

# Observación electoral y medios de comunicación en México. Lecciones aprendidas y visión de futuro

José Buendía Hegewisch\*

## Sumario:

- I. Modelo de comunicación política de la reforma electoral  
2007-2008
- II. Principales hallazgos de la observación
- III. Recomendaciones generales
- IV. Propuestas específicas

\* Doctor en el Programa de Cambio Social, Universidad Complutense de Madrid.

## Resumen:

El presente trabajo centra su atención en el modelo de comunicación política establecido a partir de la reforma electoral suscitada en los años 2007-2008.

Asimismo sitúa las diversas perspectivas o posturas de las organizaciones y entidades que participaron en la observación electoral (como Centro de Estudios para un Proyecto Nacional Alternativo, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, entre otros) de la elección presidencial de 2012, de manera que se explican las conclusiones a que llegaron.

Finalmente, en las recomendaciones generales, se aborda el consenso y preocupaciones de la sociedad civil, centros de investigación e instituciones académicas sobre la reforma electoral y el modelo de comunicación política.

**Palabras clave:** modelo de comunicación política, spot, observación electoral, Constitución, proceso electoