida expresamente por la mayoría de los ordenamientos como analogía y principios generales del derecho. En estas condiciones, el uso de la analogía implica necesariamente creación o innovación del derecho, y pueden distinguirse dos clases resaltantes de ésta: la "legis" y la "iuri"; y es aceptada bajo dos condiciones, a saber: a) La falta expresa de la norma aplicable al supuesto concreto; y, b) Igualdad esencial de los hechos. En conclusión, es imposible que la mente humana pueda prever y regular con normas adecuadas todos los innumerables casos futuros en particular; sin embargo, el silencio, oscuridad o insuficiencia de la ley no autoriza a los Jueces o tribunales a dejar de resolver una controversia, por lo que existen diversos métodos que el juzgador debe emplear para llenar ese vacío legislativo, siempre que no sea posible resolver una controversia, aplicando una disposición precisa de la ley y tales fuentes son: primero, la supletoriedad o la analogía y, después, los principios generales del derecho."[60]

Como se puede observar la laguna jurídica se entiende a la carencia o inexistencia, dentro de un ordenamiento jurídico dado, de una norma general o específica en cuya regulación quede incluido un determinado caso planteado. Los juristas prácticos dicen que hay una laguna jurídica cuando, puestos ante un determinado supuesto fáctico que exige una resolución jurídica, no es posible encontrar en el ordenamiento ninguna norma que contemple directamente ese supuesto.

Y en el caso del uso de internet y redes sociales por candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, no existe una norma que exija un mínimo de

[60] Suprema Corte de Justicia de la Nación, Tesis XI.1o.A.T.11 K (10a.), *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación,* Décima Época, Tomo II, Libro 1, Diciembre de 2013, Pág. 1189.

requerimientos o autorización para su uso. Es decir es un medio de comunicación de libre acceso antes, después y durante la campaña electoral, aún en los tiempos de veda electoral, ya que no hay algún ordenamiento que señale lo contrario.

Para efectos del presente trabajo se entenderá como laguna jurídica o laguna en la ley, cuando no existe una disposición legal expresamente aplicable, cuando se trata de resolver un litigio jurídico con un determinado derecho positivo. En este orden de ideas se entenderá por laguna jurídica dentro del sistema electoral mexicano, a la omisión de regulación sobre Internet y redes sociales, en las leyes electorales.

Las lagunas deben ser cuidadosamente distinguidas de los problemas de interpretación y de cualificación de los supuestos de hecho, con los que comúnmente se les confunde. Se les puede confundir con las llamadas antinomias del Derecho las cuales se refieren a un problema de eficacia y seguridad jurídica importante, por lo que resulta de gran significación ubicarlo conceptualmente en la ciencia jurídica, esclarecer dicho término a través de los factores que determinan su existencia y más aún no confundirlo con las lagunas jurídicas.

1.4.1 Algunas lagunas jurídicas en materia electoral

A lo largo de los últimos cuatro años, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) emitió más de 300 criterios jurídicos que subsanaron lagunas en materia electoral. De acuerdo con un informe del máximo tribunal de justicia electoral en el país, durante agosto de 2011 a marzo de 2015 se emitieron 158 jurisprudencias y 147 tesis que permitieron garantizar el acceso a una justicia pronta y expedita a miembros de comunidades indígenas, así como a candidatos independientes.

De los criterios sobresalientes emitidos por los magistrados en este periodo sobresale la tesis número XLIII/2014[61] misma que garantiza la participación efectiva de las mujeres en condiciones de igualdad frente a los hombres, en todas las etapas de los procesos electorales que se realicen en los pueblos ancestrales. En la citada tesis se determinó que el Estado reconoce y garantiza el derecho de los pueblos originarios a efectuar elecciones conforme a sus usos y costumbres.

Otro criterio relevante es el contenido en la tesis VI/2014, en que el pleno de la Sala Superior del TEPJF determinó que los tiempos oficiales en radio y televisión otorgados por el INE a los partidos políticos, como parte de sus prerrogativas durante las campañas electorales, deben destinarse exclusivamente a las elecciones para las que fueron asignadas.

En el caso de la jurisprudencia 14/2012 se puntualizó que los servidores públicos de los tres ámbitos de gobierno “no tienen impedimento legal alguno para asistir en días inhábiles a actos de proselitismo y brindar su apoyo a los candidatos a cargos de elección popular, ya que su sola presencia en esos eventos no implica, por sí misma, el uso de recursos públicos”, destacó el TEPJF.

Como se puede observar el TEPJF está haciendo un gran esfuerzo por minimizar las lagunas jurídicas en la legislación vigente en el sistema electoral, sin embargo, elección tras elección se advierten nuevas situaciones jurídicas que tiene la necesidad de ser debidamente reguladas para equiparar la contienda electoral.

El ejemplo de esto, se puede referir al uso de Internet y redes sociales en las campañas electorales y propaganda electoral, ya que si bien es cierto es un recurso actualmente utilizado por los diferentes actores políticos del país, también lo es que carece de normas que regulen esta actividad dentro del sistema electoral.

---

[61] Tesis XLIII/2014, *Pendiente de publicación, Quinta* Época, 29 de octubre de 2014, la cual puede ser consultada en la página http://portales.te.gob.mx/genero/sites/default/files/Tesis%20XLIII_2014.pdf.

Recordando nuevamente que el Derecho es un fenómeno jurídico social, al presentar lagunas se debe complementar con la armonía de la dinámica social, el juez al observar esto debe de recurrir a la interpretación creativa para generar nuevo derecho, hasta que se subsane esta laguna. Por lo que es importante que se genere la legislación correspondiente para este fenómeno social del uso de internet y redes sociales de los sujetos políticos.

1.4.2 Laguna jurídica en materia de uso de redes sociales e Internet en el sistema electoral mexicano.

A pesar de que el sistema electoral mexicano, cuenta con diversos tipos de interpretación tales como la gramatical, sistemática, funcional, a falta de disposición expresa, principios generales del derecho entre otros.

Está latente la laguna jurídica en relación al uso de redes sociales e Internet, ya que no hay un ordenamiento explícito sobre esta situación y en las ocasiones que se ha estado en posibilidad de abordar el tema se subsanan cosas diferentes dejando esto a un lado.

Por ejemplo en el Juicio de Revisión Constitucional Electoral, bajo el número de expediente SUP JRC-43/2014, referente a la denuncia en contra del Senador Salvador Vega Casillas, por presuntas conductas indebidas en promoción personalizada, la cual consistía en mantener la publicación de un *banner* en la página de Internet de la agencia informativa Quadratin, la cual contenía su nombre, cargo, imagen y las frases “Legislando por Michoacán” y “Tenemos solución”, la cual al darle clic (haciendo hincapié en que realmente existe una relación entre el electorado y la figura pública) te remite a su página de *Facebook*.

Por esta conducta se formó el procedimiento ordinario sancionador IEM-PA-12/2014, ante el entonces Instituto Electoral local. Este Juicio de Revisión Constitucional, resolvió respecto a que el servidor público de forma indebida estaba promocionando su imagen para posicionarse en el próximo proceso

electoral (2014-2015) de la entidad, en el cual participaría como candidato a gobernador, por lo que generaría inequidad en la contienda electoral.

En ese sentido, el concepto del tribunal, fue que los hechos que sustentaron la denuncia únicamente se refirieron, a que desde el quince de abril de dos mil trece, el Senador referido se encontraba exhibiendo su imagen personal por medio de un banner en la página web de la agencia informativa Quadratin, y que esto de ninguna manera violaba los preceptos constitucionales que señalan la propaganda electoral; sin embargo no crearon ningún precepto sobre el uso de Internet ya que, si bien es cierto el precepto constitucional (que cabe señalar, fue redactado en 1917) no está totalmente actualizado y se necesitaría la interpretación del juzgador para declarar el uso indebido o no de las redes sociales e Internet.

Es cierto que se realiza un análisis profundo en cuanto a la imagen y frases que aparecen en la mencionada página web, pero no lo hace en el uso de Internet y redes sociales ya que no hay legislación alguna.

Con estos ejemplos de casos prácticos se puede observar que en la actualidad, el uso de internet y redes sociales en las campañas electorales y propaganda es un fenómeno latente y actual, es por ello que es importante generar la regulación apropiada para estas nuevas tecnologías de la comunicación e información, ya que hasta ahora se han manifestado las posturas de algunos magistrados de la Sala Superior del Tribunal Electoral, sin embargo es necesario contar con una regulación apropiada que marque las pautas de uso del internet y redes sociales, para poder aplicarlas a los casos en concreto.

Capítulo II Marco jurídico de internet y de las redes sociales en México

Dentro del presente capítulo se analiza al Sistema Electoral Mexicano, y las referencias que se tienen respecto al uso de internet y redes sociales, ya que el sistema electoral es el encargado de regular y dar fundamento, metodología y organización a la preparación, desarrollo, vigilancia, control y eficacia de los procesos electorales, tanto ordinarios como extraordinarios.

Es importante reflexionar la postura tanto de la legislación actual, como la de las instituciones con respecto al uso de internet y redes sociales, por lo que se busca la postura de algunas instituciones electorales como el Instituto Nacional Electoral, al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, entre otros.

Por tal razón en sentido amplio, el Sistema Electoral, se vislumbra, 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".[62]

El pluralismo y la participación, llevan al incremento de la transparencia. Estos tres conceptos son fundamentales para la existencia de la democracia. Por lo cual es importante tener la suficiente transparencia en el uso de internet y redes sociales, que hacen los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

2.1 Antecedentes

"En México el marco jurídico de los medios electrónicos carece de previsiones a nivel constitucional. La normatividad correspondiente se encuentra en una ley secundaria y sus reglamentos".[63] Se puede observar que no hay regulación alguna sobre el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, lo que sí se puede mencionar, es en el artículo 41, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se señalan como derecho de los candidatos independientes, partidos y sujetos

[62] Sánchez Gómez, Narciso, "*El Financiamiento de los Partidos Políticos*", Porrúa, México, 2007, p. 34.
[63] Villanueva Villanueva, Ernesto, Op. Cit., p. 43.

políticos, el acceso a radio y televisión bajo la fórmula o tiempos que señale la autoridad electoral competente, en este caso el propio INE.

En un ejercicio de reflexión sobre la legislación actual entorno a las redes sociales e internet en México, se puede observar que existe regulación de los medios de comunicación por llamarlos de algún modo “comunes” refiriéndose a la radio y la televisión.

En este sentido se puede señalar como regulación jurídica básica la prevista en la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960, la cual indica los requisitos para la concesión, permisos, competencia, jurisdicción, causas de nulidad y revocación, operación, tarifas, programación, locutores, infracciones, sanciones y también sobre la vigilancia la cual recae en un organismo coordinador integrado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Gobernación.

No omitiendo mencionar que por su fecha de creación no contempla ningún medio de las nuevas tecnologías como lo son internet o redes sociales. Por otro lado, existen diversos reglamentos dirigidos a radio y televisión, aunque el que interesa al presente trabajo es el Reglamento de Radio y Televisión en materia Electoral, para ser más específicos el que publicó el INE el pasado noviembre de 2014, el cual norma el ejercicio de las prerrogativas de los partidos políticos y candidatos independientes.

Además, contempla la administración de los tiempos destinados en dichos medios a los fines propios del INE y los de otras autoridades electorales; así como a las prohibiciones que se establecen en materia de radio y televisión. Este reglamento cuenta con 69 artículos y tres transitorios, en esos criterios se establecen los procedimientos, mecanismos y plazos de implementación a los que deberán ajustarse el INE, los partidos políticos, candidatos independientes, autoridades electorales, así como los concesionarios de radio y televisión. Se señala que el secretario Ejecutivo del INE debe publicar en la página del Instituto este acuerdo.

Por lo anteriormente expuesto, se puede apreciar que no existe marco legal alguno que regule el uso de internet y redes sociales a candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, por lo que no existen antecedentes, en México de regulaciones con estas características, sin embargo se profundizará este análisis a lo largo del presente capítulo.

En este orden de ideas, y atendiendo al Sistema Electoral, el primer punto a analizar es la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Es necesario mencionar cuáles 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 Mexicano.

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",[64] en ella se establecían los dos niveles de la soberanía popular y, aparecieron los partidos políticos institucionalizados.

En la reforma de López Portillo se 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 41 constitucional se exponían los fines de los partidos:

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

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

[64] Patiño Camarena, Javier, "*Nuevo Derecho Electoral Mexicano"*, 8° edición, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2006, p. 65.

Cabe aclarar que para la década de los 70, ni se imaginaba el impacto de Internet o las redes sociales como un medio de comunicación, ya que es hasta la década de los 90 que empieza hacer su aparición formalmente la computadora y con ello el acceso a internet en nuestro país.

El artículo 41 constitucional, 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".[65] 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 magistrados y los representantes de los partidos políticos. Fue aportación importante de esa reforma, 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, aunque no con todas las facultades con que lo conocemos actualmente. Con tales adecuaciones, se marca la pauta al nuevo sistema electoral, que hasta la fecha conservamos en algunas de sus características.

En el año de 1993, y aún con el 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 para darle definitividad a las distintas etapas de los procesos electorales, excluyendo ya a los colegios electorales de las respectivas cámaras.

Sin embargo, 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.

---

[65] Ibídem p. p. 65-66.

Se aumentó una segunda instancia, que competería 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 citado artículo. Las modificaciones cambiaron 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.

Como se puede observar el sistema electoral mexicano, ha ido evolucionando reforma a reforma, dando un claro auge a la democracia del país, siguiendo los principios del Derecho Electoral. En esta reforma de 1977 al institucionalizar los partidos políticos genera una mayor democracia participativa. Sin embargo aún falta por hacer, para poder conectar la legislación electoral con la realidad actual que se vive en el sistema electoral, uno de los fenómenos que se ha dejado de lado es el internet y redes sociales.

2.1.1 Fundamento: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 41.

Es importante señalar que el sistema electoral mexicano, tiene como fundamento la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), destacando el artículo 41 en relación con los artículos 39 y 40 del mismo ordenamiento jurídico, establecen las bases para el adecuado funcionamiento de las instituciones, ordenamientos y sujetos del Sistema Electoral Mexicano.

La reforma al artículo 41 Constitucional del 13 de noviembre de 2007,[66] a cargo del entonces presidente de la República Felipe Calderón Hinojosa, en la cual se reforma y adiciona todo su contenido, actualizaban atribuciones y obligaciones a los partidos políticos, al entonces Instituto Federal Electoral y al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Se definían obligaciones para que el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, estableciera el procedimiento para la liquidación de las obligaciones de los partidos políticos que perdieran su registro y los supuestos en los que sus bienes y remanentes serán adjudicados a la Federación, incorporaba en cuatro apartados (del A al D), nuevas atribuciones y responsabilidades al entonces Instituto Federal Electoral; y materia de la presente investigación modificaba la administración y contratación de espacios en medios de comunicación –entendiéndose radio y televisión- para los partidos políticos en tiempos de procesos electorales.

En este orden de ideas, dentro de esta reforma se acordaba una serie de nuevas disposiciones para los partidos políticos en referencia al acceso a los medios de comunicación, por ejemplo se implementaban límites a los tiempos en radio y televisión, tanto en tiempo normal como en tiempo de campaña, además de que se prohibía contratar por parte de terceros tiempo aire en los citados medios, se pretendía que con esta medida tener un mayor control respecto a la contratación de éstos medios de comunicación, con lo cual bajarían los gastos generados por los partidos políticos en cuanto a su publicidad y especialmente a los tiempos que tienen en radio y televisión.

No obstante se menciona que desde febrero de 2004, entró al internet la red social *Facebook*, la cual es la de mayor número de usuarios a nivel mundial, y como se podrá observar, en las siguientes imágenes el uso de redes sociales en la política mexicana es innegable. Es importante reiterar, que a pesar de que en 2007 cuando se elaboró la citada reforma, el internet y las redes sociales, ya estaban permeando todas las áreas de educación, comunicación, entre otros;

[66] Información publicada por la Cámara de Diputados, México, que está disponible en la página de la cámara de diputados http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/proceso/lx/055_DOF_13nov07.pdf consultada el día 02 de enero de 2015

también lo hacía en la política mexicana ya que desde las elecciones del 2000, se dieron los primeros acercamientos entre la política y las redes sociales, sin embargo en la reforma de 2007 se omitió generar discusión sobre este tema, dejando una laguna jurídica en el sistema electoral mexicano.

En este caso se muestra en las imágenes 1 y 2 de la cuenta de *Facebook* de Felipe Calderón Hinojosa, el cual en 2006 comenzó a tener actividad después de que toma protesta como presidente de la República. Aun así se evitó tomar como medio de comunicación al internet y redes sociales, se indica la figura de Felipe Calderón Hinojosa, ya que él fue el promotor de la reforma electoral de noviembre de 2007, la cual es base de la presente investigación.

Imagen 1

Imagen 2.

Imágenes obtenidas desde la red social de Facebook, en el link:
https://www.facebook.com/PresidenteFelipeCalderon/?fref=ts
Visitado el día 14 de junio de 2015.

Por ello es importante no seguir prorrogando la discusión del uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, para dar equidad en la contienda. Ya que las lagunas jurídicas que tiene el sistema electoral han sido utilizadas para obtener ventaja en las elecciones.

Retomando, en busca de una equidad en la contienda, los legisladores tomaron la determinación de poner en primer término que no se permitiera contratar propaganda electoral por terceros, la Reforma Electoral de 2007, señalaba 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 serían asignados por el entonces IFE.

Se creaba un órgano técnico del Consejo General del IFE para la fiscalización de las finanzas de los partidos, que no estaría limitado por los secretos bancario, fiduciario ni fiscal. Dándole mayor autonomía al entonces IFE.

Todos estos cambios al artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), dan tema al presente trabajo, destacando las reformas de 2007 y 2014, que más adelante se detallarán, 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, ni mucho menos el uso de internet y redes sociales para los partidos políticos.

2.2. Instituto Nacional Electoral y Medios de Comunicación.

El Instituto Nacional Electoral, es el órgano de mayor reconocimiento ciudadano en torno al sistema electoral mexicano, antes llamado IFE, que a partir de la reforma constitucional en materia política-electoral aprobada por el H. Congreso de la Unión, publicada el 10 de febrero de 2014 en el Diario Oficial de la Federación, rediseña sustancialmente el sistema electoral. Su objetivo principal es homologar los estándares con los que se organizan los procesos electorales federales y locales. El aspecto más sobresaliente de la reforma es la transformación del Instituto Federal Electoral (IFE) en una autoridad de carácter

nacional: el Instituto Nacional Electoral (INE). La propia legislación da la definición del Instituto Nacional Electoral en su artículo 29,[67] que a la letra dice:

> *El Instituto es un organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordene esta Ley. El Instituto contará con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus facultades y atribuciones.*

Por lo que el Instituto Nacional Electoral es una autoridad electoral de carácter nacional, que además de organizar los procesos electorales federales, se coordinará con los organismos electorales locales para la organización de las elecciones o votaciones en las entidades federativas.

Se establecen obligaciones para vigilar de modo más efectivo el uso de recursos que utilizan los partidos durante las campañas, lo que fortalecerá la transparencia y la equidad en las contiendas. Recalcando que al no contemplar el internet y redes sociales da pauta a la inequidad en todas las etapas del proceso electoral. Estos son algunas de las nuevas atribuciones que tiene el Instituto Nacional Electoral, para construir la nueva democracia en México.

2.2.1 Naturaleza Jurídica

La naturaleza jurídica la otorga la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece a partir de la Reforma de 2014, en su artículo 41, párrafo III lo siguiente:

> *III. La organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado instituto federal electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, en cuya integración participan el poder legislativo de la unión,*

[67] Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Diario Oficial de la Federación, 23 de mayo de 2014.

los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordene la ley. En el ejercicio de esa función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad serán principios rectores.

El instituto federal electoral será autoridad en la materia, independiente en sus decisiones y funcionamiento y profesional en su desempeño; contara en su estructura con órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia. El consejo general será su órgano superior de dirección y se integrara por un consejero presidente y ocho consejeros electorales, y concurrirán, con voz pero sin voto, los consejeros del poder legislativo, los representantes de los partidos políticos y un secretario ejecutivo; la ley determinara las reglas para la organización y funcionamiento de los órganos, así como las relaciones de mando entre estos. Los órganos ejecutivos y técnicos dispondrán del personal calificado necesario para prestar el servicio profesional electoral. Las disposiciones de la ley electoral y del estatuto que con base en ella apruebe el consejo general, regirán las relaciones de trabajo de los servidores del organismo público. Los órganos de vigilancia se integraran mayoritariamente por representantes de los partidos políticos nacionales. Las mesas directivas de casilla estarán integradas por ciudadanos…

Así mismo en el apartado A, lo define como autoridad electoral, encargada de administrar el tiempo en radio y televisión como a continuación se señala:

…Apartado A. El Instituto Nacional Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes…

Por otro lado y atendiendo a sistema electoral, en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales define al INE, así como a sus atribuciones, funciones, organización y más, en el LIBRO TERCERO: De los Organismos Electorales, TÍTULO PRIMERO: Del Instituto Nacional Electoral. Como se puede observar el INE es la autoridad electoral encargada de organizar las elecciones federales, es decir de Presidente de la República, Senadores y Diputados, además de organizar en coordinación con los institutos locales las elecciones locales. Generando mayor confiabilidad en la democracia, ya que también es el encargado de administrar los tiempos en radio y televisión, y vigila que no haya excedentes en los gastos de campaña con una mayor fiscalización a los partidos políticos y candidatos independientes, entre otras funciones las que se verán más adelante.

2.2.2 Atribuciones.

El INE es responsable de las siguientes funciones: capacitación electoral, geografía electoral, padrón y lista de electores, ubicación de casillas y designación de funcionarios de sus mesas directivas, resultados preliminares, encuestas o sondeos de opinión, observación electoral, conteos rápidos, documentos y materiales electorales, fiscalización de ingresos y egresos de los partidos políticos y candidatos, y las demás que determine la ley.

Así como la capacitación electoral, la ubicación de las casillas y la designación de funcionarios de la mesa directiva, en los procesos electorales locales, se delegarán a los organismos electorales públicos locales.

El INE podrá reasumir dichas funciones, por mayoría de su Consejo General. Se puede observar que ahora el INE tiene funciones de forma nacional auxiliado por los organismos electorales públicos locales, sin que exista prohibición de prescindir de ellos.

En los procesos electorales federales, corresponde al INE:

- Los derechos y el acceso a las prerrogativas de los candidatos y partidos políticos; La preparación de la jornada electoral;
- Los documentos y materiales electorales;
- Los escrutinios y cómputos;

- La declaración de validez y el otorgamiento de constancias en las elecciones de diputados y senadores;
- El cómputo de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y las demás que determine la ley.

Entre sus nuevas funciones para fortalecer la democracia, se pueden mencionar:

- A petición de los partidos políticos, podrá organizar la elección de sus dirigentes.
- Garantizará que los candidatos independientes tengan acceso a tiempos del Estado en radio y televisión, para que puedan difundir sus campañas. Omitiendo otros medios como el internet y redes sociales.
- Verificará que se cumpla el requisito mínimo (2% de la lista nominal) para solicitar el ejercicio de las consultas populares y realizará las actividades necesarias para su organización, incluido el cómputo y la declaración de resultados.

Con el propósito de sancionar conductas que pretendan vulnerar las condiciones de equidad en las elecciones, se establecen tres causales para la anulación de elecciones:

1. Exceder el gasto de campaña autorizado en un 5%.
2. Comprar tiempo o cobertura informativa en radio y televisión.
3. Recibir o usar recursos ilícitos o públicos.[68]

En este orden de ideas, se puede decir que para que exista la equidad en la contienda electoral también se debe considerar dentro de las sanciones el uso de internet y redes sociales, para hacer campaña negra o fuera del tiempo permitido por la legislación.

2.2.3 Estructura

El Consejo General del INE está integrado por 11 ciudadanos elegidos por la Cámara de Diputados. Uno de ellos funge como Consejero Presidente y los 10 restantes como Consejeros Electorales; concurrirán, con voz pero sin voto, los

[68] Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Diario Oficial de la Federación, 23 de mayo de 2014, Articulo 32.

consejeros del Poder Legislativo, los representantes de los partidos políticos y un Secretario Ejecutivo; la ley determinará las reglas para la organización y funcionamiento de los órganos, las relaciones de mando entre éstos, así como la relación con los organismos públicos locales.

Los órganos ejecutivos y técnicos dispondrán del personal calificado necesario para el ejercicio de sus atribuciones. Este Consejo General designa a los consejeros de los organismos electorales locales y podrá asumir las funciones que le corresponden a dichos institutos en los casos que la ley prevea.

De acuerdo al Artículo 41, párrafo segundo, base V, apartado A.

> *El Instituto Nacional Electoral será autoridad en la materia, independiente en sus decisiones y funcionamiento, y profesional en su desempeño; contará en su estructura con órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia.*

La Contraloría General tendrá a su cargo, con autonomía técnica y de gestión, la fiscalización de todos los ingresos y egresos del Instituto. Las disposiciones de la Ley Electoral y del Estatuto que con base en ella apruebe el Consejo General, regirán las relaciones de trabajo con los servidores del organismo público. Los órganos de vigilancia del padrón electoral se integrarán mayoritariamente por representantes de los partidos políticos nacionales. Las mesas directivas de casilla estarán integradas por ciudadanos.

La estructura que emplea el INE, ha sido probada en las pasadas elecciones de junio de 2014, aunque fue eficaz, hay situaciones que deben de ser adaptadas a esta nueva forma de estructura, desde el punto de vista de algunos estudiosos la denominan como centralista, sin embargo más que ser una institución que viole la soberanía de los Estados, es una única figura de autoridad electoral con lo que se cambian los engranes de este sistema electoral.

Además en la propia historia de México, hablando en materia electoral, se puede observar cómo el sistema electoral experimenta a base del error y corrección, es

decir crea la reforma, se dan las elecciones, se evalúa y se genera una nueva reforma subsanando el error para la próxima elección.

Sin embargo desde la reforma de 2007 hasta la reforma de 2014, no se ha realizado la corrección en cuanto a los medios de comunicación para incluir como tales al internet y redes sociales. A lo cual se puede decir que los cambios son buenos y cíclicos, sin embargo para que este cambio genere en verdad novedad, no debe dejar a un lado los avances tecnológicos que van permeando en la sociedad mexicana una nueva mentalidad y realidad, no omitiendo mencionar la nueva forma de hacer campaña de candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, la cual incluye internet y redes sociales.

2.3 Reforma de 2007 en relación al acceso a medios de comunicación, internet y redes sociales

En el presente apartado, se estudian las últimas reformas en materia político-electoral, haciendo hincapié en el acceso a los medios de comunicación, destacando la no inclusión de las redes sociales.

En primer lugar, se observa la reforma electoral del año 2007,[69] en la cual se realizó una modificación respecto a radio y televisión exclusivamente, en donde el entonces IFE, era la autoridad que podría distribuir y asignar los tiempos de radio y televisión a los partidos políticos referente a precampañas y campañas electorales.

En esta reforma el entonces IFE, actuaría a través de un órgano llamado Comité de Radio y Televisión, en donde sí se basa exclusivamente en el nombre del mismo, se puede inferir que los ámbitos que abarca dicho órgano son únicamente dos: el radio y la televisión, es decir, no incluye el internet ni a las redes sociales.

Tal regulación se encontraba en el entonces Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en lo sucesivo COFIPE, dentro de los artículos 59.2,

[69] Reforma Electoral de Noviembre de 2007, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007, entrando en vigor el 14 de enero de 2008, generando como Ley secundaria al COFIPE. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_178_13nov07_ima.pdf el 20 de agosto de 2016

65.3 y 76. En ellos se manifiesta una nueva distribución y asignación de los tiempos de radio y televisión para los partidos políticos, en procesos electorales concurrentes y no concurrentes, en los periodos fuera de precampaña y campaña federales, y por último, para fines institucionales.

Lo que se pretende con esta reforma es que los legisladores establezcan un nuevo modelo de comunicación política y de acceso a los medios de comunicación electrónica, pasando de un esquema de amplia liberalidad a otro de alta intervención estatal.[70] En ese mismo tenor, se adicionan a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y al COFIPE las sanciones que el entonces IFE podría regular respecto a los medios de comunicación que mencionamos anteriormente: la televisión y la radio, omitiendo cualquier otro medio como redes sociales, mensajes de texto vía celular, y otras tecnologías que ya iban ingresando a la cultura de la sociedad mexicana.

A pesar de ser una reforma novedosa, en donde ya se cuenta con una regulación especializada respecto al tópico de medios de comunicación, no es incluye a todos los medios de comunicación al no insertar en su redacción aspectos referentes al internet y redes sociales, que como se ha mencionado anteriormente, es justo en este tópico en donde se centra la presente investigación.

Derivado de esta reforma en materia político-electoral, existieron diversos estudios y críticas, en donde cabe mencionar al Observatorio de Medios, Política y Sociedad que se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Chihuahua, en donde uno de los puntos a reflexionar fue el respectivo a la necesidad de revisar ese nuevo modelo de comunicación política establecido en la reforma de 2007. “En el Observatorio, se puso especial atención en las redes sociales, que jugaron un papel importante, aunque no

[70] Fundación Internacional para Sistemas Electorales, “*Aplicación de la Reforma Electoral de 2007/2008 en México desde una perspectiva internacional comparada”,* Fundación Internacional para Sistemas Electorales mayo 2009, P. 27 información disponible en http://www2.ine.mx/docs/IFE-v2/CAI/CAI-publicaciones/docs/Informe_IFES_I.pdf consultada el día 23 de junio de 2015.

decisorio, para la difusión de información y la movilización ciudadana en la campaña".[71]

El análisis resalta que los partidos políticos tuvieron menos popularidad que los candidatos, que *Facebook* fue la red más usada para desarrollar una campaña electoral, seguida de *Twitter* y, finalmente, *YouTube*; en tanto que las páginas de Internet de cualquier candidato y de cualquier partido político, fueron muy poco visitadas por los usuarios en cualquier periodo. Las redes sociales apoyaron el activismo político y social, sirvieron de vehículo de información y llamado a la movilización entre candidatos y ciudadanos. [72]

Este Observatorio que se llevó a cabo posterior a la reforma y de acuerdo con las experiencias electorales derivadas de ella, es importante en el tema, ya que desde el análisis que realizan, destacan la participación de las redes sociales, específicamente, de *Facebook, Twitter* y *YouTube*, dentro de las elecciones. No obstante, se enfatiza en que el uso de internet y de las redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, ya generaban interés para el análisis de las precampañas y campañas electorales, tan es así que se convirtieron en un tema de reflexión.

2.4 Reforma de 2013-2014 en relación al acceso a medios de comunicación, internet y redes sociales.

Con posterioridad a las experiencias derivadas de la reforma electoral de 2007, se realiza una nueva reforma en diciembre de 2013[73], la cual fue avalada por el Senado de la República, y la misma fue enviada a la Cámara de Diputados para

---

[71] Hegewisch, Buendía, José, "*Observación electoral y medios de comunicación en México. Lecciones aprendidas y visión de futuro," Revista Mexicana de Derecho Electoral,* Especial sobre Observación Electoral 2012, México, número 4, 2013, P 93.

[72] *Ídem.*

[73] Reforma de 2014, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 10 de febrero de 2014, Derivado de la reforma constitucional con fundamento en los artículos 73 y segundo transitorio se establecieron, diversas modificaciones y adiciones a las leyes generales, mismas que fueron adicionadas y publicadas el 23 de mayo de 2014 con los siguientes nombres:
Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Ley General de Partidos Políticos.
Ley General en Materia de Delitos Electorales.
Consultado en la página
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_216_10feb14.pdf

su análisis y aprobación. De acuerdo con el portal del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, los puntos relevantes de esta reforma fueron:

- Régimen de gobierno
- Autoridades electorales
- Régimen de partidos
- Fiscalización y rebase de tope de gastos de campaña
- Comunicación política
- Instrumentos de participación ciudadana

En cuanto a la comunicación política, de acuerdo con este rubro, la reforma tiene diversos cambios:

- Se eliminan los programas de 5 minutos que los partidos políticos producían y difundían en radio y televisión.
- El INE recibirá los materiales de partidos políticos y candidatos las 24 horas del día, durante los 7 días de la semana.
- Se incrementa de 18 a 30 minutos el tiempo de los partidos políticos y candidatos durante las precampañas, lo que no implica aumento en los tiempos que los concesionarios ceden al Estado, pues se mantiene la suma de 48 minutos diarios.
- La entrega de los materiales y órdenes de transmisión a los concesionarios se podrá realizar en forma personal, electrónica o satelital.
- La compra de cobertura en radio y televisión es una causal de nulidad. La cual deberá acreditarse de manera objetiva y ser determinante.
- Por otro lado, dentro del mismo artículo en la Base III, apartado C, se menciona que los partidos políticos y los candidatos deben abstenerse a difundir propaganda que calumnie a las personas.

En este punto se puede observar como en la campaña electoral de 2006, dónde participaron como candidatos a la presidencia de la República los candidatos Felipe Calderón Hinojosa y Andrés Manuel López Obrador; sin embargo se comenzó a realizar campaña negra en contra de Andrés Manuel López Obrador

candidato de la Coalición por el Bien de Todos (PRD, PT y Convergencia) en la cual el slogan principal era “López Obrador es un peligro para México”.

Por lo cual, mediante escrito de diez de abril de dos mil seis, el representante de la Coalición Por el Bien de Todos solicitó al Secretario de la Junta General Ejecutiva del entonces Instituto Federal Electoral, diera inicio a un procedimiento especial contra el Partido Acción Nacional, por hechos que consideró violatorios de la normatividad electoral, en concreto, como se mencionó con anterioridad, la difusión de cuatro *spots* publicitarios los cuales eran en contra del citado candidato.

Aunque el entonces IFE, los declara de legales, el Tribunal Electoral de la Federación estimó que eran ilegales y mandó a quitarlos del aire de acuerdo a la resolución del expediente SUP-RAP-31/2006 y SUP-RAP-34/2006.[74]

Sin embargo es cierto que se quitó del aire en radio y televisión, pero no así de internet en redes sociales se pasó de perfil en perfil, y más aún hoy en día se puede observar cualquier spots por la red social denominada *YouTube.*[75]

Ante tales observaciones, se puede señalar que es importante para el sistema electoral mexicano, comenzar con el debate de la regulación del uso de internet y redes sociales para campañas y propaganda electoral, ya que si se sigue haciendo a un lado será el efecto de la bola de nieve y cuando se quiera poner reglas será un completo caos.

Se puede decir que las redes sociales, tienen un efecto mayor respecto a la elección, ya que cada vez incrementa el número de precandidatos y candidatos que utilizan esas redes sociales para expresar diversos postulados, ya sea de manera personal o de sus plataformas electorales. De igual manera, los candidatos independientes y los partidos políticos con registro tienen contacto con la ciudadanía a través de los mismos mecanismos.

---

[74] Madrazo Lajous, Alejandro, “Los límites a la Libertad de Expresión, Comentarios a las sentencias SUP-RAP-31/2006 Y SUP-RAP-34/2006 del TEPJF. Nota introductoria a cargo de Enrique Martell y David Ricardo Jaime González. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, 2008. Página 23-30.

[75] Información de vídeos obtenida a través del link de YouTube donde se pueden ver los spots de la campaña negra en contra de Andrés Manuel López Obrador. Disponible en la página https://www.youtube.com/watch?v=zXCU0HDJ7Wk consultada el día 03 de mayo de 2014

Derivado de esta reflexión, se puede mencionar en otro punto: el destacado papel de los medios de comunicación en las elecciones y la incidencia que tienen dentro de los ciudadanos, por lo que su regulación debe ampliarse, a fin de ir a la vanguardia con las nuevas tecnologías de la información y comunicación en especial el internet y redes sociales, con las que los ciudadanos están en contacto en su labor cotidiana.

Retomando el tema con la reforma de 2014, el INE tendrá básicamente las mismas atribuciones que tenía el IFE en materia de radio y televisión, fungiendo como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión.

Los candidatos independientes, al igual que los partidos políticos, tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social. Los candidatos independientes tendrán derecho de acceso a prerrogativas para las campañas electorales en los términos que establezca la ley.

A pesar de que se dice medios de comunicación social no considera las nuevas tecnologías de la información y comunicación como el internet y las redes sociales. Por otro lado, el tiempo al que tendrá acceso el INE en radio y televisión, es el mismo que establecía anteriormente el COFIPE. La distribución del tiempo incluirá ahora a los candidatos independientes a quienes, en su conjunto, se les podrá asignar hasta una parte igualitaria, de lo que resulte de dividir 30% del tiempo total entre todos los contendientes (partidos, coaliciones y candidatos independientes).

Entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas, el 50% de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales, y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos.

Es importante ampliar tal regulación dentro de nuestro sistema normativo, ya que dentro de esta reforma se reconoce la importancia de los medios de comunicación, tan es así, que la compra de los espacios en radio y televisión por

parte de los partidos políticos o de terceros ya es una causal de nulidad y eso no se ha modificado, con la finalidad de dar equidad en la contienda.

Ante tal regulación, se considera necesario ampliar la causal de nulidad al uso de internet y de las redes sociales, de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propaganda electoral.

Ya que si se compara la finalidad que tiene el posicionar una imagen pública por televisión o radio, con el posicionamiento en internet y redes sociales, se puede observar que el fin es el mismo, solo cambia el medio de comunicación.

Coincidiendo con las palabras de González Frea, entendiéndose como servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado,[76] en donde si bien no se compra el tiempo de radio y televisión, si existe un impacto entre los candidatos o partidos políticos y los ciudadanos, lo cual podría catalogarse como propaganda, incluso actos anticipados de campaña dependiendo el tiempo y el contenido que tengan los mensajes que estén difundiendo por internet y redes sociales.

Como ejemplos del impacto que tienen las redes sociales en los ciudadanos, se puede mencionar que en la actualidad, todos y cada uno de los candidatos independientes, partido y operador político tienen páginas personales, o blogs, o *Twitter* o incluso canales de *YouTube*. Por lo que es importante que también quede asentado en la legislación vigente las reglas que debe de seguir para el uso de internet y redes sociales los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propaganda electoral.

Con ello se puede concluir que los medios de comunicación son informadores, formadores de opinión y a veces, también, grupos de interés en la contienda político electoral, por lo que "modelan, en buena medida, las percepciones y opiniones dominantes acerca de la política y sus instituciones más

[76] González Frea, Leandro, "*Aspectos legales y normativos de las redes sociales"*, Argentina, disponible en la página http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/#_ftn2 Fecha de consulta 22 de junio de 2015

representativas; percepciones y opiniones que, a quererlo o no, terminan expresándose en las actitudes y comportamientos electorales dominantes."[77]

Por lo que es necesario que nuestro sistema normativo incorpore estas nuevas tecnologías, a fin de obtener procesos electorales con un mayor nivel de certeza y equidad entre todos los contendientes.

2.5 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. También funciona para darle la interpretación correcta a la legislación vigente, es decir, cuando existe duda de cómo aplicar o interpretar algún artículo es el Tribunal el encargado de dar la aplicación correcta.

"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 lesionen los intereses de la ciudadanía, candidatos o partidos políticos".[78]

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.

---

[77] Fundación Internacional para Sistemas Electorales, *Op.Cit.,* nota 52, capítulo 2, p. 43.
[78] Sánchez Gómez, Narciso, Op Cit, Capítulo 2, p. 71.

Dentro de sus funciones se menciona que es competente para resolver en forma definitiva e inatacable:

- Las impugnaciones sobre las elecciones federales de diputados y senadores, de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos**.**
- 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 Nacional Electoral y sus servidores.

Del mismo modo, se puede indicar que 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 el propio Tribunal, el cual permite buscar, navegar y categorizar la información solicitada.

Como se puede observar, el internet y las redes sociales ya han permeado el sistema electoral, y no es que esto no sea correcto, al contrario, no hay que escatimar recursos para dar pasos hacia adelante y por qué no, hasta innovar con una legislación electoral que incluya el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propagandas electorales.

2.6 Legislación vigente en materia electoral en relación a los Medios de Comunicación.

Como Ley Reglamentaria del multicitado artículo 41 Constitucional, se encuentra la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (posteriormente LGIPE), la cual es de orden público y de observancia nacional 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 ahora candidatos independientes, las agrupaciones políticas y la función estatal de organizar elecciones de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión.

Es necesario mencionar, que el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes y los partidos políticos a los medios electrónicos han 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 tránsito hacia la sociedad de la información."[79] Por otro lado, existen varios tipos de sanciones expresas o implícitas, en que se observan las disposiciones señaladas. Dentro de los actores de esta legislación se pueden mencionar a:

a) **Ciudadanos mexicanos en general**.

[79] Romero Flores, Rodolfo, Op. Cit., p. 61.

Como señala el artículo 35 Constitucional, los derechos político-electorales 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.

El concepto de ciudadano es pieza fundamental de la presente investigación, ya que si bien es cierto, se pretende regular el uso de internet y redes sociales, también lo es que se refiere única y exclusivamente a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, no así a los ciudadanos ya que se podría caer en una seria violación a los derechos fundamentales, especialmente a la Libertad de expresión.

Para Enrique Quiroz Acosta "es el efecto que el nacional mexicano alcanza con la mayoría de edad, y cuando se tiene un modo honesto de vivir".[80] Asimismo Ignacio Burgoa Orihuela explica que "se podría definir a la ciudadanía diciendo que es la calidad jurídico-política de los nacionales para intervenir diversificadamente en el gobierno del Estado". [81] Así que se puede mencionar que el ciudadano es aquella persona que posee los requisitos señalados por el ordenamiento estatal para adquirir la capacidad de ejercicio en asuntos políticos y que a través del cumplimiento de deberes y derechos en esta materia, otorgue legitimidad al gobierno del Estado.

Por otro lado, al hablar del ciudadano también es importante señalar que dentro de sus atributos se encuentra el de poder ejercer su voto, sin embargo hay que mencionar que el abstencionismo electoral[82] en México, representa una fuerte tendencia lo cual se puede observar en la siguiente tabla de contenido de elecciones desde 1991 hasta 2015, de diputados y Presidente, que indica el porcentaje de abstencionismo en cada una de estas elecciones:

---

[80] Quiroz Acosta, Enrique, *"Lecciones de Derecho constitucional. Segundo curso. Editorial Porrúa, México, 2002, página 60.*

[81] Burgoa Orihuela, Ignacio, *"Derecho Constitucional Mexicano,* Editorial Porrúa, México, 2009, página 147.

[82] *Abstencionismo electoral: No participación en las elecciones a través del ejercicio del voto* Consultado en la página *http://te.gob.mx/taxonomy/term/18/0 el 25 de septiembre de 2016*

Año de Elección	Elección base para obtener la participación	Lista Nominal	Participación	Porcentaje de Participación	Abstención	Porcentaje de Abstención
1 9 9 1	Diputados RP	36,676,167	24,194,239	65.97%	12,481,928	34.03%
1 9 9 4	Presidente	45,729,057	35,285,291	77.16%	10,443,766	22.84%
1 9 9 7	Diputados RP	52,208,966	30,120,221	57.69%	22,088,745	42.31%
2 0 0 0	Presidente	58,782,737	37,601,618	63.97%	21,181,119	36.03%
2 0 0 3	Diputados RP	64,910,596	26,728,924	41.32%	37,971,672	58.68%
2 0 0 6	Presidente	71,374,373	41,791,322	58.55%	29,583,051	41.45%
2 0 0 9	Diputados RP	77,470,785	34,677,923	44.76%	42,792,862	55.24%
2 0 1 2	Presidente	79,492,286	50,143,616	63.08%	29,348,670	36.39%
2 0 1 5	Diputados RP más Candidatos Independientes	83,536,377	39,864,082	47.72%	43,672,295	52.28%

Tabla de contenido obtenida en la página del INE, titulada "*Porcentaje de participación en elecciones de 1991 a 2015"* con referencia a la Participación Ciudadana, disponible en http://siceef.ine.mx/campc.html?p%C3%A1gina=1 consultada el día 16 de diciembre de 2016

El abstencionismo electoral, que se enmarca en el fenómeno más amplio de la denominada apatía participativa, es un indicador de la participación política: muestra el porcentaje de los no votantes sobre el total de los que tienen derecho de voto. El mayor o menor porcentaje de abstención electoral puede tener incidencia en el resultado, es decir puede beneficiar o perjudicar determinadas opciones políticas. Para ello las entidades políticas persiguen siempre la movilización de sus votantes y, en ocasiones, la desmovilización de sus oponentes.

Es importante disminuir el abstencionismo para un buen ejercicio de la democracia y para que los ciudadanos ejerzan este derecho.

b) Ciudadanos extranjeros.

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

c) 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.

d) 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 INE, conocerá de las irregularidades en que haya incurrido un partido o agrupación política.

e) 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.

f) 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 este orden de ideas, se puede decir que 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.

Es importante señalar que no se ha marcado incisivamente a los candidatos independientes, ya que ésta es su primera elección después de 50 años, sin embargo los partidos políticos han tenido actuación continua con el uso de internet y redes sociales.

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 Nacional Electoral, tendrán a su cargo la difusión de los programas respectivos, fijando las reglas que deben imperar, los programas y tiempos disponibles.

Sin embargo no se habla, ni se verifica, ni supervisa acerca del uso de internet y redes sociales en las campañas electorales. Por otro lado y a manera de antecedente se puede señalar la entrevista con el Dr. Benito Nacif, entonces consejero electoral del Instituto Federal Electoral, para fundaciontv.com, el jueves 19 de febrero de 2009, dentro de la cual menciona: "que en la televisión y la radio, la propaganda electoral tiene regulación propia, a diferencia de los medios impresos e Internet donde existen aún 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".[83]

Se tiene conocimiento desde 2009 de la laguna jurídica en que cae el sistema electoral mexicano en relación al uso de internet y redes sociales, sin embargo falta la apertura legislativa para cerrar esta laguna. Actualmente se puede observar, como todos y cada uno de los partidos políticos, y candidatos independientes cuentan con su página electrónica, y no solo eso, sino con redes sociales las cuales informan paso a paso los actos de campaña, lugares y hasta fotografías de los candidatos, se puede ver información del partido político, de sus candidatos, plataformas, pero lo más interesante es ver cómo dentro de esta

[83] Entrevista con el Dr. Benito Nacif, entonces consejero electoral del Instituto Federal Electoral, para fundaciontv.com, el jueves 19 de febrero de 2009, disponible en la página https://www.youtube.com/watch?v=dg1xzapPHME consultada el día 17 de agosto de 2015.

página también se incluyen otras tecnologías, por ejemplo mensajes vía celular, *blogs*, *podcast*, entre otros.

Eso sin mencionar los canales de video donde se pueden hacer enlaces en tiempo real o simplemente consultar videos como en *YouTube*. Es por esta razón que el presente trabajo, pretende hacer hincapié en que con la finalidad de cerrar las lagunas existentes en la LGIPE, se modifique y adicione, para que se regule el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes y los partidos políticos, en campañas y propagandas electorales.

La actividad electoral quizá sea uno de los campos de la política en que se pueda observar claramente el uso y el impacto creciente del internet y redes sociales, si bien, en América Latina su utilización era incipiente, como una herramienta adicional o marginal.

Hoy en día la informática es un recurso que permite a las organizaciones partidarias y 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.

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 está limitado aquellas personas que están conectadas en términos de los procesos electorales, los autores aseguran que el internet y las redes sociales, 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.

Es así que se puede mencionar que no existe una legislación vigente, capaz de poner orden en el uso de internet y redes sociales en las campañas y propagandas electorales de los candidatos independientes y los partidos políticos,

dejando en estado de indefensión cualquier acción que se quiera sancionar por un uso indebido tal como el uso de *Twitter*, en plena jornada electoral para promocionar a un partido en específico, que si bien es cierto no fue determinante ya que perdió la elección, si fue un ejemplo claro para hacer notar la existencia de la laguna jurídica en el sistema electoral.

Es importante señalar que al hablar de regulación, se vislumbra una delgada línea entre la regulación y la violación de derechos fundamentales del individuo, que al final no es la intención de este trabajo de investigación, sino al contrario fortalecer el sistema electoral y con ello el Estado de Derecho.

Sin embargo teórica y tecnológicamente, cualquier estado también puede hacer uso del internet, 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".[84] No obstante la finalidad de este trabajo es hacer notar la laguna jurídica existente, para proponer su solución.

Ya que como se puede señalar, en la campaña electoral de 2006, que fue el inicio para utilizar el internet como medio para difundir las ideas y propuestas de los candidatos, pero también fue el inicio para los ataques directos entre uno y otro candidato porque la actividad en internet no está regulada, ni tiene reglas concretas por lo que se permite todo. "Durante la campaña electoral 2009 en México, *YouTube* se convirtió en un basurero electoral. Los políticos usaron este sitio de participación mediante videos digitales, en un auténtico vertedero de videos políticos destinados a la difamación del contrario en una franca cultura de la guerra sucia y la promoción de campañas negras".[85]

En las elecciones de 2012, los *spots* de campaña negra no se hicieron esperar y aunque fueron censurados en la televisión, este material fue subido a las redes

---

[84] Caetano, Gerardo, et al., Op. Cit., p. 29.

[85] Meneses Rocha, María Elena, Internet y campañas electorales en México la oportunidad postergada, de democratización en México", Toluca, Serie Breviarios de cultura política núm. 8, 2009, p.45.

sociales donde actualmente se pueden ver. Continuando con las elecciones de 2014, las redes sociales e internet fueron las protagonistas en las campañas electorales de los candidatos independientes y siendo determinantes para obtener los puestos aspirados. Sin embargo también fue evidente el abuso del uso de internet y redes en el caso del Partido Verde. Por lo cual, se ha mencionado en todo el trabajo de investigación, es fundamental subsanar esta laguna jurídica.

Capítulo III. Candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos y su relación con el uso de internet y redes sociales

Como se ha observado a lo largo de desarrollo del presente trabajo de investigación, la relación que tienen los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos con el uso de internet y redes sociales, es evidente y realmente estrecha, tan es así que académicos como la Dra. María Marván Laborde, Investigadora del Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, quien también fue Consejera Electoral del Instituto Federal Electoral en el 2011, señala: "El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´s) ha transformado, de manera radical, la forma de relacionarnos entre los seres humanos, incluida, desde luego, la forma de hacer política. Gobernantes y representantes tienen canales diferentes para comunicarse con la ciudadanía, pero, sobre todo, cualquier persona puede comunicarse de manera más o menos sencilla con los políticos. Todos tienen la posibilidad real de expresar sus opiniones políticas. No es necesaria una curul, ni un canal de televisión para tener voz. Internet generó la más reciente transformación estructural de la esfera pública, potencializa el derecho a la información, rompe con el control gubernamental y aminora los efectos de la concentración del poder de los dueños de medios de comunicación."[86]

Como se puede observar, el internet y redes sociales a pesar de ser un medio nuevo de comunicación, se está posicionando rápidamente, tanto en el gusto del usuario común (ciudadano en el caso del presente trabajo)[87] para hacerse llegar de información, como en la estrategia política para candidatos independientes y partidos políticos.

---

[86] Marván Laborde, María, *Revista Electrónica de Opinión Académica*, número 30, noviembre-diciembre de 2015, 10 de noviembre de 2015, México, disponible en la página http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/HechosyDerechos/cont/30/art6.htm consultada el día 15 de enero de 2016

[87] Para efectos del presente trabajo, el usuario de internet y redes sociales, es en realidad cualquier tipo de gente, ya sea mayor o menor de edad, hombre o mujer, una persona nacional o naturalizado, sin embargo al hablar de ciudadano se habla única y exclusivamente de la persona que cae en el supuesto que se indica en el artículo 34 constitucional, el cual señala que sea mayor de dieciocho años, motivo por el cual es una persona que puede ejercer su derecho político electoral de votar o ser votado. Nota del autor.

De igual forma se pretende demostrar cómo a partir de la reforma electoral de 2007, se genera una laguna jurídica al dejar sin regulación el uso y acceso a los partidos políticos, candidatos independientes y a los sujetos políticos, a los medios de comunicación al internet y redes sociales. Además, se observará la íntima relación que guardan los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos con el internet y redes sociales.

3.1 Los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos y su relación con el uso de internet y redes sociales, algunos casos actuales.

Para comenzar, el presente tema y comprender la relación que guardan los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos con el internet y redes sociales, es necesario crear, conocer y entender los conceptos de cada uno de ellos. Por otro lado, y a manera de aclaración, respecto al tema de la violación a la libertad de expresión como derecho fundamental, al hablar de regulación de internet en el presente trabajo, se puntualiza únicamente al uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, no así a la población en general, aún más se obstruye el tema al referirse a campañas y propaganda electoral.

Por lo cual el internet y redes sociales deben de observarse a la luz del Derecho Electoral y ser totalmente acordes a los derechos fundamentales, por lo que se entiende por internet al medio de comunicación electrónica para su regulación. “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".[88]

De ahí la importancia que genera el tema de medios de comunicación en campañas y propaganda electoral y de los debates históricos en donde los partidos han pugnado por su acceso a estos medios de comunicación, 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. Una vez hecha la presente aclaración se continúa con los siguientes conceptos.

3.1.1 Candidatos independientes

Los candidatos independientes son aquellos ciudadanos que sin pertenecer a un partido político, pretenden ser postulados para un cargo de elección popular. Es así que por primera vez en más de cincuenta años, en las elecciones intermedias de junio de 2015, hubo candidatos independientes en varios estados de la República Mexicana, desde candidatos a diputaciones locales, hasta gobernadores.

Para el Diccionario Electoral del Instituto Nacional de Estudios Políticos, el cual denomina al candidato independiente como un aspirante a un cargo de elección popular que no está afiliado a un partido político.[89]

Otra definición de candidato independiente es la de Beatriz Vázquez, quien los define como aquel postulante a algún cargo de elección popular y que no pertenece a un partido político.

---

[88] Romero Flores, Rodolfo, Op. Cit. p. 62.

[89] Candidato Independiente: Instituto Nacional de Estudios Políticos y el Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública. Diccionario Electoral INEP. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., 2016. Información disponible en la página http://diccionario.inep.org/C/CANDIDATO-INDEP.html.

A través de esta figura los candidatos pueden ejercer el derecho a ser votado que es un derecho humano considerado inherente, universal e inalienable al ser humano.[90]

El esquema de las llamadas candidaturas independientes es uno de los posibles modelos bajo el que se puede presentar una candidatura electoral. Esta modalidad, posibilita el ejercicio del derecho de los ciudadanos de presentar su postulación a un cargo de elección popular de manera desvinculada a los partidos políticos quienes tradicionalmente detentan esa prerrogativa.

El reconocimiento legal de las candidaturas independientes implica que cualquier ciudadano, de manera directa, puede aspirar a ocupar un cargo público electivo sin tener que pasar por los filtros y los procesos de selección internos establecidos por los partidos políticos para la designación de sus candidatos.

Además, la posibilidad de presentar una candidatura independiente significa que el ciudadano que compite de manera autónoma por un cargo electivo realiza por sí mismo o con el apoyo de un grupo de ciudadanos, pero en todo caso, de manera paralela a los partidos políticos, una campaña electoral promocionando su postulación. Cabe señalar, que esta figura no es *per se* excluyente respecto a la presentación de candidaturas electorales por parte de los partidos políticos, sino que se presenta como una forma alternativa de postulación de aspirante a un cargo público.[91]

Para Manuel González Oropeza, "la candidatura es la propuesta de una persona o conjunto de personas para ocupar la titularidad de un cargo, generalmente electivo. Jurídicamente y en términos electorales, puede afirmarse que la propuesta deviene en candidatura y las personas propuestas en candidatos,

---

[90] Vázquez Gaspar, Beatriz, *Panorama general de las candidaturas independientes*, Contorno Centro de Prospectiva y Debate, julio 2009. Información disponible en la página *http://www.contorno.org.mx/pdfs_reporte/julio09/BVG_Candidaturas_Independientes_Junio_09.pdf.*

[91] Candidato Independiente: Instituto de Investigaciones Jurídicas. Enciclopedia Jurídica Latinoamericana. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Porrúa, T. II. 2006. pp. 55 y 56.

cuando se han cumplido los requisitos exigidos y se permite el cómputo de los sufragios emitidos a favor de dichas personas”.[92]

Como se puede observar, los candidatos independientes tienen que seguir una serie de requisitos estipulados en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, entre ellos las firmas de los ciudadanos que apoyan al candidato independiente y, dependiendo el cargo al que se aspira, es el número de firmas que tendrá que recolectar.

En este orden de ideas, cuando el candidato independiente se tiene que dar a conocer dentro de la población en la que aspira el cargo, es decir, para gobernador o para diputado, al no contar con el mismo financiamiento que un partido político tiene, necesita posicionarse ya no digamos en el gusto del ciudadano, sino posicionarse en su conocimiento que no pase inadvertido para conseguir las firmas y apoyo necesario para obtener el puesto por el cual contiende.

Por tal motivo, se destaca que tanto el internet y las redes sociales brindan una fuente confiable e inagotable de recursos, herramientas para lograr este objetivo.

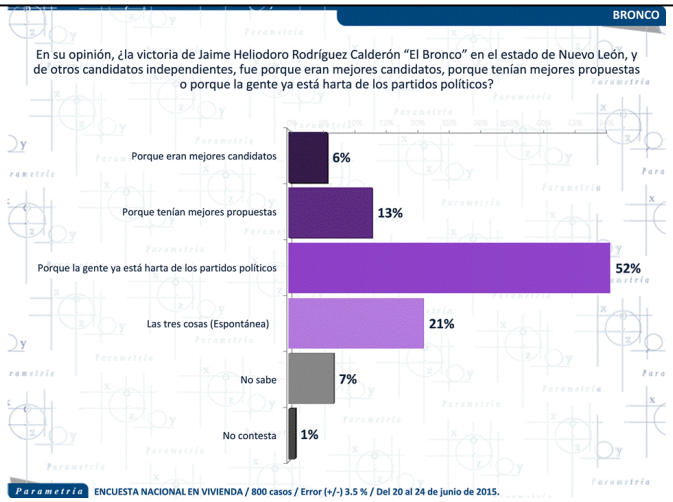
Si bien es cierto, que el candidato necesita crear círculos de apoyo, lo podrá hacer a través de las redes sociales como *Facebook, Twitter*, si necesita promocionar sus actividades lo puede hacer por medio de fotos como en *Instagram* o *Periscope*, si lo que necesita son *spots* como los de la televisión lo puede hacer por medio de videos cortos en *You Tube* y por mencionar algunos ejemplos. Que no están nada alejados de la realidad, ya que en las pasadas elecciones de junio de 2015 con ayuda de estas herramientas, dos de los candidatos independientes lograron acceder a los puestos aspirados.

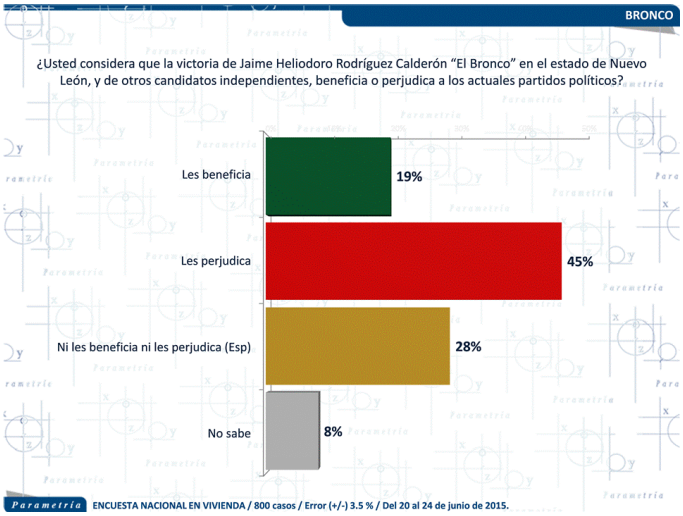
Esta nueva figura en el sistema electoral, es producto del hartazgo de la ciudadanía hacia los partidos políticos, por lo que los candidatos independientes dan esperanza al electorado, y hacen efectiva la prerrogativa ciudadana de poder

[92] González Oropeza, Manuel, Candidaturas Independientes, Ensayos IIJ-UNAM, 2010, consultado en http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/sufragio/cont/4/ens/ens7.pdf, el día 04 de mayo de 2015.

ser votados para algún cargo de elección popular, tal y como lo establece nuestra Constitución. En las pasadas elecciones de 2015, la empresa Parametría, realizó una encuesta que arrojo los siguientes resultados:

Mexicanos apoyan a los independientes





Gráficas de Parametria[93]

[93] Gráficas obtenidas de PARAMETRÍA: Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 800 cuestionarios hechos a personas de 18 años en adelante con credencial para votar que residan en el lugar de interés al momento de la entrevista. Fecha de levantamiento: del 20 al 24 de junio de 2015. Tasa de Rechazo: 46 %. Nivel de confianza estadística: 95 %. Margen de error: (+/-) 3.5 %. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el INE. En la página http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4781

En este orden de ideas, se puede decir que algunos candidatos independientes han logrado acceder a puestos de poder, tal es el caso de Jaime Rodríguez, *El Bronco*, quien ganó la gubernatura del Estado de Nuevo León, Alfonso Martínez quien ganó la Presidencia Municipal de Morelia, Michoacán, Manuel Clouthier quien ganó la diputación Federal por el Distrito 05 de Sinaloa, y Pedro Kumamoto quien ganó la diputación local por el Distrito 10 de Zapopan, en Jalisco, en las pasadas elecciones de junio de 2015.

No es de omitirse mencionar que el modelo en que se presenta la permisión para ser un candidato independiente es complejo y con restricciones. Sin embargo, candidatos como Jaime Rodríguez y Pedro Kumamoto centraron sus campañas en las redes sociales, destacando *Facebook* y *Twitter* que fueron determinantes para su triunfo ya que a través de estas redes sociales y su página en internet: *http://www.jaimerodriguez.mx/,* logró el posicionamiento que lo llevó al triunfo, por medio de lo que se conoce como estrategia digital.

Por otro lado Pedro Kumamoto recibió 224 mil pesos en donaciones, las cuales fueron hechas por 79 simpatizantes durante lo largo de la campaña. Además, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco, le entregó 18 mil pesos de financiamiento público.

El 70 por ciento de los gastos fueron destinados a publicidad impresa y en redes sociales, así como en calcas, separadores y otro tipo de objetos. También utilizó el dinero para el hospedaje de su página web y en otros eventos como su cierre de campaña y las reuniones de #AquíEs10. "El dinero público y privado que recaudamos a través de 79 donantes que libremente y sin compromisos, aportaron a este ejercicio. La transparencia siempre ha sido y será uno de nuestros principios fundamentales", aseguró Kumamoto. Para entrevista a Virginia Arenas, de El Informador.[94]

[94] Arenas, Virginia, *"Campaña de Pedro Kumamoto costo 242 mil pesos", El Informador,* 15 de junio de 2015, Entrevista consultada en la página http://www.informador.com.mx/jalisco/2015/598078/6/campana-de-pedro-kumamoto-costo-242-mil-pesos.htm el día 30 de agosto de 2015

Como se puede observar, ambos candidatos hicieron uso de internet y redes sociales para sus campañas generando un triunfo para ambos. Es por eso que no puede pasar desapercibido este medio de comunicación social para las autoridades electorales.

Cabe señalar que si bien es cierto, los mencionados candidatos independientes, ganaron los puestos de elección popular a los que se postularon, también lo es que un recurso que usaron fueron las redes sociales e internet, no por ello esta acción es incorrecta, ya que fue el medio idóneo para posicionarse frente a sus adversarios y más aún la de propagar la información de su campaña política para darse a conocer con los electores. Es por ello que es necesario marcar las pautas para el uso de éstos nuevos medios de comunicación, no por el hecho de que se ganen o no candidaturas sino para tener reglas y equidad en la contienda electoral.

Continuando con el tema, se puede decir que se entiende en el presente trabajo, por Candidato Independiente: a la persona que aspira a un cargo de elección popular, sin pertenecer a un partido político, de una forma independiente. Y como ya se mencionó si guardan una relación estrecha con el internet y redes sociales y en ocasiones esta relación es determinante para obtener el puesto aspirado.

3.1.2 Partidos políticos

El concepto de partido político, es tan extenso que podríamos realizar más de una tesis acerca de este tópico, sin embargo para este trabajo se intentará sintetizar la información referente al recuento de la historia del nacimiento de los partidos políticos en nuestro país y la evolución que han tenido. Se conocerá la legislación actual aplicable a los partidos políticos.

El creciente uso de internet y redes sociales, que tienen los diferentes partidos políticos, que 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. “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”.[95]

Es decir, 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.

“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”,[96] sin embargo es necesario dar una definición de lo que son los partidos políticos. A manera de síntesis se puede decir que el origen de los partidos políticos se desarrolla históricamente en forma paralela con el Estado democrático.

Definición de Partido Político

A pesar de que el partido político es una figura conocida en todo el mundo, resulta difícil dar un concepto generalizado porque dentro de cada país toma rasgos identificados, por lo cual se acude al concepto que emana del artículo 41 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que a letra señala:

> *Artículo 41 Constitucional: …*
>
> ***I.*** *Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las normas y requisitos para su registro legal, las formas específicas de su intervención en el proceso electoral y los derechos, obligaciones y prerrogativas que les corresponden…*

[95] Duverger, Maurice, “*Los Partidos Políticos”*, 11° edición, México, Fondo de Cultura Económica, 1989, p. 15.
[96] Berlín Valenzuela, Francisco, “*Derecho Electoral*”, Porrúa, México, 1980, p. 107.

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.

Para el INE los partidos políticos son:

Entidades de interés público que tienen como fin promover la participación de los ciudadanos 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.[97]

En este orden de ideas, se puede conceptualizar, al Partido Político como la organización de ciudadanos para tener acceso al poder que siguen y defienden una misma fracción, opinión o causa, 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.

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.

Así la democracia supone la confrontación de ideas, de opiniones, de criterios y, principalmente, la libertad para expresarlas.

---

[97] Concepto del INE, fundamentado en la CPEUM, México, información disponible la página oficial http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_los_Partidos_Politicos/ consultado el día 30 de septiembre de 2015

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:

Imagen obtenida de la página del INE
http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_los_Partidos_Politicos/
el 30 de enero de 2017

Los partidos políticos nacionales tienen personalidad jurídica, gozan de derechos y de prerrogativas que establecen la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) y la Ley General de Partidos Políticos (LGPP). Se rigen internamente por sus documentos básicos, así como la libertad de organizarse y determinarse.

- Pueden 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; y
- Formar frentes con fines no electorales o fusionarse con otros partidos.

Tratándose de partidos políticos y su relación con el internet y las redes sociales, se puede citar que desde las elecciones intermedias de julio del 2009, los partidos políticos (ya que entonces no había candidatos independientes) tuvieron acceso a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, especialmente al 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*, e incluso, videos políticos en *YouTube* y otras páginas.

Este fenómeno social se aborda y más aún se expone la problemática que esto representa, tanto para el ciudadano común que entra al servicio de internet y se ve "atacado" por esta propaganda electoral, como para el candidato ya sea independiente o de partido político que usa este medio para posicionarse, o en su caso, para generar propaganda negra en contra de su adversario creando inequidad en la contienda electoral.

En este orden también en las elecciones del pasado 07 de junio de 2015, el fenómeno que viralizó[98] las redes sociales, fue el proselitismo político o la llamada serie de *tweets*[99] o mensajes difundidos a través de la red social *Twitter,* que se dio el mismo día de la elección por varias personalidades del medio artístico y futbolístico, a favor del partido verde, los mensajes comenzaron a circular desde dos días antes de que iniciaran las elecciones, en periodo de veda electoral, debidamente señalada en la reglamentación electoral y anunciada por el Instituto Nacional Electoral (INE), así como durante el domingo 07 de junio, día de la jornada electoral.[100].

El entrenador de la Selección Mexicana, Miguel Herrera, causó controversia al colocar dos *tweets* en que hace referencia a "los verdes", lo que fue criticado en las redes sociales por considerarlo un apoyo al partido y no una referencia al equipo.

Con este ejemplo se evidencia la falta de regulación en la materia, y por lo tanto el uso que efectivamente tienen los partidos políticos del internet y redes sociales en

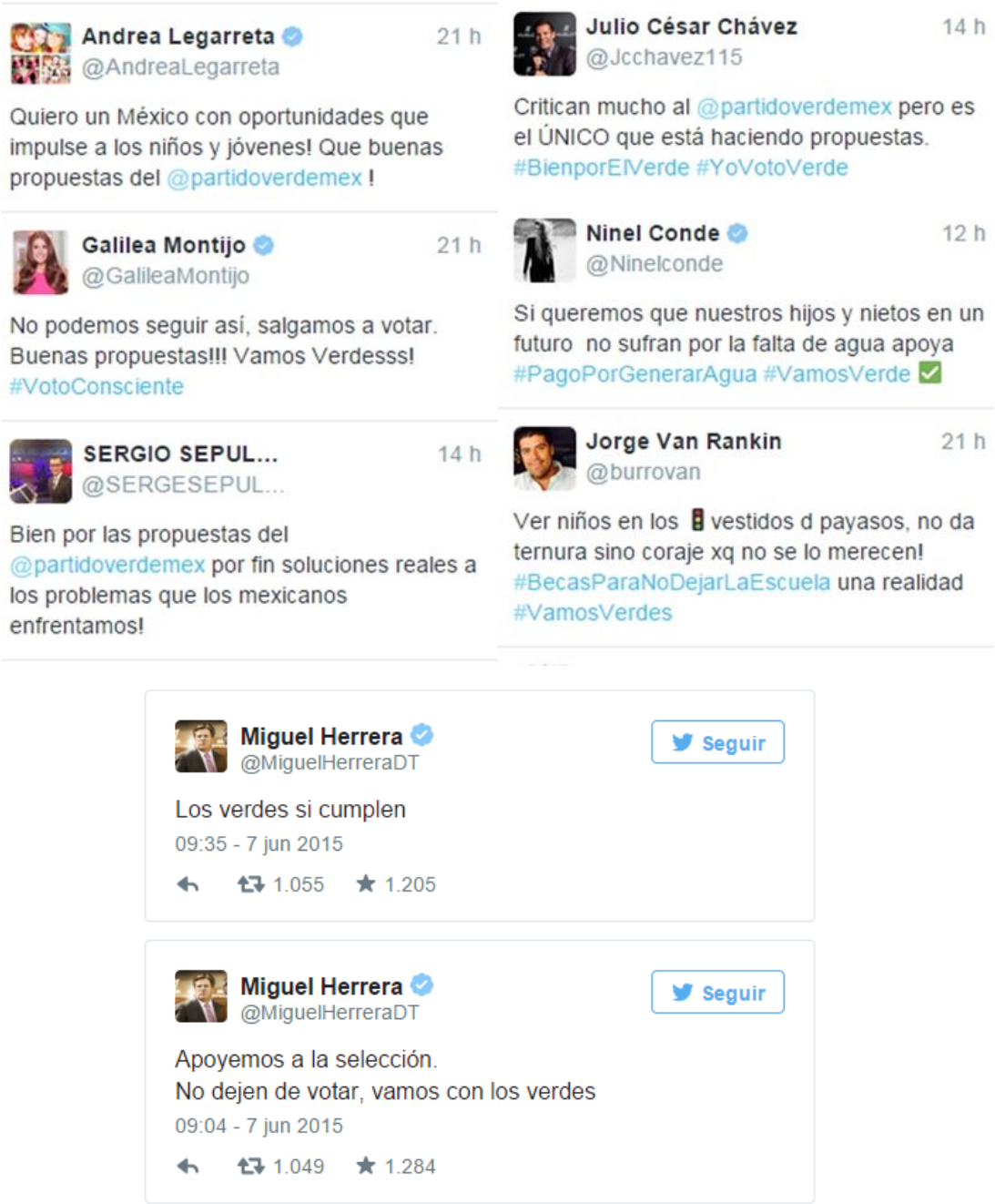
---

[98] Viralizó, que para efectos del presente trabajo se refiere al término de "videos virales en internet", lo cual quiere decir que son los videos más vistos, compartidos o reproducidos en las redes sociales como *Facebook, Twitter* o *You Tube* en un determinado tiempo.

[99] Viene del término *tweets,* el cual es el nombre que recibe el mensaje que se envía a través de la red social *Twitter*.

[100] Referencia consultada el 15 de junio de 2015 a las 14:44 en el sitio: http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/06/06/apoyo-espontaneo-al-partido-verde-llena-twitter-en-veda-electoral

las campañas electorales. En la siguiente imagen[101] se pueden observar algunos ejemplos de los tweets enviados el día 07 de junio de la jornada electoral.



[101] Imagen que está disponible en página electrónica del periódico *El Universal*, en su sección de política, http://www.redpolitica.mx/elecciones-2015/famosos-realizan-campana-favor-del-pvem-en-twitter el día 01 de julio de 2015.

Bajo esa tesitura, es importante esta propuesta, la cual pretende la regulación del uso de internet y de las redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, en campañas y propagandas electorales.

La normatividad ha sido rebasada por la tecnología debido a que ha creado lagunas legales para poder evitar la ley a través de medios que no han sido contemplados y como se ha mencionado, en este caso se refiere al internet y las redes sociales.

Esta laguna jurídica la han aprovechado los sujetos políticos para eludir la ley, ya que no se puede alegar que es una libertad de expresión, lo que de manera evidente es propaganda electoral y más aún invitación al voto por determinado partido: el Partido Verde el mismo día de las elecciones; esta acción deja un claro mensaje del porque se debe regular el uso de internet y redes sociales en la propaganda electoral, ya que si no se evitan este tipo de acciones se atenta contra la democracia y con los principios de equidad e igualdad de los demás actores políticos.

No es coincidencia que en medio de las elecciones se haya detectado un apoyo masivo en favor del Partido Verde, los sujetos políticos de la estrategia por *Twitter*, sabían y conocían el beneficio inmediato de poder captar electores por medio de la difusión de mensajes y que no les traería consecuencias jurídicas por romper la veda electoral a través de esta red social.

Aunado a que ese día en particular – 7 de junio de 2015– había partido de la selección mexicana, sin embargo la estrategia falló al no ser determinante, es decir el Partido Verde perdió las elecciones en la mayoría de sus candidatos, además solo dejo observar la clara falta de legislación en materia electoral referente a internet y redes sociales.

Al no existir una regulación para el uso de internet y de las redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, en campañas y propagandas electorales, tal y como existe en Radio y Televisión, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales deja una laguna legal, ya que permite cualquier difamación, ataque y promoción de partidos políticos a través de *You Tube, Facebook* o *Twitter,* uno de los problemas tanto para las Instituciones y

los sujetos jurídicos electorales es que no pueden sancionar a los infractores ya que lo que no está prohibido se encuentra permitido.

En este orden de ideas, el Instituto Nacional Electoral estableció parámetros para evitar el abuso de las propagandas electorales en el Acuerdo INE/CG61/2015, en donde se especifica que entraba la veda electoral a partir del 4 de junio y terminaba el 7 de junio, sin embargo se hizo caso omiso del acuerdo y por lo tanto no tuvo éxito ya que la propaganda del Partido Verde fue difundida por medio de las redes sociales.

Es evidente el fracaso de la ley y de los Institutos para promover la igualdad y equidad de todos los partidos políticos, por lo que se vuelve a enfatizar la necesaria regulación de las TIC´s, lo cual tendrá como consecuencia que en nuestro sistema democrático, todos participen en igualdad/ paridad circunstancias. Desde esta perspectiva, es necesario cerrar la brecha de ilegalidades que existe por falta de una regulación en las redes sociales en materia electoral, las cuales, como ha quedado explicado en líneas anteriores, inciden en el proceso electoral, por lo que la finalidad es promover la creación de dicha normatividad hasta el momento inexistente en México.

Por otro lado, "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 cuál es el *software* que se ha empleado y cuál es el ente administrativo titular de la función en que se concreta la competencia de que se trate".[102] Se puede observar que el ciudadano tiene el derecho de saber de dónde viene la información que consulta inclusive si proviene de Internet en las campañas electorales.

Continuando con el ejemplo de *Twitter*, en este caso el ciudadano se confunde al no saber si se trata de un mensaje del partido o una manifestación personal de una persona pública, sin embargo, es muy probable que sea una estrategia del partido político, tan es así que la FEPADE ya tiene una averiguación abierta sobre este asunto en particular.

[102] Fernández Rodríguez, José Julio, Op. Cit. Nota 41, capítulo 1, p. 51.

3.1.3 Sujetos políticos

Para efectos del presente trabajo, el sujetos político es aquel que tiene alguna intención política, ya sea para mérito propio o para otra persona, también se puede decir que es la persona encargada de diseñar la estrategia para posicionar una ideología política, con el objetivo de postular a un tercero a un cargo de representación, con la finalidad de obtener el voto favorable del ciudadano.

Es la persona que tiene un posicionamiento político más allá de que si pertenece a un partido político, o agrupación, que puede estar interesado en que un tercero gane una elección, es decir aquellas personas que se reconocen por ellos mismos. También son buenos consejeros. Son muy conocedores de los tiempos políticos y, con precisión, saben orientar las estrategias electorales. Un ejemplo puede ser Luis Videgaray, Miguel Barbosa Huerta, Gerardo Fernández Noroña.

Se puede decir que el sujeto político, no es propiamente el candidato, pero si está directamente interesado en que se obtenga el cargo político aspirado por un tercero, frecuentemente están en campaña permanente desde el cargo que tengan.

Son la cara vistosa de los partidos políticos –ya que los candidatos independientes apenas participaron en las campañas y en ellos se conjuga que sean el sujeto político y el candidato a la vez- como ejemplo de estos podemos mencionar a Manlio Fabio Beltrones, quien a pesar de tener un cargo político como diputado o senador, siempre está haciendo propaganda a favor de su partido político.

Otro ejemplo es Andrés Manuel López Obrador, candidato desde las elecciones del 2000, a la presidencia de México, sin embargo entre periodos es quien mejor ejemplifica el concepto que estamos explicando, al pronunciarse, no sólo a favor de un partido político sino a favor de su candidatura ya sea por el PRD, en coalición con otros partidos políticos o ahora por parte del partido político Morena.

Por otro lado ahora el ex presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa, haciendo uso de las redes sociales para hacer propaganda a favor de la posible candidatura de su esposa Margarita Zavala, haciendo el papel de sujeto político.

Para estas personas que fungen como sujetos políticos, es importante también señalar las reglas para el uso de internet y redes sociales en campañas y propaganda electorales. Ya que al estar generando propaganda electoral aún antes de que comience el proceso electoral genera inequidad en la contienda. Para generar mayor certidumbre deben de integrarse estos sujetos políticos a la legislación electoral para su debida regulación.

3.1.4 Internet y redes sociales

Dada la forma en que se puede bajar la información de Internet, es necesario que se les constriña a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos; la información, propaganda y videos electorales que se suban al internet y redes sociales, para que cuenten con un mínimo de calidad que previamente sea designada por el propio Instituto Nacional Electoral (INE).

Dentro de este concepto es importante indicar que no se pretende, de ninguna manera restringir el acceso a internet o redes sociales al ciudadano, sin embargo es trascendental, marcar los lineamientos jurídicos necesarios para el uso de internet y redes sociales en campañas electorales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

Otro punto importante en este tema es la recaudación de fondos por Internet, ya que llega a más pequeños donantes que los mecanismos no electrónicos, debido a su costo 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. Aunque en México ya se empezó a dar el primer paso con los candidatos independientes los cuales hicieron uso de este nuevo recurso, tal es el caso del diputado local “Pedro Kumamoto, que construyó sus propias armas: un elaborado portal web en el que deja su teléfono personal, una cuenta de *Twitter* que le dio unos 20 mil seguidores y un séquito de intelectuales y académicos

como asesores”.[103] Por medio de este sistema también recibió donativos sin rebasar nunca el máximo permitido.

“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. El pionero en generar este tipo de voluntariado en su campaña política fue el presidente número 44 de los Estados Unidos Americanos, Barack Obama en el periodo del 20 de enero de 2009 al 20 de enero de 2017, “a través del sitio *mybarackobama.com*, se realizaron más de 370,000 donaciones en línea, la mitad de las cuales fueron menores a los $25 dólares. Los usuarios que crearon páginas personales para recaudar fondos a favor de la campaña lograron más de 1.5 millones de dólares. Cifras provenientes de *mybarackobama.com* indican que se logró obtener la donación de 3 millones de personas a través de Internet.

Este éxito permitió sentar las bases para lo que sería el establecimiento de un gobierno electrónico una vez en la Casa Blanca que abriese las prácticas cerradas de gobierno a una mayor participación ciudadana reconectando a los estadounidenses con la democracia lo hizo a través de redes sociales en especial *Facebook*, lo que le redituó un buen número de aportaciones económicas”.[104]

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 comparten desde estilos de vida, música, pasatiempos, aficiones, hasta ideologías políticas.

Al hablar de campañas y propaganda en internet y redes sociales, no solo se refiere a las campañas formales o las encaminadas a promocionar algún candidato, sino que también se tiene que hablar acerca de las campañas negras,

---

[103] AFP, *La Jornada,* Política, del día 10 de junio de 2015, disponible en la página de internet http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/06/10/kumamoto-el-joven-que-gano-diputacion-en-mexico-con-18-mil-pesos-7578.html, el día 26 de septiembre de 2015.
[104] Meneses Rocha, María Elena, Op. Cit. Nota 20, Capítulo 2, p. 21-29.

en este caso el fenómeno que se observa es que estas campañas negras se están llevando a través de internet y redes sociales.

Se puede mencionar por ejemplo en el 2009, en el canal de videos *You Tube* se exhibió un video con la música de la película Rudo y Cursi, "yo te vi llorando" con una parodia que incluye un cambio de letra la cual decía "yo te vi robando…" atribuida al entonces gobernador de Veracruz, Fidel Herrera.[105]

El cual por considerar que utilizaba expresiones denigrantes y calumniosas contra el gobernador, por primera vez el entonces Instituto Federal Electoral, ordenó al distribuidor de *You Tube* en México, que retirara dichos *spots* con base en la Constitución. Este video se le atribuyó de manera extraoficial a las juventudes panistas. Cabe señalar que uno de los argumentos más fuertes para pedir que se bajara este video, fueron los derechos de autor, y no propiamente porque violara algún artículo de la legislación electoral.

Por otro lado, la propietaria de la canción utilizada en el video Sony Music exigió que se "bajara" por violar los derechos de autor, y se "bajó" 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 está dejando a un lado los valores y se entra en una campaña sucia. La discusión que se generó en el entonces IFE, era precisamente sobre la libertad de expresión, campañas negras y sobre todo la competencia del IFE respecto de las páginas de internet.

Otro claro ejemplo de las campañas en Internet y la libertad de expresión, se llevó a cabo en agosto de 2006, cuando el conflicto postelectoral cobraba intensidad por el reclamo de la Coalición por el Bien de Todos acerca de supuestas anomalías y por las presiones para que el Tribunal Electoral resolviera abrir todos los paquetes electorales del 2 de julio para realizar un nuevo conteo voto por voto, fue subido a la página de videos *You Tube* un video en el que aparecía una escena de la

[105] Ibídem pág. 48.

película de la productora *Dreamworks,* Madagascar. Los autores utilizaron programas de edición de video y audio para realizar una mofa del candidato López Obrador quien, en cuerpo de mapache animado, interpretaba una canción en la que solicitaba el mencionado conteo. En los cuatro meses subsecuentes el video fue bajado de ese sitio 727,772 veces. Ésta fue la tónica de la campaña en Internet en México 2006, que al ser reproducida por un clic movilizó políticamente a millones de mexicanos.[106]

Lo mismo sucedió con el ejemplo que se dio anteriormente de los *spots* que se generaron en contra de Andrés Manuel López Obrador, en los cuales se decía que era "un peligro para México" los cuales se quitaron de la televisión, sin embargo continuaron y continúan hoy en día en las redes sociales especialmente en el *YouTube*.

Estos ejemplo nos muestran la clara relación de los candidatos, partidos y sujetos políticos con el internet y redes sociales, pero más allá de ello es importante señalar la necesidad de la regulación adecuada para el uso de estos nuevos medios de comunicación.

3.2 Rendición de cuentas y transparencia de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos mexicanos y su relación con el uso de internet y redes sociales

Existen dos principios fundamentales en el sistema electoral mexicano, uno de ellos es la equidad y el otro es la transparencia. A través de la transparencia, 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.

[106] Ibídem, P. 38.

En México, todos los Partidos Políticos, tienen su página en Internet, y no sólo eso, sino que tienen una página local o por estado, y otra federal, es decir el ciudadano se ve inmerso en una avalancha no de información fidedigna, organizada puntual, sino de propaganda masiva tendiente a buscar el voto.

Otro punto que se observa en estas páginas electrónicas es la información básica de cada partido, aunque también se hace un extenso uso de las redes sociales, por medio del 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.

Es común el uso de internet y redes sociales, por lo que es fundamental que se regularice también su uso, especialmente a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, para una mejor equidad y transparencia en la democracia, 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.

Esta regulación no solo debe de referirse a la rendición de cuentas en sentido estricto, sino a que los candidatos deben de cuidar en todo momento su campaña, plataforma, así como sus argumentos. Para finalizar, se puede decir, que el uso de Internet en campañas incrementa la responsabilidad de los candidatos y sus partidos hacia el electorado.

Implica una gran responsabilidad de las personas que pretenden acceder a un cargo de elección popular, informar adecuadamente al ciudadano que emitirá su voto el día de la elección. Información que debe ser verdadera, contundente y sobre todo de interés para el electorado; es decir, se agradece más una información acerca de su plataforma o su plan de trabajo para el puesto al que aspira, que información acerca de otro candidato, descalificándolo o proporcionando información no fidedigna.

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 uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propagandas electorales. Para que se puede hacer un buen uso de esta nueva herramienta que brinda comunicación prácticamente sin límites.

En México como se ha mencionado anteriormente, en materia de internet y redes sociales no se cuenta con una normatividad que regule su uso, ya sea la Ley de Transparencia y Acceso a la Información o la ley de Radio y Televisión, entre otras, tan es así que en voz de los Magistrados en materia electoral se puede observar lo siguiente:

"Flavio Galván Rivera, Constancio Carrasco Daza y Salvador Olimpo Nava Gomar, magistrados de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) en el 2012, coincidieron que el proselitismo en redes sociales durante el llamado periodo de reflexión o veda constituye una falta electoral de tipo administrativo; sin embargo no puede ser sancionada puesto que el uso de Internet no está regulado y por lo tanto "está en la conciencia de los ciudadanos" seguir la ley. Se considera una "falta administrativa" violar la ley dijo el magistrado Flavio Galván. Al hacer proselitismo en las redes sociales se "incurre en una conducta ilícita y puede ser sancionada porque está infringiendo las normas de propaganda electoral, no sólo se refiere a candidatos o partidos políticos, se refiere también a simpatizantes". Sin embargo, el magistrado Nava Gomar precisó la imposibilidad de aplicar sanciones: "nosotros no tenemos las herramientas para hacerlo, no está regulado el uso de las redes como tal, ellos estarían cometiendo una falta electoral, pero no hay medidas para evitarlo".[107]

[107] Fuente Resumen de prensa del TEPJF, del día 03 de diciembre del 2012, bajo el título *"Es imposible evitar proselitismo en redes sociales: TEPJF"* disponible en el sitio: http://portal.te.gob.mx/ventana/resumen/45/2012/es-imposible-evitar-proselitismo-en-redes-sociales-tepjf consultado el 16 de junio de 2015 a las 15:12

Como se puede observar este era el criterio que se tenía en el TEPJF en 2012, sin embargo al ir generando mayor movimiento en internet y redes sociales las campañas electorales, como lo que se mencionó anteriormente con el ejemplo de Twitter en la veda electoral por parte del director técnico de la selección mexicana o algunos otros artistas, al hacer este nuevo tipo de campañas electorales, con lo cual se debe de modificar el criterio.

Otro punto importante el cual se indica es que en la declaración de los criterios de los magistrados, señalan que en efecto consideran que existe una falta administrativa, pero que no se tienen los medios para poder sancionar, ya que no tienen una regulación para estos casos por lo tanto está permitido. Por lo cual es importante considerar la regulación del internet y redes sociales en campañas electorales para dar equidad a la contienda.

En consecuencia, la materia de la presente investigación es dar solución a la laguna en materia electoral que existe con respecto al uso de internet y de las redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, en campañas y propagandas electorales que han visto un medio para violar la ley debido a la inexistencia y falta de normatividad generando inequidad en la contienda electoral.

3.3 Campañas electorales por medio del uso de internet y redes sociales a la luz de la protección de los derechos fundamentales, libertad de expresión.

Uno de los principales elementos que definen a un régimen político moderno como democrático es la celebración de elecciones auténticas y periódicas. Las elecciones son el mecanismo mediante el cual los ciudadanos pueden nombrar a sus representantes en el gobierno. Como parte de un sistema electoral, en el cual todo tiene un proceso, la materia electoral también lo tiene y marca una serie de procedimientos perfectamente definidos para la elección de candidatos a cargos de elección popular.

En México, las elecciones federales tienen el propósito de renovar a los legisladores integrantes del Congreso de la Unión, y de elegir al Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

Como mecanismo inequívoco de la actividad electoral, están presentes las campañas electorales, en las cuales los diferentes candidatos, tratarán de colocarse en la preferencia de los electores, ya sea por medio de slogan, canciones, imágenes o incluso colores. Dentro de esta competencia, se puede observar la delgada línea entre la libertad de expresión y difamación, falacias incluso la llamada propaganda negra.

Si bien es cierto que existe una legislación en materia electoral encargada de regular el proceso electoral, también lo es que siguen existiendo lagunas jurídicas, las cuales, dan paso a campañas negras o reglas no claras dentro de las mismas; entre estas se puede mencionar la nula reglamentación acerca del uso de internet y redes sociales en las campañas electorales y propagandas.

Al hablar de regulación de internet, en muchos casos se intenta argumentar que se atentaría contra la libertad de expresión, sin embargo solo se propone poner en igualdad de circunstancias a todos los actores políticos de acuerdo a los principios de igualdad y equidad que son parte medular del sistema electoral mexicano, al difundir su propaganda electoral a través de las distintas redes sociales, el estudio pretende evitar los principales problemas que se han detectado en ellas como: campañas negras, actos anticipados de campaña, difusión e invitación a votar por un partido o candidato político en tiempos de veda electoral, etcétera.

La Sala Superior del TEPJF ha sostenido que una de las fases de mayor relevancia en la etapa de preparación del proceso electoral es la correspondiente a las campañas electorales, pues estas constituyen la actividad más intensa en la relación de comunicación entre las organizaciones partidistas y los ciudadanos, ya que mediante ellas se proporcionan a los electores los elementos necesarios para

la emisión de un voto informado, con conocimiento de los programas de gobierno.[108]

Por otro lado, si partimos de la idea más sencilla considerando al conjunto electoral como un sistema, y más aún lo descomponemos, se puede observar que una de sus partes fundamentales es la comunicación, en este caso en particular, la comunicación de los partidos políticos, candidatos o gobernadores con el electorado o población. En conclusión, la comunicación y la información son parte fundamental del sistema electoral mexicano.

Se puede decir que la campaña electoral, tiene como finalidad comunicar programas e ideas, movilizar simpatizantes, e influir y politizar a la población en el sentido de captar sus preferencias políticas. Cabe señalar que además de los partidos políticos en las campañas electorales participan también, candidatos independientes, frentes, coaliciones, movimientos políticos. Al respecto en la legislación vigente (LGIPE) se menciona:

> *CAPÍTULO IV*[109]
> *De las Campañas Electorales*
> *Artículo 242.*
> *1.* ***La campaña electoral****, para los efectos de este Título,* ***es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto.***
> *2. Se entiende por actos de campaña las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los candidatos o voceros de los partidos políticos se dirigen al electorado para promover sus candidaturas.*
>
> *3. Se entiende por* ***propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.***

[108] Valoración de la fase de la campaña electoral realizada por la Sala Superior del TEPJF en el Dictamen relativo al cómputo final de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y declaración de validez de la elección de Presidente Electo, correspondiente al proceso electoral 2005-2006, p. 53.
[109] Nota del autor: Las negritas son propias.

> *4. Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.*
>
> *5. Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como* ***los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social****, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.*

Tanto en campaña electoral como la propaganda electoral, es posible difundir los mensajes en lo que la propia constitución señala como medios de comunicación social, entendiéndose por estos a radio, televisión y medios impresos, sin embargo hoy por hoy estos mensajes se difunden no sólo en estos medios, sino también en internet y redes sociales, por lo cual para dar equidad en la contienda electoral, se propone que la definición constitucional de medios de comunicación social, también se enfoque el internet y redes sociales.

Hoy en día, “el sistema electoral como pieza central de la democracia de nuestro país, se ve inmerso en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación, especialmente el internet y redes sociales, ya sea desde las precampañas y campañas electorales, o desde mucho antes en un intento de posicionar la imagen. Sin embargo, resulta necesario explorar los límites y cuestiones específicas del uso internet y redes sociales, en los procesos electorales, para observar que no se pierda la equidad en la contienda y no se violen los preceptos asentados que forman parte del sistema electoral de México”.[110]

---

[110] Ayala Sánchez, Alfonso, “*Democracia en la era Digital*”, UNAM-IIJ, Congreso del Estado de Veracruz, México, 2012, pág. XV.

El internet es un medio de comunicación que favorece la construcción horizontal de la opinión pública. Su propia estructura ofrece la posibilidad de potenciar la participación y acercar a los electores a los candidatos que aspiran a gobernarlos. Antes de continuar es importante llegar a un concepto más: libertad de expresión.

La libertad de expresión es un derecho fundamental o un derecho humano, señalado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, y las constituciones de los sistemas democráticos, también lo señalan. De ella deriva la libertad de imprenta también llamada libertad de prensa.

El derecho a la libertad de expresión es definido como un medio para la libre difusión de las ideas. En este orden de ideas, la libertad de expresión en internet se refiere a las condiciones que deben cumplirse en este medio de comunicación. En junio de 2011, la Organización de los Estados Americanos adoptó la Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet, que dice:

1. Principios generales

a. La libertad de expresión se aplica a Internet del mismo modo que a todos los medios de comunicación. Las restricciones a la libertad de expresión en Internet solo resultan aceptables cuando cumplen con los estándares internacionales que disponen, entre otras cosas, que deberán estar previstas por la ley y perseguir una finalidad legítima reconocida por el derecho internacional y ser necesarias para alcanzar dicha finalidad (la prueba "tripartita").

b. Al evaluar la proporcionalidad de una restricción a la libertad de expresión en Internet, se debe ponderar el impacto que dicha restricción podría tener en la capacidad de Internet para garantizar y promover la libertad de expresión respecto de los beneficios que la restricción reportaría para la protección de otros intereses.

c. Los enfoques de reglamentación desarrollados para otros medios de comunicación —como telefonía o radio y televisión— no pueden transferirse sin más a Internet, sino que deben ser diseñados específicamente para este medio, atendiendo a sus particularidades.

d. Para responder a contenidos ilícitos, debe asignarse una mayor relevancia al desarrollo de enfoques alternativos y específicos que se adapten a las características singulares de Internet, y que a la vez reconozcan que no deben establecerse restricciones especiales al contenido de los materiales que se difunden a través de Internet.

e. La autorregulación puede ser una herramienta efectiva para abordar las expresiones injuriosas y, por lo tanto, debe ser promovida.

f. Deben fomentarse medidas educativas y de concienciación destinadas a promover la capacidad de todas las personas de efectuar un uso autónomo, independiente y responsable de Internet ("alfabetización digital").[111]

Partiendo de estos conceptos, que nos brinda la Organización de Estados Americanos, es importante señalar que para poder alcanzar estos objetivos la campaña electoral se basa en medios de información, -ya no solo de comunicación- las formas tradicionales de hacer campaña, se van mejorando con las nuevas tecnologías es decir, ya no solo es el acto político, sino la repetición de ese acto por medio de Internet, por ejemplo un candidato hace un acto de campaña en el cual habla acerca de la educación, ahí lo vieron 1000 personas presentes. Sin embargo por medio de internet específicamente el canal de videos *You Tube*, se hacen cerca de 50,000 reproducciones en dos días, por lo cual se puede ver el alcance de esta repetición o de la nueva forma de acceder a la información. “La Sociedad de la Información comprende un uso masivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación para difundir el conocimiento y los intercambios de una sociedad”.[112] “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”.[113]

---

[111] Información disponible de la Organización de Estados Americanos, *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión e Internet* http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=849&lID=2, consultada el día 30 de abril de 2015.
[112] Téllez Valdés, Julio, *Op.* Cit. p. 6.
[113] Villanueva Villanueva, Ernesto, Op. Cit., p. 61.

Al estar presentes en estos medios de información, los candidatos, partidos y en general los políticos tienen una campaña casi permanente perdiendo la marcación fija de los tiempos permitidos. Es decir, al estar compartiendo la misma información usuarios ajenos a los candidatos ésta, puede fluir de manera casi sistemática y sin que sea responsabilidad del candidato.

Como es de observarse, el internet es una herramienta llena de virtudes las cuales son bien aceptadas por el sistema electoral mexicano, sin embargo se deben poner límites a esta libertad de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, en atención a respetar el propio derecho que envuelve el internet y su capacidad para comunicar la información, su capacidad para acortar distancias, la oportunidad que presta para crear foros de discusión donde se ponen temas de actualidad, el derecho de la población para manifestarse libremente, no debe de verse interrumpido por el contenido de campañas negras o mal intencionadas orquestadas desde un punto distinto a la sociedad, es decir los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

La campaña electoral realizada en Estados Unidos de América, por Barack Obama en el 2008, fue una campaña digital a través de las redes sociales, esta innovación en el uso de estas herramientas, generó una gran aceptación entre los ciudadanos ya que la comunicación parecía fluir directamente entre ellos y el candidato.

Como ya se mencionó anteriormente, el internet y redes sociales pueden lograr una verdadera comunicación entre el candidato y sus representados o ciudadanía en general, como la que logró obtener el candidato Pedro Kumamoto, al establecer en las redes sociales de internet grupos de trabajo que estaban presentes en las calles.

Por otro lado, y en el sentido de lo que no se debe de hacer con respecto a la utilización de Internet con fines electorales, y que necesitan una pronta regulación y sobre todo sanción para la propaganda negra que está prohibida en la legislación vigente en medios tradicionales (radio, televisión), pero en Internet, la

prohibición queda sujeta a la interpretación de los consejeros y esta interpretación roza con la delgada línea entre la libertad de expresión y la legalidad.

En este sentido, el reto de los partidos políticos es el de evolucionar con la sociedad, la cual demanda mayor comunicación entre ellos y que hasta el momento ha existido una lenta reacción de estos grupos políticos que han dejado de representar los intereses de los ciudadanos, ya que los intereses de éstos han cambiado y los partidos políticos no han sabido generar mecanismos de escucha adecuados a la realidad actual.[114]

En este orden de ideas, y continuando con la tesis central del presente trabajo de investigación, que radica en subsanar la laguna jurídica en materia electoral, sobre el uso de internet y redes sociales en campañas electorales, sin dejar de observar la libertad de expresión en las campañas electorales, haciendo un mayor énfasis en respetar ésta libertad de expresión en los ciudadanos.

No basta con generar una regulación, sino que esta regulación sea efectiva y llene las expectativas de las nuevas campañas electorales así como de los nuevos electores los cuales se encuentran ávidos de información fidedigna acerca de los candidatos los cuales los representaran en los puestos de elección popular.

"El concepto de participación mediante nuevos medios implica también la comprensión política del otro en el proceso democrático, por ende su inclusión y respeto como actor político".[115] Los nuevos medios y sus posibilidades interactivas tienen un valor adicional que exige de los políticos coherencia, compromiso y transparencia, es decir, que tienen memoria. La participación exige del mismo modo, continuidad en la ejecución de los proyectos políticos, los compromisos de campaña y la atención a las demandas y opiniones de una ciudadanía diferenciada y diversa.

---

[114]Asociación de Comunicación Política , ACOP, Coord., "*Hacia una profesionalización de la comunicación política en México. Retos y desafíos para conformar gobiernos cercanos a la sociedad*", Sola Villalobos, Rodrigo, "*Actualidad y Futuro en la Comunicación Política*", H. Cámara de Diputados LXII Legislatura, Miguel Ángel Porrúa, Asociación de Comunicación Política, México, 2013, pág. 217

[115] Meneses Rocha, Op. Cit p. 25

Las reformas en materia político-electoral de 2007 y 2014, no contemplan dentro de su contenido un apartado que regule las campañas electorales en Internet y redes sociales. Las decisiones de sobre los contenidos publicados en Internet, redes sociales, *You Tube* incluido, recaen sobre los Consejeros del IFE.

A manera de conclusión del presente apartado, se puede indicar que el Internet y las redes sociales, es la figura más novedosa y compleja en la cual se ostenta la libertad de expresión, tan es así que como figura jurídica es muy difícil su regulación ya que se puede trasgredir el principio máximo de libertad de expresión. Sin embargo para dar equidad en las contiendas electorales es necesaria la regulación específica sobre el uso de estos medios electrónicos en materia electoral. Esta regulación debe de ser muy clara y precisa, ya que el ciudadano tiene el derecho a la información y más aún si esta es de la persona o partido político que lo va a gobernar, ya que la información es poder. Aunque nos enfrentamos a un nuevo problema: la educación del ciudadano, ya que no basta con obtener la información sino entenderla y saberla aprovechar.

La reforma de 2014, pasó por alto el uso de estas nuevas herramientas en materia electoral, ya que se cubre solamente el espacio de la rendición de cuentas o en la transparencia de la información al notificar a las autoridades las páginas de internet “oficiales”, sin que con ello se hagan acreedores a auditorias o sanciones por las propias autoridades electorales. Por último, en este orden de ideas se puede observar la importancia de los medios de comunicación e información en las campañas políticas electorales, las cuales generan un vínculo entre los ciudadanos y los candidatos a puestos de representación popular, en esta comunicación política sin embargo, a pesar de la importancia no se ha legislado la forma idónea o correcta de hacer uso de estas tecnologías, ya que al hacer una ponderación de principios; siempre surge el principio de la libertad de expresión como derecho fundamental, por lo que los actores políticos siguen utilizando a su favor estas lagunas jurídicas, evitando regular el vacío.

Capítulo IV Regulación del uso de internet y redes sociales, de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en las campañas y propagandas electorales

En este capítulo, se recapitula, el uso de internet y redes sociales en las campañas y propagandas electorales, en especial se observará la propuesta por medio de la cual, se pretende dar solución a la laguna jurídica existente en materia electoral.

Como se ha señalado previamente, el sistema electoral mexicano no cuenta con ningún artículo o ley específica respecto a internet y las redes sociales, de ahí deriva la importancia de este trabajo de investigación, al proponer dentro de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales las pautas necesarias para el uso adecuado de estas nuevas herramientas de comunicación que están modificando el modelo de comunicación política.

Tal es el caso de la Ley General en Materia de Delitos Electorales, que en su artículo 7 fracción XV, señala que se impondrá una sanción a quien durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas, publique o difunda por cualquier medio los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos; y por cualquier medio se interpreta también al internet y redes sociales, sin embargo al no estar totalmente explicita la interpretación puede ser restringida y sólo ser referencia a radio y televisión.

Siguiendo la metodología marcada por la investigación, en el presente capítulo es en donde se exponen los beneficios de contar con una ley completa y adecuada para así generar equidad en la contienda. Por lo que es necesario que estos nuevos medios de comunicación cuenten con la regulación adecuada. Es por ello, que se plantea la regulación del uso de internet y redes sociales, de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en las campañas y propagandas electorales.

4.1 Avances tecnológicos en materia electoral

Como se ha observado, el sistema electoral presenta una evolución tecnológica en sus herramientas, sin embargo la democracia a nivel internacional, también se ve inmersa en este gran cambio evolutivo, cada vez es más recurrente escuchar términos como e-democracia, voto electrónico, urnas electrónicas, participación electrónica, voto por internet, democratización electrónica y, por supuesto, campañas electorales por internet y redes sociales.

Estos conceptos aunque pudieran parecer desconocidos, están siendo utilizados con mayor frecuencia en las democracias internacionales, y siguen surgiendo nuevos conceptos. Estas ideologías que están siendo aplicadas al Derecho Electoral para dar a la democracia los principios de equidad, certeza, en las contiendas electorales.

Por participación electrónica se entiende a la utilización de Tecnologías de la Información y Comunicación para promover la participación ciudadana, en este punto las autoridades electorales en México, nos dan la pauta para el uso de las TIC´s ya que desde sus diferentes portales en internet tanto el INE, TEPJF, FEPADE y los propios Organismos Públicos Locales promueven la participación ciudadana ya sea con una denuncia por internet, comentarios, entre otros.

Como se ha mencionado, durante los diferentes procesos electorales que han surgido desde el año 2000, independientemente de que hayan sido intermedios o no, se pudo observar como los partidos políticos hicieron uso de internet y redes sociales para posicionarse en la preferencia del elector. Utilizaron éstos nuevos medios no sólo para posicionarse, sino como medio principal para dar a conocer sus propuestas y tener acercamiento con el electorado, si como el medio por el cual se ha modificado el modelo de comunicación política que se conocía hasta entonces.

Sin embargo no es la única forma de uso de internet y redes sociales, en México, dentro de la materia electoral se puede mencionar al voto electrónico, en un interesante artículo, Marco Antonio Baños, comparte los ejercicios realizados en México, a nivel de los estados de Baja California, Chiapas, Coahuila, Distrito Federal, estado de México, Jalisco, San Luis Potosí, Sinaloa, Yucatán, Zacatecas el cual se está implementado en Chihuahua y la Ciudad de México.[116]

4.1.1 Voto electrónico

Uno de los temas de actualidad es el voto electrónico dentro del Derecho Electoral, lo cual es una manifestación de la penetración latente de las TIC´s como herramientas de la Democracia moderna. Esta modalidad del voto, demuestra que día a día se busca perfeccionar el sufragio, siempre y cuando se respeten sus principios; es decir que sea universal, libre, igual, directo y secreto. Al ser una medida de estricta seguridad y se presume la inviolabilidad de este tipo de voto, podría brindar una mayor certeza a los comicios al dejar de existir: “las urnas embarazadas”, “el efecto carrusel”, “el robo de votos” “calificaciones inciertas a los votos” entre otros problemas.

En este orden de ideas, se puede observar que se ha presentado un incremento en la posibilidad de la participación política para dar lugar a lo que algunos llaman como “la democracia electrónica”. La evolución de la información y el conocimiento, aunado a la llamada globalización, han creado una nueva brecha: la brecha digital, además de las ya conocidas (ricos-pobres, jóvenes-ancianos, norte-sur). Por lo cual, resulta necesario explorar los límites y cuestiones específicas del uso de las TIC´s, en los procesos electorales, para observar que no se pierda la equidad en la contienda y no se afecte el sistema electoral de México.

---

[116] Baños, Marco Antonio. Instrumentos electrónicos de votación: el futuro de los procesos electorales, de la consolidación de la democracia en México y de la transparencia electoral. En: Democracia en la era digital/Coord. Alfonso Ayala Sánchez: México, UNAM, IIJ, LII Legislatura H. Congreso del Estado de Veracruz, 2012. Consultado en http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/7/3191/21.pdf, el día 20 de mayo de 2016

Cabe mencionar que para que una democracia funcione, los procesos electorales deben de ser limpios, transparentes y sus resultados incuestionables.

La exigencia de producir transparencia, seguridad y disminución de los costos de los procesos electorales ha encontrado en la utilización de la tecnología un método que permite mejorar la realización de dichos procesos. Como ya se ha observado anteriormente se puede decir que las campañas electorales por internet y redes sociales, al igual que la promoción del voto por internet y la implementación del voto electrónico, son referencias ciertas de que la Democracia se ayuda de las nuevas tecnologías para dar certeza.

Como parte fundamental de la actividad electoral, nos encontramos con el voto. Si bien es cierto que existe una legislación en materia electoral, la cual define el voto y lo clasifica, también lo es que actualmente se están generando nuevas formas de emitir este voto, como lo es el voto electrónico, el cual en algunos países como España, Alemania, Brasil ya está funcionando.

Por voto electrónico se entenderá: "aquel que se ejecuta sirviéndose de algún dispositivo electrónico y que se realiza en forma automática en una urna electrónica o en una pc. De la misma manera, el conteo de votos es inmediato, posibilitando el escrutinio y entrega de resultados en corto tiempo".[117]

Es importante señalar que el voto electrónico, actualmente está reformando los sistemas electorales internacionales, generando economía, en las elecciones de funcionarios, además al tener un margen de error diminuto, lo cual genera mayor certeza jurídica.

En este orden de ideas, se pude definir para efectos del presente trabajo al voto electrónico como: "el conjunto de acciones realizadas por la autoridad electoral, el elector y los funcionarios de casilla destinadas a emitir su sufragio, efectuar el

[117] Nohlen Dieter, *Tratado de Derecho Electoral comparado de América Latina,* 2° Ed., IIDH-IFE-TEPJF, México, 2007, p. 953.

cómputo de la votación y transmitir los resultados electorales a través de medios informáticos”.[118]

En los procesos electorales, se manejan una cantidad ilimitada, de datos, padrones electorales, planificación electoral, inscripción de candidaturas, impresiones de materia electoral, votación, digitalización de actas de resultados, estadísticas, por mencionar algunos.

El voto electrónico produce un impacto significativo en el proceso electoral, ya que entre otras cosas: elimina las boletas de votación, padrón electoral impreso, cartas electorales, elimina votos por error, error material, disminuye el tiempo de entrega de los resultados, reduce personal eventual y ahorra presupuesto público a mediano plazo.

Al usar el voto electrónico se transforma totalmente la acción de emitir su voto, ya que en vez de encontrarse en la típica casilla, con tintas indelebles, mesas directivas, cubículos de votación, entre otros, la forma de emitir el voto es frente a una *PC* y un *mouse*, una pantalla sensible al tacto, o una máquina a través del cual emitirá su voto.

La utilización de la tecnología informática en el sufragio y conteo de los votos permite la eliminación de los votos por error, es decir, de los votos nulos y viciados, reduce la posibilidad de fraude en las mesas de votación, permite la disminución significativa del tiempo de entrega de los resultados, elimina la demora y posibles errores materiales en el escrutinio. En la gran mayoría de los casos reduce la cantidad de mesas de votación y de miembros de la mesa.

En este punto cabe aclarar, que si bien es cierto el voto electrónico ayuda a eliminar el margen de error en el voto, entendiéndose por éste a cuando el ciudadano marca más de dos casillas, o se sale del recuadro, o alguna situación similar en la que los funcionarios de casilla se ven ante la posibilidad de anular dicho voto, situación que no pasa así con el voto electrónico, ya que en este caso solo es permitido marcar una sola casilla sin posibilidad al error.

[118] Romero Flores, Rodolfo, Op. Cit., página 8.

Sin embargo también se podría pensar en que el voto electrónico vulnera el derecho del ciudadano a anular su voto, con lo cual también se emite una opinión que manifiesta estar en desacuerdo con los candidatos o con los representantes que están plasmados en la boleta, y lo cual manifestaría a través de la anulación de su voto, sin embargo al no haber posibilidad de anularlo por internet o electrónicamente, se deja en estado de indefensión ya que no se le brindan las mismas oportunidades que en la boleta clásica de papel.

Situación que tal vez se podría subsanar al aumentar una casilla dentro de la boleta electoral con la posibilidad de anular dicho voto a elección del ciudadano.

En otro punto referente al voto electrónico, en su modalidad de voto por internet, se puede señalar que en la Ciudad de México ya se hizo este tipo de ejercicio democrático en los años 2012 para elegir el jefe de gobierno, 2013 consulta ciudadana sobre presupuesto participativo y 2016 consulta ciudadana sobre presupuesto participativo.

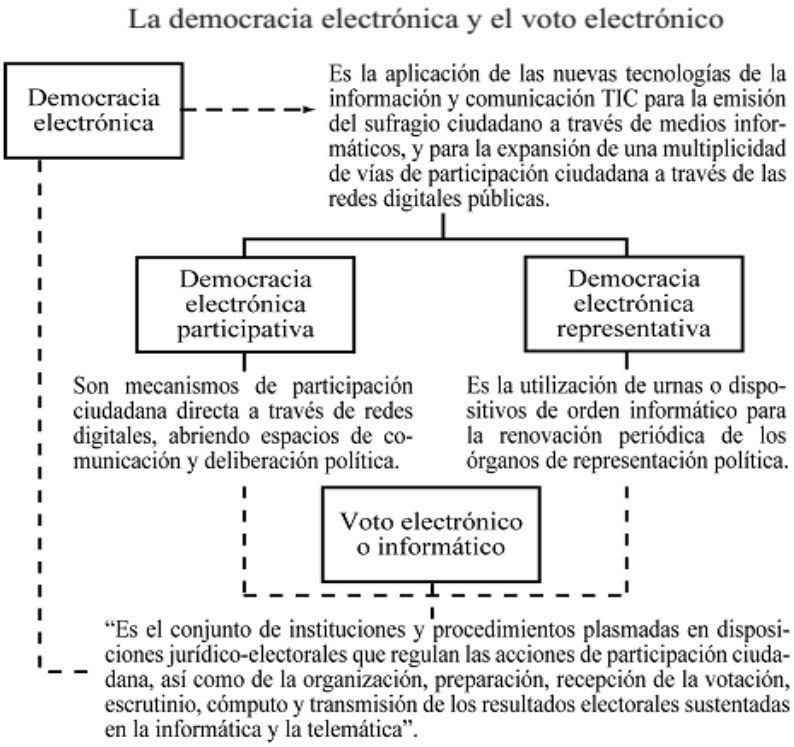
Por otro lado en Querétaro el pasado 16 de octubre de 2016 en el municipio El Marqués, se realizó una consulta ciudadana, plebiscito sobre el servicio público de limpia y manejo de residuos sólidos, el cual se realizó a través de la urna electrónica,[119] basándose en el modelo jalisciense quien ya cuenta con ésta nueva tecnología.

4.1.1.1 Elementos del Voto Electrónico

A continuación trataremos de distinguir todos los elementos del voto electrónico por medio de un mapa conceptual, tratando de explicar cada uno de ellos:

[119] Información consultada en la página del Instituto Electoral del Estado de Querétaro, el día 01 de septiembre de 2016, http://ieeq.mx/contenido/micro/2016/participacionciudadana/tecnologia.html

Mapa conceptual.[120]



Se puede distinguir que la democracia electrónica y el voto electrónico van concatenados, es decir, no puede existir uno sin el otro, debido a que los dos dependen de las nuevas tecnologías de la información y esto ha provocado una evolución de dichos conceptos; pero la finalidad es la misma: proteger los derechos políticos electorales de los ciudadanos dando como resultado mayores beneficios tanto como en costos, certeza, eficacia y rapidez.

Asimismo, algunos países han implementado la votación por internet, que es una modalidad del voto a distancia. El voto por internet ha cobrado popularidad y ha sido usado para elecciones gubernativas y referéndum en el Reino Unido, Estonia y Suiza, así como también en elecciones municipales en Canadá y elecciones partidarias primarias en los Estados Unidos y Francia.

[120] Romero Flores, Rodolfo, Op. Cit. página 10.

4.1.1.2 Características del voto electrónico

En América Latina tanto los electores como las organizaciones políticas exigen de los organismos electorales tres puntos que cada vez se tornan más rigurosos:

- "Un nivel adecuado de aceptación social frente a las nuevas tecnologías aplicadas al ámbito electoral.
- Factibilidad técnica que colme los requisitos constitucionales y legales en el ejercicio del sufragio público.
- En especial, que resulte atractivo políticamente para los diversos actores en un contexto democrático". [121]

Para el Estado estos recursos son limitados y costosos. Pero no dejan de observar que dentro de las características de las votaciones se deben observar:

- "Un proceso sencillo, conveniente y amigable que aliente a cada ciudadano responsable a expresar sus preferencias.
- Los sistemas de votación deben ser designados para determinar la intención del elector, hasta el punto que sea humanamente posible.
- Los métodos de votación para elecciones generales y especiales deben cumplir con estándares uniformes que garanticen un proceso justo, confiabilidad y la protección del derecho al voto.
- Mientras el proceso de votación debe ser *privado* e individual, el proceso de escrutinio de resultados debe ser *público*, abierto, transparente, y fácilmente documentado para así garantizar la confianza del público y los resultados".[122]

---

[121] Ibídem p.11.
[122] Téllez Valdez, Julio, "Voto electrónico", Serie de Temas selectos de Derecho Electoral; 14, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2010, página 11.

Plantearse el problema, discutir, probar y aplicar el sistema de voto electrónico ha sido el camino recorrido por una serie de países que respondieron a las exigencias de la complejidad de los sistemas electorales y a la necesidad de obtener resultados rápidos y confiables.

Entre las características del voto podemos mencionar las siguientes:

- Auténtico. Sólo los votantes autorizados electrónicamente pueden votar.
- Accesibilidad. Que permita ejercer el voto a personas con diversidad funcional o discapacitados.
- Anónimo. No se puede relacionar un voto con el votante que lo ha emitido. Este es un requisito que aparece en casi todos los posibles escenarios. Su cumplimiento suele conllevar o bien el concurso de varias TTP o el uso de mecanismos criptográficos avanzados basados en firmas ciegas, secreto dividido, etcétera. El uso de tarjetas inteligentes de diseño específico puede aportar soluciones interesantes para escenarios sensibles como son los de elección entre propuestas predefinidas.
- Certificable o auditable. Tanto la solución tecnológica como sus componentes de hardware o software debe ser abierta e íntegramente auditables antes, durante y después de su uso.
- Comprobable. Los sistemas deben poder comprobarse por parte de las autoridades electorales, para que pueda constatarse que cumplen con los criterios establecidos.
- Código abierto. De forma que las autoridades electorales y, si es el caso, el ciudadano en general puedan obtener detalles de su funcionamiento (*hardware* y *software*).
- Costo reducido. En general se expresa por expertos que los procesos electorales son caros, costosos; por lo que se intenta utilizar las TIC para su simplificación, mejora y abaratamiento.

- Confiabilidad. Los sistemas utilizados deben trabajar de modo seguro siempre, sin que se produzca pérdida de votos e incluso en casos extremos.[123]

Para que el voto electrónico sea aceptado, debe de garantizar que ninguna persona no autorizada (*hackers* o administradores corruptos) modifiquen el contenido del voto. Garantizar la elección, aun cuando el día de la jornada electoral no haya suministro de luz, falla en el *software*, o contra los virus.

No es inútil reiterar que la perspectiva actual en torno a la aplicación de tecnología electoral para receptar el voto público, no dista de su concepción inicial prevista en 1892, esto es: evitar irregularidades electorales, facilitar el escrutinio y cómputo de los funcionarios electorales y simplificar la selección de la opción política del votante; sólo habría que considerar que en las condiciones presentes con las que se desarrollan los procesos comiciales en un marco de alta competencia electoral y márgenes estrechos de votación, el voto electrónico o informático debería garantizar adicionalmente celeridad, seguridad, confiabilidad y certeza en los resultados electorales.

"En particular, la celeridad y certeza en la comunicación de los resultados de los comicios propician entre el electorado confianza en las instituciones y procedimientos electorales, aunado a una percepción de legalidad en los procesos electorales; situaciones que producen legitimidad y estabilidad política y, por ende, gobernabilidad".[124] En los países donde se implementa el voto electrónico las agrupaciones participantes tienen la oportunidad de estudiar el código fuente del *software* y comprobar que no existen rutinas veladas que pudieran favorecer o inclinar la balanza a favor de algún candidato.

[123] Ibídem, p. 11.
[124] Ibídem p 19.

4.1.1.3 Avance del voto electrónico en México

La inclusión de nuevas tecnologías en el campo electoral es un proceso que lleva varios años de aplicación y que se encuentra, además, en constante evolución. Sin embargo, un aspecto novedoso en esta materia es el "voto electrónico entendido de manera simple como el acto de sufragar con distintos dispositivos electrónicos tales como, una computadora, escáneres ópticos, máquinas electrónicas de votación, etc".[125]

Este nuevo sistema de votación debe de ser delicadamente aceptado, por el elector, ya que en países como los europeos donde su población es de gente grande (adultos mayores), tienden a la resistencia de estos nuevos tipos de votación por no estar acostumbrados ni ambientados con las computadoras, por lo que les genera incertidumbre. En América latina este tipo de nueva votación tiene mayor aceptación ya que la mayoría de los votantes son jóvenes. En México el principal problema de este tipo de votación es la credibilidad, la certeza y la confianza que el ciudadano tenga en este sistema ya que los fraudes, urnas embarazadas o algunas conductas de los partidos políticos como "el carrusel", "las golondrinas", "ratón loco" entre otras, las cuales generan incertidumbre en el electorado, motivo por el que no se tiene plena confianza en este modelo de votación.

En la actualidad, la interrelación gobierno electrónico, democracia, electrónica-voto informático pueden hacer posible, incluso en democracias consideradas como de gran escala que se simplifique la toma de decisiones de la ciudadanía. "Sin embargo, algo fundamental en las diversas iniciativas de convergencia tecnológico-electorales vinculadas con el voto electrónico es precisamente que el aspecto técnico garantice de manera irrestricta el cumplimiento de los requisitos constitucionales y legales del voto público y más aún, que no deje lugar a suspicacia alguna en el procesamiento del fiel reflejo de la voluntad ciudadana

[125] Tula, María Inés, "Democracia, Elecciones y Nuevas Tecnologías. El Voto Electrónico", Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública, México, Volumen 1, número 2 julio-diciembre 2012. P. 9-21

expresada ahora por medios informáticos”.[126] Existen desventajas en el voto electrónico, para la población analfabeta o vernácula parlante, sin embargo, todo indica que la enorme capacidad visual que ofrecen estas opciones de votación pueden facilitar los consiguientes procesos de capacitación.

También se tiene miedo a la pérdida de empleos, el miedo al cambio aunado a que las elecciones son políticamente sensibles. Por esto es que la implementación del voto electrónico tendrá una mayor aceptación en los ambientes políticos maduros, con gran estabilidad en sus procesos electorales. “Una de las grandes oportunidades que tiene el voto electrónico para permear en la sociedad es la capacitación y difusión del mismo. Esto con la intención de probar a la ciudadanía su eficacia y su certeza jurídica. Es común a toda las tecnologías desarrolladas en la era digital: la indefensión ante maquinas complejas que el usuario difícilmente puede entender su funcionamiento en su totalidad”.[127]

Las legislaciones actuales, solo hacen referencia a votaciones manuales. Por lo tanto se requieren de reformas electorales que planteen la introducción de nuevas definiciones, redefiniciones de conceptos tradicionales y reconocer la necesidad de la educación de los ciudadanos. Y más aún no sólo reconocer la realidad de las tecnologías de la información y la comunicación en el Derecho Electoral, sino innovar con su regulación tal es el caso del uso de internet y redes sociales en las campañas electorales y el voto electrónico, sólo por mencionar algunos puntos.

Además de esto, se tendría que hacer una campaña de educación cívica hacia el ciudadano para ir integrando estas nuevas tecnologías a la vida electoral, es decir introducirlas al conocimiento desde la escuela tal vez ir planteando su confiabilidad y certeza, además de usar este tipo de votación ya sea por internet o por urnas electrónicas en elecciones locales, como ya se está realizando en consultas ciudadanas, para que vaya generando aceptación, así cuando este la posibilidad de emitir un voto en una elección federal como de presidente, se realice con plena confianza.

---

[126] Téllez Valdés, Julio, “Voto electrónico” Op. Cit. p. 10.
[127] Ayala Sánchez, Alfonso, Op. Cit. p. 48.

Incorporar nueva tecnología para propósitos electorales puede incrementar los costos o disminuirlos, dependiendo de la nueva tecnología en comparación con el sistema al que intenta remplazar. La nueva tecnología también puede acarrear beneficios no monetarios, como mejoras en la prestación del servicio o en la transparencia.

En México, el entonces Instituto Federal Electoral (IFE) de México manifestó su intención de impulsar el voto electrónico en el país. Tan es así que en el proceso electoral de 2006, se estaba considerando utilizar el mecanismo de la boleta electrónica, creado por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Coahuila, para que a través de internet, desde una cafetería o una oficina, pudieran votar los mexicanos que residen en el extranjero.

Con miras a generar un salto a la tecnología con el voto electrónico y abandonar el sistema tradicional, la sociedad y las instituciones en México, enfrentan una desconfianza por no conocer cómo opera y cuáles son sus mecanismos de seguridad.

En este orden de ideas, es importante señalar la actividad que recientemente ha tenido el Instituto Electoral del Distrito Federal, ya que de en 2012 lanzo el voto por internet donde 4,190[128] ciudadanos del Distrito Federal con residencia en el extranjero, pudieron ejercer su derecho al voto mediante esta modalidad. Se le conoció también como “Voto Chilango”, y fue un parteaguas en la organización de las elecciones, además de marcar nuevas tendencias en la forma de emitir voto, o por lo menos en México.

Aunque ya se habían realizado pruebas anteriores, en esta ocasión al evaluar el voto por internet por medio de una contraseña la cual se entrega mediante un registro previo que permite votar en la plataforma, para este punto existe un listado llamado Lista Nominal de Electores del Distrito Federal Residentes en el Extranjero (LNEDFRE), de los cuales 2,465 contaban con esta contraseña por lo

[128] Información consultada en la página del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los boletines de información referentes al voto por internet. 30 de agosto de 2016 http://www.iedf.org.mx/index.php/boletines-y-comunicados/2132-inicia-iedf-voto-por-internet

que pudieron acceder a votar por internet. En este ejercicio de participación ciudadana el Instituto Electoral del Distrito Federal pudo observar el funcionamiento de esta plataforma, ya que en elecciones anteriores se había tomado en cuenta a la urna electrónica, siendo el voto por internet el elegido.

Mientras tanto el 01 de septiembre de 2013, se realizó la elección de los Comités Ciudadanos y Consejo de los Pueblos 2013 y la Consulta para el Presupuesto Participativo 2014, en donde un total de 878 122 mil personas ejercieron su voto. De los cuales 137, 249[129] votos fueron emitidos por vía internet. Con lo cual se observa un incremento en el uso de esta tecnología, lo que indica una mayor aceptación en esta modalidad.

En este orden de ideas el 04 de septiembre de 2016, nuevamente la Ciudad de México llevo a cabo la elección de los Comités Ciudadanos y Consejo de los Pueblos 2016 y la Consulta para el Presupuesto Participativo 2017, sin embargo hubo modificación en cuanto al sistema haciéndolo más complejo ya que además del pre-registro se le hace llegar al ciudadano una clave única a su domicilio para poder votar, lo que prevé que baje el número de votantes. “Durante la reunión de trabajo encabezada por el presidente de la Comisión de Gobierno de la ALDF, Leonel Luna Estrada, el consejero indicó que actualmente Iztapalapa lleva 792 pre registros, Venustiano Carranza 726, Iztacalco 181, Xochimilco 84, Gustavo A. Madero 81, Cuajimalpa 34, Tlalpan 23, Cuauhtémoc 22, Álvaro Obregón 15, Miguel Hidalgo 12, Tláhuac 11 y Milpa Alta 6 pre-registros, respectivamente. Por su parte, la consejera Olga González, dijo que el “voto electrónico no es más caro, es más barato. Estamos hablando de que cuesta máximo entre 13 y 14 pesos por clave entregada”.[130]

---

[129] Información obtenida del Aldaz, Phenelope, UNIVERSAL, de fecha 03 de septiembre de 2013, en la página http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2013/impreso/aumenta-votacion-en-elecciones-vecinales-118621.html consultado el día 02 de agosto de 2016

[130] Información obtenida de Guillen, Patricia, DIARIO DE MÉXICO, de fecha 11 de agosto de 2016, en la página http://www.diariodemexico.com.mx/i_e_d_f-preve-baja-participacion-sistema-electronico-votacion-diputados-cuestionan-efectividad/ consultado el día 30 de agosto de 2016.

Como se puede observar, la modificación en la forma de emitir un voto puede cambiar, lo importante es darle la certeza y seguridad al ciudadano de que su voto cuenta y esta efectivamente contabilizado en la opción que el elige. Sin embargo la cuestión latente es si este modelo no atenta contra el derecho humano del ciudadano, de ejercer su voto nulo para manifestarse en contra de las opciones que existen para votar, ya que este sistema es cierto, reduce el margen de error al no poder marcar más de una casilla o salirse del recuadro, pero no hay posibilidad de anular el voto.

Por otro lado aún no existe la certeza de que el ciudadano ejerza su voto directamente ya que se puede compartir la contraseña y otra persona votaría vía internet, en este supuesto aunque sea con su autorización sería una violación a su derecho y habría que pensar hasta qué punto se podría catalogar como un delito electoral el votar por otra persona. Estas son algunas complicaciones en cuanto al voto vía internet, hay que reconocer y aplaudir la tarea de integrar las nuevas tecnologías al Derecho Electoral, sin dejar a lado estas complicaciones.

En otras palabras, la mayor barrera para poder implementar el voto electrónico es un tema cultural, en el menor de los casos también es un tema económico ya que requiere invertir un presupuesto tanto en programas, equipos y personal que le de mantenimiento, asesoría a los usuarios a corto plazo, pero a mediano y largo plazo se reduciría los costos de las elecciones.

Si el argumento es que no se tiene el presupuesto esto es una falacia porque el presupuesto que se tiene en México para las elecciones es uno de los más altos en todo el mundo, como se puede observar “En países con experiencia democrática multipartidista, las elecciones son consistentemente menos costosas que aquellas de países en donde estas elecciones constituyen una nueva empresa. Esta tendencia trasciende regiones, niveles de desarrollo económico, y aún las interrupciones de las prácticas electorales causadas por razones militares. Bajos costos electorales, aproximadamente 1 a 3 dólares por elector, tienden a manifestarse en países con una larga experiencia electoral: los Estados Unidos y la mayoría de los países de Europa Occidental; Chile ($1.2), Costa Rica ($1.8) y Brasil ($2.3) en América Latina; Benin ($1.6), Botswana ($2.7), Ghana

($0.7), y Senegal ($1.2) en África; India ($1) y Pakistán ($0.5) en Asia; y Australia ($3.2).

En países con menos experiencia en este renglón, los costos tienden a ser más elevados, aun tomando en consideración las elecciones que han tenido lugar como parte de operaciones para el mantenimiento de la paz, en donde el costo por elector es el más elevado: México ($5.9), El Salvador ($4.1) y Paraguay ($3.7) se pueden mencionar en América Latina; Lesotho ($6.9), Liberia ($6.1) y Uganda ($3.7) en África; y Rusia ($7.5) en Europa del Este".[131]

Retomando el tema, el 16 de octubre de 2016 en El Marqués, se realizó una consulta ciudadana, plebiscito sobre el Servicio Público de Limpia y Manejo de Residuos Sólidos, el cual tuvo voto electrónico, esta vez en su modalidad de urna electrónica,[132] sólo que en este municipio se optó por la urna electrónica, por lo que el propio Instituto Electoral del Estado de Querétaro, se ha dado a la tarea de informar a los ciudadanos de lo que es un plebiscito, el tema por el cual se votó, y sobre todo les anuncio que sería por medio de urna electrónica mostrando un video donde se ve la imagen de ésta, para acercar las nuevas tecnologías a los ciudadanos, dicho video puede ser observado en la página del instituto y por medio de la televisión local.[133]

Así mismo en la página de internet se explicó lo que es la urna electrónica: "Es un dispositivo mediante el cual se reciben y cuentan, de manera electrónica, los votos emitidos por los ciudadanos durante la jornada electoral. Este sistema, es un sistema electrónico que permite registrar de forma automática el total de votantes y los votos que cada partido y candidato obtengan".[134]

Cabe señalar que este tipo de votación electrónica es con base en el modelo utilizado en el Estado de Jalisco el 05 de julio de 2009, fue el primer Estado en usar las urnas electrónicas para emitir votaciones para elegir diputados y

---

[131] Información consultada en la página electrónica de Red de conocimientos Electorales, del tema "Costo del registro de elecciones" disponible en http://aceproject.org/ace-es/focus/fo_core/fo_core-crb/fo_core-crb03 el día 20 de noviembre de 2016

[132] Información consultada en la página del Instituto Electoral del Estado de Querétaro, el día 01 de septiembre de 2016, http://ieeq.mx/contenido/micro/2016/participacionciudadana/tecnologia.html

[133] Ídem

[134] Ídem

autoridades municipales, lo cual requería que se instalaran alrededor de mil urnas electrónicas en 43 municipios del estado.[135] En especial se eligió Tuxcueca por ser un lugar con condiciones geográficas complicadas, semi-rural, con una población significativa de edad avanzada y electoralmente muy competitivo, el resultado fue una jornada electoral muy rápida ya que el conteo final fue a las 18:32[136] horas. A partir de este ejercicio Jalisco ha ido vinculando las urnas electrónicas en más ejercicios de participación ciudadana.

Recapitulando para que se implemente el voto electrónico en México es necesario el acuerdo de voluntades de los partidos políticos que es el mayor obstáculo que tiene esta propuesta, no tanto del ciudadano que en cada reforma electoral se ha ido adaptando a los cambios; en este sentido debemos aceptar que el voto electrónico es la mejor vía que tenemos para abandonar el sistema tradicional que ha generado entre otros problemas incertidumbre y altos presupuestos.

Es necesario aclarar que los sistemas de votación electrónica no están exentos de fallas, pero en su totalidad se debe al uso adecuado o no, mal intencionado o no, que se haga de la tecnología, ya que la presencia de *hackers* y *crackers* amenazan con la posibilidad de viciar y alterar el propio sistema con la consecuencia de que el cómputo de votos no sea exacto ni veraz, aunado a que sea difícil detectar el origen de la falla.

Se considera que en la actualidad, los países que utilizan o han utilizado un sistema de votación electrónica se encuentran en la fase de revisión y ensayo, tanto del funcionamiento del sistema, como de la aceptación por parte de los votantes y del resultado de las votaciones, por lo que no está en duda es la trascendental e inevitable influencia de la tecnología en todos los aspectos de la vida del ciudadano del siglo XXI.

La decisión de las autoridades y partidos políticos es fundamental para que pueda implementarse este tipo de tecnología en el sistema electoral mexicano,

[135] Albiter, Katya, 2012, información consultada en el Observatorio del voto electrónico, en la página http://evoto.iiec.unam.mx/node/50, el día 01 de septiembre de 2016.
[136] Información consultada en la página del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco el día 02 de septiembre de 2016 http://www.iepcjalisco.org.mx/urna-electronica/historia

considerando que esta migración deberá ser paulatina para no desestabilizar el propio sistema.

Pero lo más importante para salvar nuestra democracia, no es la aplicación de la tecnología, sino que los agentes que intervienen en la política tengan el verdadero compromiso de desarrollar plataformas políticas que traigan beneficios a toda la comunidad sin importar el interés partidario o empresarial. La aplicación del voto electrónico no sólo supone la incorporación de máquinas electrónicas el día de los comicios sino, más bien, se trata de un profundo y gran cambio con impactos diferenciados en el orden social, jurídico y político.

El voto electrónico, generaría confianza en el elector, al dejar atrás varias versiones del fraude electoral que en cada proceso se modifican y perfeccionan. Al utilizar la tecnología enfocada en la emisión del voto, se sabría con exactitud la intención del elector al votar, ya que en la actualidad algunos votos los define la propia mesa de casilla o en el recuento las mesas de trabajo.

En este mismo orden de ideas, se puede apreciar cómo la tecnología en medios de comunicación e información han ido incorporándose al propio Derecho Electoral, por lo que resulta necesario observar estas nuevas conductas de la sociedad para prevenir actos inadecuados o fuera de derecho. Sin embargo, estas conductas al no estar descritas en la propia legislación carecen de sanción lo cual genera incertidumbre y más aún una laguna jurídica en el sistema electoral.

A diferencia del uso de internet y redes sociales en campañas electorales, el voto electrónico es un tema que se ha manejado en la agenda electoral como un tema de actualidad y debate, no así el uso de internet y redes sociales, por lo que es necesario que este sea un punto importante dentro del análisis en la nueva reforma electoral.

4.2 Importancia del internet y redes sociales en campañas electorales

El uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, se ha ido desarrollando alrededor del mundo, de una manera acelerada, si bien es cierto que existe la brecha digital, también es cierto que los países desarrollados han innovado en el uso de estas Tecnologías, que ya no sólo se quedan en el área del entretenimiento o de la educación, sino que se van introduciendo en las demás áreas, entre ellas el Derecho Electoral.

Hoy en día al observarse la importancia de internet y redes sociales en los diversos ámbitos, es normal que ahora la preocupación mundial es el aspecto legal respecto a este rubro. 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 ciberespacio o de las redes digitales que transmiten información y que permiten interconectar al mundo completo, si bien es cierto que se podría regular el internet y redes sociales, también lo es que se podrían vulnerar los derechos fundamentales, especialmente la libertad de expresión, ya que el internet y redes sociales en buena parte se componen de opiniones y expresiones.

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 nacional. Como se pudo observar anteriormente en 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 pláticas virtuales, además contienen *blog* para hacer comentarios. Asimismo se observan vínculos a otras redes sociales como *Facebook, You Tube, Twitter* entre otras.

Por lo que es fundamental que se regularice esta actividad, especialmente el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propagandas electorales, 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 genera incertidumbre política.

Por otro lado, como ya se ha mencionado anteriormente la Reforma Electoral del 2007, trajo una modificación al modelo de comunicación política, es así que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, toma dentro de sus criterios para emitir sus resoluciones, el artículo 134 constitucional en especial, el uso de la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, los cuales deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Con este criterio se puede sancionar aquel funcionario público que realice propaganda electoral con cargo al erario público, más aún las propias páginas de internet de las dependencias gubernamentales, deben de cambiar su estructura en periodo de campaña electoral para no hacer proselitismo.

Aunque es un avance refiriéndose a internet y redes sociales, no basta ya que sería mejor tener una definición específica sobre el uso de estos medios electrónicos en la propia Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. “Sin embargo, tratándose de propaganda gubernamental, no existen todavía las normas secundarias correspondientes. No queda claro si la regulación acerca del contenido de la propaganda electoral debe hacerse mediante una legislación especial federal y local que considere los ámbitos o por medio de la propia legislación electoral. Puede ocurrir en cualquiera de las dos formas, pero mientras esto no suceda, el grado de indeterminación seguirá siendo amplio.

No obstante, las sanciones respectivas, dado que las conductas infractoras implican vulnerar los principios de imparcialidad y de equidad en materia electoral, deben formar parte del derecho sancionador electoral”.[137]

El internet es una red temática pública y abierta la cual 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.

Sin embargo, como se propone en el presente trabajo de investigación, la intención puede ir no en el sentido de regular el internet y redes sociales, sino en este caso regular a los facilitadores de información de internet en materia electoral.

Con esto se tendría información de calidad y los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos tendrían que respetar la normatividad en la información que tengan en internet y redes sociales, tales como la campaña negra, que sea acorde a las buenas costumbres etc.

En este orden de ideas es importante señalar que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en este sentido emitió su resolución en torno a las pasada elección en el distrito 01 de Aguascalientes, por la intervención indebida del gobernador Carlos Lozano, ya que a bordo de un autobús de la entidad acompañado de los candidatos de su partido, funcionarios estatales e incluso de comunicación social y personas de la televisora estatal, acudió a emitir su voto.

Aunado a esto Carlos Lozano publicó en Twitter una imagen de una boleta marcada a favor del PRI y esto fue reproducido, la magistrada María del Carmen Alanís comento que si bien no fue una irregularidad generalizada en el distrito, el gobernador si violo el artículo 134 de la constitución en materia de propaganda

[137] Martínez Espinosa, Roberto, *Artículo 134 constitucional y su interpretación judicial electoral en México, Serie Temas Selectos de Derecho Electoral,* México, TEPJF, 2014, pág. 40.

gubernamental.[138] Como se puede observar cada vez está siendo más constante no sólo el uso de las nuevas tecnologías en comunicación en especial el internet y redes sociales para hacer propaganda electoral, sino que es constante la violación a los preceptos electorales carentes de regulación al respecto.

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 en una actividad reiterativa, 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".[139]

Ahora estas televisoras cuentan con portal en internet, por lo cual dan un mayor auge a sus candidatos al mencionarlos como noticia relevante dentro de estos portales, ante esta situación y a partir de la reforma de noviembre de 2007 existe un monitoreo en noticieros para observar las veces que se menciona a los candidatos dentro de los noticieros, para que se conduzcan de una manera más equitativa con los diferentes candidatos.

"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",[140] como se ha venido mencionando en el presente trabajo, Barack Obama, 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

---

[138] Información consultada en la página del TEPJF en su sección de boletines en la página http://portal.te.gob.mx/noticias-opinion-y-eventos/boletin/0/279/2015 el día 04 de septiembre de 2016.
[139] Chomsky, Noam, *et. al.*, *Óp. cit.*, p. 13.
[140] Caetano, Gerardo, *et. al.*, Op., Cit., p. 102.

entro en un público electoral que pasa desapercibido como lo son los votantes más jóvenes.

En este orden de ideas, se puede visualizar un fenómeno que se ha observado en pasadas elecciones desde el 2000, los partidos políticos mexicanos, utilizaron una importante herramienta de comunicación como internet y redes sociales, al hacer su propaganda electoral, en medios electrónicos, con esto no sólo se refiere a las páginas electrónicas o videos en plataformas como *You Tube*, sino que además hubo un envío masivo de invitaciones a votar por su partido político, en lo que se conoce como *banners*, los cuales se despliegan como anuncios en correos electrónicos, portales como *prodigy* (que también es un servidor de correo electrónico), al comenzar un video en la plataforma de *You Tube* a manera de comercial, entre otros.

Este tipo de propaganda electoral debe de ser limitada y regulada por las instituciones electorales pertinentes, de lo contrario se genera inequidad en la contienda.

La solución para internet como medio de comunicación no está en regularizar su acceso a la población en general, ni siquiera en restringir su uso o censurarlo, más bien es cuidar el contenido de la información que suben las instituciones 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.

Para finalizar el presente apartado, 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 y redes sociales. Por lo anteriormente mencionado, es importante que se regule este rubro en la legislación electoral.

Por otro lado es cierto que un *spot* televisivo o una nota en un periódico logran ser dañinos a la imagen de un candidato ya sea independiente o de algún partido político, sin embargo internet y las redes sociales han logrado potencializar la velocidad de diseminación de la información y también su alcance.

4.3 Beneficios derivados de la regulación del uso de internet y redes sociales en las campañas y propaganda electoral de candidatos independientes, partidos y sujetos políticos

Un primer beneficio con la presente propuesta de regulación del uso de internet y redes sociales en campañas electorales es el fortalecimiento de las atribuciones y facultades de las autoridades electorales, para superar las limitaciones que han enfrentado en su actuación. De esta manera, el Instituto Nacional Electoral vería fortalecida su capacidad para desempeñar su papel de árbitro en la contienda.

Un segundo beneficio, es impedir que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación; incluyendo internet y redes sociales 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, es decir menor presupuesto en las campañas electorales, considerando que la difusión a través de internet y redes sociales es accesible e inmediata; además de que se contabilizaría como rubro independiente del radio y televisión el gasto que generen los candidatos independientes y partidos políticos, por el uso de internet y redes sociales.

La regulación propuesta debe de dar respuesta a los dos grandes problemas que enfrenta la democracia mexicana: el dinero; y el uso y abuso de los medios de comunicación en especial el internet y redes sociales.

El mundo digital en suma, no salvará la democracia ni mucho menos, pero podrá ser uno de los cimientos en los que podrá apoyarse al revitalizarla. Por lo cual es fundamental crear las reglas para la formación de ésta nueva sociedad.

Es importante comenzar a ordenar el uso de internet y redes sociales, de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas electorales.

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. Como se ha mencionado anteriormente la tecnología ésta permeando todas las áreas, y el Derecho no se exime. Por lo cual es necesario que las legislaciones evolucionen con estos cambios.

Asimismo, como mayor beneficio de la presente reforma electoral, se comprende en que los derechos humanos que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce y consagra, son para las personas o ciudadanos, no así para las autoridades o instituciones, es decir que los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos no pueden invocar la libertad de expresión para justificar el uso de redes sociales e internet, ya que no es sólo la expresión, sino la propaganda negra que se sigue fomentando en este tipo de medios de comunicación, la justificación o defensa de sus actos lejos de defender un derecho se estaría violando el derecho de las personas o ciudadanos.

De ninguna manera la presente propuesta de regulación, 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 limitaría es el uso de internet y redes sociales a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en sus campañas electorales. No así contenidos o vertientes. También se pueden mencionar como beneficios:

- Un mayor control de la propaganda política de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.
- La autoridad del Instituto Nacional Electoral, para sancionar a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos que realicen 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 y redes sociales sobre los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.
- Se facultaría al INE para ordenar, en caso extremo, la suspensión inmediata de las publicaciones en internet y redes sociales 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 internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

"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".[141] Como se puede apreciar, actualmente existen medios por los cuales se está 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.

[141] Moles Plaza, Ramón, *Derecho y Control en Internet: la Regulabilidad de Internet*, Ariel, Barcelona, 2003, p. 103.

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 relaciona con el ejemplo que a continuación se detalla, en abril de 2016, se dio a conocer la noticia de que el padrón electoral con 87.4 millones de ciudadanos correspondientes al 2015, con nombres y domicilios fue puesto a disposición de los usuarios a través del servicio en la nube de Amazon, con sede en Estados Unidos. Por lo cual consejeros y el Director del Registro Federal de Electores del INE, interpusieron una denuncia contra quien resulte responsable. Días después el líder del Movimiento Ciudadano, Dante Delgado, denuncio que fue víctima de un *hacker* en la base de datos que puso bajo resguardo de la empresa Amazon Web *Service*, a la que recurrió para proteger la copia del listado que el INE puso bajo su custodia.

Por lo que acudió a la FEPADE a levantar una denuncia. Amazon por su parte señalo que no hubo un *hacker*. Hasta ahora Movimiento Ciudadano tiene pendiente la sanción por haber difundido el padrón electoral.[142] Por cuestiones como esta, es importante contar con una regulación específica y más aún con sanciones que se adecuen a las conductas delictivas. Por los beneficios, antes mencionados; se realiza la siguiente exposición de motivos de la propuesta de regulación electoral.

4.4 Exposición de motivos para la propuesta de regulación electoral.

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 mengua en su posición.

[142] Información obtenida de la página de EL FINANCIERO, de fecha 17 de agosto de 2016, en la página electrónica http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ordena-tepjf-a-ine-disminuir-sancion-a-mc-por-no-resguardar-correctamente-el-padron.html consultada el día 02 de septiembre de 2016.

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 aplicable en estos momentos, carece de criterios objetivos para determinar el uso correcto o incorrecto de internet y redes sociales para campaña y propaganda electoral, 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. Si a esto le aunamos las fugas económicas que se dan en el uso de internet y redes sociales, lo que resulta son enormes lagunas en la ley.

Con la actual propuesta de regulación del uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos en campañas y propaganda electoral, no se propone empezar de nuevo; sino consolidar lo que, probó eficacia democrática y buenos resultados; se quiere corregir lo que no funcionó 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. Con la presente propuesta, se pretende diseñar y poner en práctica un nuevo modelo de comunicación entre sociedad y candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, 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 el internet y las redes sociales, que están avanzando a pasos enormes en la sociedad mexicana.

La garantía constitucional, que se refiere a los fines de un nuevo modelo de comunicación social entre sociedad y candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, en la cual el INE debe destinar, durante los procesos electorales, el tiempo de que dispone en radio y televisión para los fines señalados en el

artículo 41 constitucional, refiriéndose a medios de comunicación social, debe de abrirse a los nuevos medios como el internet y redes sociales, y no sólo abarcar la radio y televisión, ya que a lo largo del presente trabajo se comprueba que el internet y las redes sociales tienen una gran aceptación en la población, por lo cual no deben quedar fuera de la legislación electoral.

La presente propuesta de regulación de internet y redes sociales, 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 protege 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. 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, al 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.

Por otro lado, 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”. No conforme con ello también se compromete a garantizar el acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación, incluido banda ancha e internet. El derecho a la información es compatible y complementario con otros derechos que incluyen derechos humanos como la libertad de pensamiento, expresión e imprenta, y el derecho de acceso a la información pública gubernamental, abarcando incluso los derechos políticos de los ciudadanos.

Si se permite, que cualquier sujeto con interés electoral se anuncie en periodos no electorales, publique múltiples páginas en internet, o genere diversas ligas en las páginas más visitadas, tenga redes sociales con actividad cualquier persona podría empezar su campaña uno o dos años antes.

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.

A pesar de que en México, a nivel jurídico no se ha definido al internet, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), en su área de información sobre telecomunicaciones, mantiene un glosario en el que se define al internet de dos formas:

• “Internet. La vasta colección de redes interconectadas que emplean en general protocolos que emergen del ARPANET a finales de los 60´s y principios de los 90´s. Internet es ahora (Julio 1995) una gran conexión que tiene aproximadamente

un mínimo de 60,000 redes independientes en todo el mundo creando una gran red global.

• Internet. Cada vez que se conecten 2 o más redes (*networks*), se tiene un internet como internacional ó interestatal" (sic). [143]

Sin embargo jurídicamente no existe una definición en la ley, para determinar o conceptualizar "internet", por lo cual se propone usar estos conceptos dentro de la LGIPE para conceptualizar internet, sumando que se trata de un medio de comunicación masivo.

4.4.1 Regulación del uso del internet y redes sociales para campañas y propagandas electorales de candidatos independientes, partidos y sujetos políticos

Regular en el sentido jurídico significa poner en orden o determinar las normas jurídicas, cuando se aborda el tema en la presente investigación de regular el uso de internet y redes sociales, se refiere a generar la normatividad apropiada, para que los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, distribuyan de una forma adecuada su información en campañas y propagandas electorales.

En específico se puede observar al internet y redes sociales, no tanto como objeto de regulación, sino como campo de acción, es decir, el objeto de regulación son los contenidos que generan los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, lo cual 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 internet y redes sociales, se han consignado como actividades delictivas o ilícitas, las siguientes:

- La difusión de instrucciones sobre preparación de bombas.

[143] Información consultada en Secretaría de Comunicaciones y Transportes en la página electrónica http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_nfpb=true&_pageLabel=P26022, el día 20 de julio de 2015.

- 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.
- Difundir los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos. Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas.

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 internet y redes sociales a candidatos independientes, partidos y sujetos políticos.

Por todo lo anterior, es que se propone que de la redacción del artículo 41 constitucional fracción III que a la letra señala:

> ***III.*** *Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social. Los candidatos independientes tendrán derecho de acceso a prerrogativas para las campañas electorales en los términos que establezca la ley.*

Se considere que el internet y redes sociales como medios de comunicación social, ya que como anteriormente se mencionó en el artículo 6 de la Constitución

Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su párrafo tercero, se precisa al hablar de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, en especial banda ancha e internet. También es importante que se regule el uso de estas tecnologías con fines electorales, por lo que es necesario que se reconozca que el internet y redes sociales son medios de comunicación social. Para dar paso y continuando con el mismo artículo, a las siguientes modificaciones:

Apartado A. El Instituto Nacional Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, **así como a los contenidos que se distribuyan por medio de internet y redes sociales por parte de los candidatos, candidatos independientes y partidos políticos,** y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

a) …

b) …

c) …

h) Los contenidos para campañas electorales, por medio de internet y redes sociales, deben de contar con la supervisión del Instituto Nacional Electoral.

Ninguna otra 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. **Ni contenidos como anuncios o videos en internet o redes sociales.** Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Nacional Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate**, así como a los contenidos de internet y redes sociales referentes a campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos,** conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

a) …

b) …

c) …

d) La distribución de contenidos como vídeos, anuncios o comunicados que se realicen por medio de internet y redes sociales, deberán contar con la autorización del Instituto Nacional Electoral.

Apartado C. En la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. **Aún las difundidas por internet y redes sociales.**

Apartado D. El Instituto Nacional Electoral, mediante procedimientos expeditos en los términos de la ley, investigará las infracciones a lo dispuesto en esta base e integrará el expediente para someterlo al conocimiento y resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. En el procedimiento, el Instituto podrá imponer, entre otras medidas cautelares, la orden de suspender o cancelar de manera inmediata las transmisiones en radio y televisión, **o difusiones por internet y redes sociales** de conformidad con lo que disponga la ley.

Estas modificaciones al artículo 41 constitucional, es con la finalidad de dotar al propio Instituto Nacional Electoral, con la facultad para supervisar y en su caso sancionar el uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes y partidos políticos en las campañas electorales.

Dentro de la LGIPE es necesaria una reforma y en algunos casos adiciones en varios artículos, por lo cual se irá citando el artículo y con negritas la reforma o adición que debería de tener para regular el uso de internet y redes sociales. En este orden de ideas, en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la regulación seria de la siguiente forma:

LIBRO TERCERO De los Organismos Electorales

TÍTULO PRIMERO Del Instituto Nacional Electoral

CAPÍTULO I Disposiciones Preliminares

Artículo 29…

Artículo 30.

1. Son fines del Instituto:

a) Contribuir al desarrollo de la vida democrática;

b) Preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos;

c) Integrar el Registro Federal de Electores;

d) Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones;

e) Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión, así como ejercer las funciones que la Constitución le otorga en los procesos electorales locales;

f) Velar por la autenticidad y efectividad del sufragio;

g) Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática, y

h) Fungir como autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los objetivos propios del Instituto, a los de otras autoridades electorales, **autorizar en su caso los contenidos para internet y redes sociales que los candidatos independientes y partidos políticos pretendan difundir** y a garantizar el ejercicio de los derechos que la Constitución otorga a los partidos políticos en la materia.

Artículo 55.

1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos tiene las siguientes atribuciones:

a)…

o) Autorizar los contenidos en internet y redes sociales, para campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos.

p) Las demás que le confiera esta Ley.

TÍTULO SEGUNDO De las Prerrogativas de los Partidos Políticos

CAPÍTULO I **Del Acceso a Radio, Televisión, Internet y Redes Sociales**

Artículo 159.

1. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

2. …

3. …

4. 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. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Octavo de esta Ley.

5. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, podrán tener contenidos en internet y redes sociales de acuerdo a su campaña electoral, en la cual deberán contener su plataforma política, identificación plena del partido político al que pertenecen si es el caso o si es candidato independiente señalarlo plenamente, así como las propuestas para la captación de votos, sin embargo de ninguna manera pueden contener ofensas en contra de otro partido político o candidato independientes de acuerdo a los principios del Derecho Electoral. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en esta Ley.

Artículo 160.

1. El Instituto es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la Constitución y esta Ley otorgan a los partidos políticos y candidatos independientes en esta materia.

2. El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; **así como a los contenidos de internet y redes sociales referentes a campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos,** establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

Artículo 161.

1. El Instituto y las autoridades electorales de las entidades federativas, para la difusión de sus respectivos mensajes de comunicación social, accederán a la radio y la televisión **así como a los contenidos de internet y redes sociales referentes a campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos,** a través del tiempo de que el primero dispone en dichos medios.

Artículo 162.

1. El Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión **así como a los contenidos de internet y redes sociales referentes a campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos,** a través de los siguientes órganos: a) El Consejo General; b) La Junta General Ejecutiva; c) La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos; d) El Comité de Radio y Televisión; e) La Comisión de Quejas y Denuncias, y f) Los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales, que tendrán funciones auxiliares en esta materia.

Artículo 163.

1. El Consejo General, a propuesta motivada y fundada de la Comisión de Quejas y Denuncias, podrá ordenar la suspensión inmediata de cualquier propaganda política o electoral en radio, televisión, **internet y redes sociales,** que resulte violatoria de esta Ley; lo anterior, sin perjuicio de las demás sanciones que deban aplicarse a los infractores.

2. La Junta General Ejecutiva someterá a la aprobación del Consejo General el reglamento de radio y televisión, **así como el reglamento del uso de internet y redes sociales**. Serán supletorias de la presente Ley, en lo que no se opongan, las leyes federales de la materia.

Artículo 167.

1…

3. El Consejo General emitirá el reglamento relativo al acceso a radio y televisión, **y el reglamento de uso de internet y redes sociales** por parte de las coaliciones y de los partidos que formen parte de las mismas.

Artículo 168.

1. ...

6. Los contenidos de internet y redes sociales de los candidatos independientes y partidos políticos deberán de contar con la autorización del Instituto, las modificaciones que se realicen durante las campañas deberán de avisarse al Instituto con 24 horas de anticipación, en el caso de redes sociales esto no aplica por la naturaleza de éste medio, sin embargo videos y anuncios que sean distribuidos por internet por candidatos independientes o partidos políticos si deberán contar dicha autorización.

Artículo 170.

1…

2. Los mensajes de campaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo con la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto. **Los mensajes de campaña de los candidatos independientes y partidos políticos que sean difundidos por internet y redes sociales, contaran con la aprobación del INE.**

Artículo 180.

1. En ningún caso el Instituto podrá autorizar a los partidos políticos tiempo o mensajes en radio y televisión en contravención de las reglas establecidas en este capítulo. **En caso de existir mensajes por medio de internet o redes sociales que contravengan las reglas establecidas o contengan información difamatoria, el Instituto Nacional Electoral tendrá la facultad para solicitar se desactive ya sea video mensaje o cualquier otro medio por el que se difunda en internet o redes sociales.**

2. Los gastos de producción de los mensajes para radio, televisión, **internet y redes sociales** de los partidos políticos serán sufragados con sus propios recursos.

Artículo 185.

1. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.

2. Del mismo modo El Consejo General ordenará la realización de monitoreos en internet y redes sociales de los candidatos y 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 y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.

Artículo 209.

1. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de las jornadas comiciales, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación

social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Entendiéndose por medios de comunicación social el internet y redes sociales.

Artículo 243.

1. Los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.

2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:

a) Gastos de propaganda:

I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares;

b) Gastos operativos de la campaña:

I. Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares;

c) Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos:

I. Comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la

obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada,

d) Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión:

I. Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.

Y e) Gastos de producción de los mensajes para internet y redes sociales:

I. Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como hospedaje de páginas electrónicas, anuncios en páginas portales de internet, videos que se transmitan por You Tube o redes sociales similares y los demás inherentes al mismo objetivo.

Artículo 247.

1. La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6o. de la Constitución.

2. En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. El Consejo General está facultado para ordenar, una vez satisfechos los procedimientos establecidos en esta Ley, la suspensión inmediata de los mensajes en radio, televisión, **internet y redes sociales** contrarios a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda.

Artículo 415.

1. El Instituto, podrá ordenar la suspensión inmediata de cualquier propaganda política o electoral en radio, televisión, **internet o redes sociales** que resulte violatoria de esta Ley; lo anterior, sin perjuicio de las demás sanciones que deban aplicarse a los infractores.

Como se puede apreciar en estos artículos se estaría dando la pauta para el uso de internet y redes sociales a los candidatos independientes y partidos políticos. También se aplicaría el reglamento del uso de internet y redes sociales para candidatos independientes y partidos políticos, donde de manera general se describiría lo que se entiende por internet, red social, contenidos, videos y la forma de usar las diversas redes sociales para la promoción y distribución de plataformas políticas, para que se genere información fidedigna y de calidad que es lo que se pretende con la presente propuesta de reforma.

Por otro lado que no se malinterprete ni se creen lagunas legales como las que actualmente existen.

Conforme al artículo 55, se maneja la adición, ya que resulta necesario ampliar las facultades de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, para que autorice los contenidos en internet y redes sociales, para campañas electorales de candidatos independientes y partidos políticos.

También se propone la creación del reglamento del uso de internet y redes sociales para candidatos, candidatos independientes y partidos políticos, 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.

Con estas modificaciones y adiciones, se da vida a la regulación del uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes y partidos políticos en campañas electorales, 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.

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".[144] Por lo que el beneficiado con toda esta tecnología seria en definitiva el usuario, que cuenta con mayor información y sobre todo de calidad para tomar una decisión tan importante como lo es el voto que se verá reflejado en su representante.

[144] Jijena Leiva, Renato, *et. al*., *Op. Cit.* p 12.

CONCLUSIONES

A partir del presente trabajo de investigación, se ha intentado demostrar que el modelo de comunicación política ha cambiado, a raíz de la introducción de nuevas tecnologías de la información y comunicación, en especial el internet y redes sociales. Del estudio se han desprendido las siguientes conclusiones:

1. Los medios de comunicación han evolucionado, cambiando el modelo de comunicación política.

Los medios de comunicación tienen una función primordial en las elecciones, ya que a partir de estos medios se difunden las diferentes ideologías y propuestas de cada candidato, candidato independiente o partido político, esto da equidad a la contienda electoral.

Las redes sociales y el internet influyen en el ciudadano a la hora de emitir su voto. No obstante, en la actualidad el sistema electoral mexicano, sólo se refiere a los medios de comunicación más comunes, sin tomar en cuenta la evolución de estos, o las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación como las redes sociales e Internet, ya que dentro de la conceptualización de nuestros legisladores no existe la definición apropiada a estos medios, lo cual genera confusión entre la ciudadanía, así como el aprovechamiento de los candidatos, partidos políticos o funcionarios para usar redes sociales e Internet en campañas electorales y propaganda política.

El fenómeno que se observa en el internet y las redes sociales como se demuestra en el presente trabajo de investigación, es que si bien es cierto, que de forma fáctica si son medios de comunicación masiva, también lo es que aún ninguna ley los considera de esta forma.

Cabe señalar que 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 candidatos independientes, partidos y sujetos políticos para generar su propaganda electoral.

2. Existe una laguna jurídica en materia electoral respecto al uso de internet y redes sociales.

Se entiende como laguna jurídica, cuando no existe una disposición legal expresamente aplicable, cuando se trata de resolver un litigio jurídico con un determinado derecho positivo. En este orden de ideas, a la omisión de regulación sobre el uso de internet y redes sociales, en las leyes electorales se le puede señalar como laguna jurídica.

Recordando nuevamente que el Derecho es un fenómeno jurídico social, al presentar lagunas se debe complementar con la armonía de la dinámica social, el juez al observar esto debe de recurrir a la interpretación creativa para generar nuevo derecho, hasta que se subsane ésta laguna. Por lo que es importante que se genere la legislación correspondiente para este fenómeno social del uso de internet y redes sociales de los candidatos independientes, partido y sujetos políticos.

La normatividad ha sido rebasada por la tecnología debido a que ha creado lagunas legales para poder evitar la ley a través de medios que no han sido contemplados y como se ha mencionado, en este caso se refiere al internet y las redes sociales. Esta laguna jurídica la han aprovechado los sujetos políticos para eludir la ley, ya que no se puede alegar que es una libertad de expresión, lo que de manera evidente es propaganda electoral.

3. Las campañas electorales tienen una estrecha relación con el internet y redes sociales, la cual carece de reglas claras en materia electoral.

Las campañas electorales son el instrumento por el cual los partidos políticos tratan de persuadir al electorado para que elija la opción que ellos presentan.

Las redes sociales e internet, brindan un espacio idóneo para la propagación de campañas electorales, sin embargo es preferible que exista una legislación que permita la acción legal en caso de no hacer una campaña electoral apegada a las reglas vigentes. Se puede decir que las redes sociales, tienen un efecto mayor respecto a la elección, ya que cada vez incrementa el número de precandidatos y candidatos que utilizan esas redes sociales para expresar diversos postulados, ya sea de manera personal o de sus plataformas electorales. De igual manera, los candidatos independientes y los partidos políticos con registro tienen contacto con la ciudadanía a través de los mismos mecanismos.

Derivado de esta reflexión, se puede mencionar en otro punto: el destacado papel de los medios de comunicación en las elecciones y la incidencia que tienen dentro de los ciudadanos, por lo que su regulación debe ampliarse, a fin de ir a la vanguardia con las nuevas tecnologías de la información y comunicación en especial el internet y redes sociales, con las que los ciudadanos están en contacto en su labor cotidiana. Por lo que es necesario que nuestro sistema normativo incorpore estas nuevas tecnologías, a fin de obtener procesos electorales con un mayor nivel de certeza y equidad entre todos los contendientes.

4. Es innegable el uso de internet y redes sociales para la propaganda electoral de los candidatos, candidatos independientes y partidos políticos.

Se destaca que tanto el internet y las redes sociales brindan una fuente confiable e inagotable de recursos, herramientas para lograr este objetivo. Si bien es cierto, que el candidato necesita crear círculos de apoyo, lo podrá hacer a través de las redes sociales como *Facebook, Twitter*, si necesita promocionar sus actividades lo

puede hacer por medio de fotos como en *Instagram* o *Periscope*, si lo que necesita son *spots* como los de la televisión lo puede hacer por medio de videos cortos en *You Tube* y por mencionar algunos ejemplos. Que no están nada alejados de la realidad, ya que en las pasadas elecciones de junio de 2015 con ayuda de estas herramientas, dos de los candidatos independientes lograron acceder a los puestos aspirados.

Tratándose de partidos políticos y su relación con el internet y las redes sociales, se puede citar que desde las elecciones intermedias de julio del 2009, los partidos políticos (ya que entonces no había candidatos independientes) tuvieron acceso a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, especialmente al 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*, e incluso, videos políticos en *YouTube* y otras páginas.

Existen dos principios fundamentales en el sistema electoral mexicano, uno de ellos es la equidad y el otro es la transparencia. A través de la transparencia, 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.

Es común el uso de internet y redes sociales, por lo que es fundamental que se regularice también su uso, especialmente a los candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, para una mejor equidad y transparencia en la democracia, 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.

5. No sólo el internet y redes sociales han permeado el sistema electoral. Existen otras tecnologías inmersas en los procesos electorales las cuales también requieren de una regulación adecuada.

Como se ha observado, el sistema electoral está siendo testigo de una evolución tecnológica en sus herramientas, sin embargo la democracia a nivel internacional, también se ve inmersa en este gran cambio evolutivo, cada vez es más recurrente escuchar términos como e-democracia, voto electrónico, urnas electrónicas, participación electrónica, voto por internet, democratización electrónica y por supuesto campañas electorales por internet y redes sociales.

Un tema de actualidad es el voto electrónico, el cual es una herramienta de la Democracia moderna. Esta modalidad del voto, demuestra que día a día se busca perfeccionar el sufragio, siempre y cuando se respeten sus principios; es decir que sea universal, libre, igual, directo y secreto. Al ser una medida de estricta seguridad y se presume la inviolabilidad de este tipo de voto, podría brindar una mayor certeza a los comicios. Sin dejar de mencionar que aún existen legislaciones locales que no lo contemplan.

6. La regulación del uso de internet y redes sociales en campañas electorales, no debe dejar de lado la Libertad de Expresión y el Derecho a la Información.

La presente propuesta de regulación de internet y redes sociales, 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 protege la libertad de expresión. Con la presente propuesta, se pretende diseñar y poner en práctica un nuevo modelo de comunicación entre sociedad y candidatos independientes, partidos y sujetos políticos, 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 el internet y las redes sociales, que están avanzando a pasos enormes en la sociedad mexicana.

Esta regulación debe de ser muy clara y precisa, ya que el ciudadano tiene el derecho a la información y más aún si esta es de la persona o partido político que lo va a gobernar, ya que la información es poder. Aunque nos enfrentamos a un nuevo problema: la educación del ciudadano, ya que no basta con obtener la información sino entenderla y saberla aprovechar.

Bibliografía

- Asociación de Comunicación Política , ACOP, Coord., “Hacia una profesionalización de la comunicación política en México. Retos y desafíos para conformar gobiernos cercanos a la sociedad”, Sola Villalobos, Rodrigo, “Actualidad y Futuro en la Comunicación Política”, H. Cámara de Diputados LXII Legislatura, Miguel Ángel Porrúa, Asociación de Comunicación Política, México, 2013.
- Ayala Sánchez, Alfonso, Democracia en la Era Digital, UNAM-IIJ, 2012, México.
- Baños, Marco Antonio. Instrumentos electrónicos de votación: el futuro de los procesos electorales, de la consolidación de la democracia en México y de la transparencia electoral. En: Democracia en la era digital/Coord. Alfonso Ayala Sánchez: México, UNAM, IIJ, LII Legislatura H. Congreso del Estado de Veracruz, 2012.
- Berlín Valenzuela, Francisco, “Derecho Electoral”, Porrúa, México, 1980.
- Caetano, Gerardo, et. al., “Informática, Internet y Política” Centro Latinoamericano de Economía Humana; Organización de los Estados Americanos, U.P.D., Uruguay, 2003.
- Candidato Independiente: Instituto de Investigaciones Jurídicas. Enciclopedia Jurídica Latinoamericana. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Porrúa, T. II. 2006.
- Carballar Falcón, José Antonio, “Social media marketing personal y profesional”, Ed. Libros RC. Madrid, 2012.
- Castells, Manuel, “La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura. En la Sociedad Red.”Editorial México Siglo Veintiuno Editores, México, 1999.
- Cebrián Herreros, Mariano, “La radio en internet. De la ciberradio a la radio a las redes sociales y la radio móvil”, La Crujía, Buenos Aires, 2001.
- Chomsky, Noam, et. al., La Sociedad Global: Educación Mercado y Democracia, 2° edición, Planeta, México, 1996.

- Crovi Druetta, Delia, “Sociedad de la Información y el Conocimiento: Entre lo Falaz y lo Posible”**,** La Crujía, Buenos Aires, 2004.
- De La Maza Gazmuri, Iñigo, “Derecho y Tecnologías de la Información”**,** Universidad Diego Portales, Facultad de Derecho, Chile, 2002.
- Del Toro, Juan Manuel, et. al., “Mejorar la Eficacia de la Publicidad en TV”**,** Gestión 2000, Barcelona, 2000.
- Dominick, Joseph R, La dinámica de la comunicación de masas, México, Mc GRAW-HILL, 2000.
- Duverger, Maurice, “Los Partidos Políticos”, 11° edición, México, Fondo de Cultura Económica, 1989.
- Felicie Soto, Ada Myriam, “Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y Brecha Digital”, Alfagrama, Buenos Aires, 2006.
- Fernández Delpech, Horacio, “Internet: su problemática jurídica”, Abeledo-Perrot, Argentina, 2001.
- Fernández Rodríguez, José Julio, **“**Gobierno Electrónico, Un Desafío en Internet, (Implicaciones Jurídicas)”, Editorial FUNDAP, México, 2004.
- González Llaca, Edmundo, “Teoría y práctica de la propaganda”, Editorial Grijalvo, México, 1981.
- Hargreaves, Andy, Profesorado, Cultura y Postmodernidad**,** 5° edición, Ediciones Morata, S.L., Madrid, 2005.
- Jijena Leiva, Renato, et al, “El Derecho y la Sociedad de la Información: la Importancia de Internet en el Mundo Actual”, Porrúa, México, 2003.
- Kaplan Marcos, Coordinador, “*Revolución tecnológica, Estado y Derecho”*, IIJ-UNAM PEMEX, México, 1993.
- Loaeza Soledad y Jean-Francois Prud´homme, coordinadores, “Instituciones y procesos políticos”, México D.F., El Colegio de México, 2010.
- Martínez Espinosa, Roberto, Artículo 134 constitucional y su interpretación judicial electoral en México, Serie Temas Selectos de Derecho Electoral, México, TEPJF, 2014.

- Meneses Rocha, María Elena, Internet y campañas electorales en México la oportunidad postergada, de democratización en México", Toluca, Serie Breviarios de cultura política núm. 8, 2009.
- Moles Plaza, Ramón, Derecho y Control en Internet: la Regulabilidad de Internet, Ariel, Barcelona, 2003.
- Nohlen Dieter, Tratado de Derecho Electoral comparado de América Latina, 2° Ed., IIDH-IFE-TEPJF, México, 2007.
- Patiño Camarena, Javier, "Nuevo Derecho Electoral Mexicano", 8° edición, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2006.
- Prawda, Juan, "México Educativo Revisitado", 3° edición, Editorial Océano, México, 2001.
- Quiroz Acosta, Enrique, "Lecciones de Derecho constitucional. Segundo curso. Editorial Porrúa, México, 2002.
- Romero Flores, Rodolfo y Téllez, Julio, Voto electrónico, derecho y otras implicaciones, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2010.
- Sánchez Gómez, Narciso, "El Financiamiento de los Partidos Políticos", Porrúa, México, 2007.
- Sartori, Giovanni, "Homo Videns, La Sociedad Teledirigida", 9° edición, Taurus, España, 2005.
- Sinclair, John, "Televisión: Comunicación Global y Regionalización"**,** Gedisa, España, 2000.
- Téllez Valdés, Julio, "Derecho Informático", 3° Edición, Editorial McGraw Hill, México, 2006.
- Téllez Valdez, Julio, "Voto electrónico", Serie de Temas selectos de Derecho Electoral; 14, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2010.
- Tula, María Inés, "Democracia, Elecciones y Nuevas Tecnologías. El Voto Electrónico", Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública, México, Volumen 1, número 2 julio-diciembre 2012.
- Váttimo, Gianni, "El Fin de la Modernidad" 5° Edición, Gedisa, España, 2007.

- Villanueva Villanueva, Ernesto, "El Sistema Jurídico de los Medios de Comunicación en México", UAM, México, 1995.

LEYES

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Diario Oficial de la Federación, 23 de mayo de 2014.
- Ley Federal de Radio y Televisión, publicado en el Diario Oficial el 11 de abril 2006.
- Ley Federal de Telecomunicaciones publicado en el Diario Oficial el 11 de abril 2006.

REFORMAS CONSTITUCIONALES

- Reforma Electoral de Noviembre de 2007, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007, entrando en vigor el 14 de enero de 2008, generando como Ley secundaria al COFIPE. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_178_13nov07_ima.pdf el 20 de agosto de 2016
- Reforma de 2014, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 10 de febrero de 2014, Derivado de la reforma constitucional con fundamento en los artículos 73 y segundo transitorio se establecieron, diversas modificaciones y adiciones a las leyes generales, mismas que fueron adicionadas y publicadas el 23 de mayo de 2014 con los siguientes nombres: Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
  Ley General de Partidos Políticos.
  Ley General en Materia de Delitos Electorales.
  Consultado en la página http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_216_10feb14.pdf

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

- Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
  http://electoral.juridicas.unam.mx/electoral2012mx/
  http://electoral.juridicas.unam.mx/Electoral2012Mx/tics.htm
  http://electoral.juridicas.unam.mx/Electoral2012/fb_partidos.htm
- Antecedentes de los medios de comunicación en México, Información obtenida de la página http://medios.4t.com/custom.html
- http://aristeguinoticias.com/

- Cámara de la Industria del Radio y Televisión que puede ser consultada en la página http://www.icirt.com.mx/portal/wp-content/uploads/2012/03/Presentaci%C3%B3n-Institucional-CIRT.pdf 05 de junio de 2015
- Estadísticas del INEGI http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tinf262&s=est&c=33490,
- Asociación mexicana de Internet, Estudio de hábitos del internauta mexicano 2015 *https://www.amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf*
- Cámara de Diputados http://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/otras/diccjur/dic%20m.htm#a8
- Periódico La Jornada Tarifas http://www.jornada.unam.mx/tarifas/impresa_tarifas.html, el día 02 de enero de 2017.
- Página del Partido de Acción Nacional http://www.pan.org.mx
- Página del Partido de Revolucionario Institucional http://pri.org.mx/JuntosHacemosMas
- Página del Partido Movimiento Regeneración Nacional http://www.morena.org/
- Página del Candidato Independiente Pedro Kumamoto http://kumamoto.mx/
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Principales resultados del Censo de Población y Vivienda 2010. Consultado en la página http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=00 10 de diciembre de 2016
- Instituto Federal Electoral. Registro Federal de Electores. Lista Nominal de Electores. Corte al 11 de mayo de 2012. Consultado en la página http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CNCS/CNCS-IFE-Responde/2012/Junio/Casillas/estudioGE.pdf página 8 del informe, el día 10 de diciembre de 2016
- COFETEL. Cifras calculadas por COFETEL al mes de diciembre 2011, con base en información Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/2012HabitosUsuariosInternetMx.pdf
- Gómez Leyva, Ciro, “Google y Facebook encabezan sitios con más usuarios únicos en México”, reporte del 02 de mayo de 2016 en la página http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=590368&idFC=2016
- Instituto Federal de Telecomunicaciones en la página http://www.ift.org.mx/usuarios-telefonia-movil/sabias-que-la-telefonia-movil
- Página Televisión terrestre del Instituto Federal de Telecomunicaciones en la página http://www.tdt.mx/preguntas_tdt.php#sthash.EY2DaYds.dpbs
- Cámara de Diputados, México Reforma de noviembre de 2007 http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/proceso/lx/055_DOF_13nov07.pdf

- Desde la red social de Facebook, de Felipe Calderón Hinojosa en el link: https://www.facebook.com/PresidenteFelipeCalderon/?fref=ts
- Abstencionismo electoral: No participación en las elecciones a través del ejercicio del voto Consultado en la página http://te.gob.mx/taxonomy/term/18/0
- Candidato Independiente: Instituto Nacional de Estudios Políticos y el Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública. Diccionario Electoral INEP. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., 2016. Información disponible en la página http://diccionario.inep.org/C/CANDIDATO-INDEP.html.
- Vázquez Gaspar, Beatriz, *Panorama general de las candidaturas independientes*, Contorno Centro de Prospectiva y Debate, julio 2009. Información disponible en la página *http://www.contorno.org.mx/pdfs_reporte/julio09/BVG_Candidaturas_Independientes_Junio_09.pdf.*
- Imagen de los partidos políticos obtenida en http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_los_Partidos_Politicos/
- Referencia consultada el 15 de junio de 2015 a las 14:44 en el sitio: http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/06/06/apoyo-espontaneo-al-partido-verde-llena-twitter-en-veda-electoral
- Imagen de twitter que está disponible en página electrónica del periódico El Universal, en su sección de política, http://www.redpolitica.mx/elecciones-2015/famosos-realizan-campana-favor-del-pvem-en-twitter el día 01 de julio de 2015.
- Resumen de prensa del TEPJF bajo el título “Es imposible evitar el proselitismo en redes sociales: TEPJF” disponible en http://portal.te.gob.mx/ventana/resumen/45/2012/es-imposible-evitar-proselitismo-en-redes-sociales-tepjf consultado el 16 de junio de 2015 a las 15:12
- http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_nfpb=true&_pageLabel=P26022
- http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157
- Página del Instituto Electoral del Estado de Querétaro, http://ieeq.mx/contenido/micro/2016/participacionciudadana/tecnologia.html
- Página del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los boletines de información referentes al voto por internet. http://www.iedf.org.mx/index.php/boletines-y-comunicados/2132-inicia-iedf-voto-por-internet
- Página electrónica de Red de conocimientos Electorales, del tema “Costo del registro de elecciones” disponible en http://aceproject.org/ace-es/focus/fo_core/fo_core-crb/fo_core-crb03
- Albiter, Katya, 2012, información consultada en el Observatorio del voto electrónico, en la página http://evoto.iiec.unam.mx/node/50,

- Página del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco el día 02 de septiembre de 2016 http://www.iepcjalisco.org.mx/urna-electronica/historia
- Página del TEPJF en su sección de boletines en la página http://portal.te.gob.mx/noticias-opinion-y-eventos/boletin/0/279/2015 el día 04 de septiembre de 2016.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes en la página electrónica http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/appmanager/Portal/Sct?_nfpb=true&_pageLabel=P26022
- http://postmodernismohoy.blogspot.mx/2008/08/caracteristicas-del-postmodernismo.html, consultado el día 02 de enero de 2016. Postmodernismo Grupo No. 2, Comunicación Semiología Del Mensaje Estético, Lic. Sergio Morataya, Guatemala Universidad San Carlos De Guatemala Escuela De Ciencias De La Comunicación Décimo Semestre De Licenciatura En Comunicación Social
- Unión Internacional de Telecomunicaciones, Información disponible en la página https://www.itu.int/net/wsis/basic/about-es.html el día 20 de octubre de 2016

JURISPRUDENCIA

- Madrazo Lajous, Alejandro, “Los límites a la Libertad de Expresión, Comentarios a las sentencias SUP-RAP-31/2006 Y SUP-RAP-34/2006 del TEPJF. nota introductoria a cargo de Enrique Martell y David Ricardo Jaime González. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, 2008. Página 23-30.
- Sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, recaída al Recurso de Apelación en contra de la resolución CG223/2003, dictada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, en sesión extraordinaria, el diez de octubre del año dos mil tres, respecto de la queja Q-CFRPAP 19/00 PRI vs AC, presentada por el Partido Revolucionario Institucional sobre el origen y aplicación del financiamiento de la coalición Alianza por el Cambio, identificado con la clave SUP-RAP-00098-2003 y acumulados de fecha 20 de mayo de 2004, la cual está disponible en la página http://portal.te.gob.mx/colecciones/sentencias/html/SUP/2003/RAP/SUP-RAP-00098-2003.htm,
- Suprema Corte de Justicia de la Nación, Tesis XI.1o.A.T.11 K (10a.), *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación,* Décima Época, Tomo II, Libro 1, Diciembre de 2013, Pág. 1189.
- Tesis XLIII/2014, *Pendiente de publicación, Quinta* Época, 29 de octubre de 2014
- Valoración de la fase de la campaña electoral realizada por la Sala Superior del TEPJF en el Dictamen relativo al cómputo final de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y declaración de validez de la

elección de Presidente Electo, correspondiente al proceso electoral 2005-2006, p. 53.

- Los amigos de Fox, como fueron llamados en ese entonces, tuvieron tal impacto en el sistema electoral mexicano, que mediante el SUP-RAP-98/2003 y acumulados fue sancionado el Partido Acción Nacional por el financiamiento recibido.
- Juicio de Revisión Constitucional Electoral, bajo el número de expediente SUP JRC-43/2014, referente a la denuncia en contra del Senador Salvador Vega Casillas, por presuntas conductas indebidas en promoción personalizada

REVISTAS Y PERIÓDICOS EN LINEA

- Aldaz, Phenelope, UNIVERSAL, de fecha 03 de septiembre de 2013, en la página http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2013/impreso/aumenta-votacion-en-elecciones-vecinales-118621.html consultado el día 02 de agosto de 2016
- AFP, La Jornada, Política, del día 10 de junio de 2015, disponible en la página de internet http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/06/10/kumamoto-el-joven-que-gano-diputacion-en-mexico-con-18-mil-pesos-7578.html, el día 26 de septiembre de 2015.
- Arenas, Virginia, *"Campaña de Pedro Kumamoto costo 242 mil pesos", El Informador,* 15 de junio de 2015, Entrevista consultada en la página http://www.informador.com.mx/jalisco/2015/598078/6/campana-de-pedro-kumamoto-costo-242-mil-pesos.htm el día 30 de agosto de 2015
- EL FINANCIERO, de fecha 17 de agosto de 2016, en la página electrónica http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/ordena-tepjf-a-ine-disminuir-sancion-a-mc-por-no-resguardar-correctamente-el-padron.html consultada el día 02 de septiembre de 2016.
- García Hernández, Arturo, "*El analfabetismo tecnológico de las autoridades acabó con Enciclomedia" Periódico La Jornada,* 27 de junio de 2011, consultado el día 15 de enero de 2014 en http://www.jornada.unam.mx/2011/06/27/politica/002n1pol
- Guillen, Patricia, DIARIO DE MÉXICO, de fecha 11 de agosto de 2016, en la página http://www.diariodemexico.com.mx/i_e_d_f-preve-baja-participacion-sistema-electronico-votacion-diputados-cuestionan-efectividad/ consultado el día 30 de agosto de 2016.
- Hegewisch, Buendía, José, "*Observación electoral y medios de comunicación en México. Lecciones aprendidas y visión de futuro," Revista Mexicana de Derecho Electoral,* Especial sobre Observación Electoral 2012, México, número 4, 2013, P 93.

- Luna Santiago Guillermina, et al, “Conceptos de Red y Servicios de Internet”, Unidad 1 Taller de Cómputo, UNAM, CCH ORIENTE, 2016, información obtenida de la página http://www.cch-oriente.unam.mx/TallerPortal/U1INTERNET/audios_T_C.pdf consultado el día 10 de enero de 2016
- Marván Laborde, María, *Revista Electrónica de Opinión Académica*, número 30, noviembre-diciembre de 2015, 10 de noviembre de 2015, México, disponible en la página http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/HechosyDerechos/cont/30/art6.htm consultada el día 15 de enero de 2016
- Villamil Jenaro, “*Frente a la caída de Televisa y TV Azteca, Netflix crece 157%”*, *Proceso,* [en línea] Nacional, 26 de Febrero 2016, [fecha de consulta 20 de abril de 2016], México, consultada en la página de internet
- Villamil Jenaro, “Televisión para jodidos”, *Proceso,* [en línea] Nacional, 19 de marzo de 2013, [fecha de consulta 25 de septiembre de 2015], México, consultada en la página de internet http://www.proceso.com.mx/336733/television-para-jodidosAZCÁRRAGA
- Villamil Jenaro, “Frente a la caída de Televisa y TV Azteca, Netflix crece 157%”, Proceso, en línea, Nacional, 26 de Febrero 2016, fecha de consulta 20 de abril de 2016, México, consultada en la página de internet http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157
- Zambrano Martínez, Fernando, “Las TICS en nuestro ámbito social”, Revista Digital Universitaria, UNAM, 01 de noviembre de 2009, vol. 10, número 11, art. 79, información disponible en http://www.revista.unam.mx/vol.10/num11/art79/int79.htm

OTROS DOCUMENTOS

- Concepto del INE, fundamentado en la CPEUM, México, información disponible la página oficial http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_de_los_Partidos_Politicos/ consultado el día 30 de septiembre de 2015
- Fundación Internacional para Sistemas Electorales, “*Aplicación de la Reforma Electoral de 2007/2008 en México desde una perspectiva internacional comparada”,* Fundación Internacional para Sistemas Electorales mayo 2009, P. 27 información disponible en http://www2.ine.mx/docs/IFE-v2/CAI/CAI-publicaciones/docs/Informe_IFES_I.pdf consultada el día 23 de junio de 2015.
- González Frea, Leandro, “*Aspectos legales y normativos de las redes sociales”*, Argentina, http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-

facebook-regulacion-legal-argentina/265/#_ftn2 Fecha de consulta 22 de junio de 2015

- González Oropeza, Manuel, Candidaturas Independientes, Ensayos IIJ-UNAM, 2010, consultado en http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/sufragio/cont/4/ens/ens7.pdf
- Información disponible de la Organización de Estados Americanos, *Declaración Conjunta Sobre Libertad De Expresión E Internet* http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=849&lID=2, consultada el día 30 de abril de 2015.
- Vázquez Gaspar, Beatriz, *Panorama general de las candidaturas independientes*, Contorno Centro de Prospectiva y Debate, julio 2009. Información disponible en la página *http://www.contorno.org.mx/pdfs_reporte/julio09/BVG_Candidaturas_Independientes_Junio_09.pdf.*
- Tabla de contenido obtenida en la página del INE, titulada "Porcentaje de participación en elecciones de 1991 a 2015" con referencia a la Participación Ciudadana, disponible en http://siceef.ine.mx/campc.html?p%C3%A1gina=1
- Gráficas obtenidas de PARAMETRÍA: Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 800 cuestionarios hechos a personas de 18 años en adelante con credencial para votar que residan en el lugar de interés al momento de la entrevista. Fecha de levantamiento: del 20 al 24 de junio de 2015. Tasa de Rechazo: 46 %. Nivel de confianza estadística: 95 %. Margen de error: (+/-) 3.5 %. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el INE. En la página http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4781

VIDEOS

- Información de vídeos obtenida a través del link de Youtube donde se pueden ver los spots de la campaña negra en contra de Andrés Manuel López Obrador. Disponible en la página https://www.youtube.com/watch?v=zXCU0HDJ7Wk consultada el día 03 de mayo de 2014
- Entrevista con el Dr. Benito Nacif, entonces consejero electoral del Instituto Federal Electoral, para fundaciontv.com, el jueves 19 de febrero de 2009, disponible en la página https://www.youtube.com/watch?v=dg1xzapPHME consultada el día 17 de agosto de 2015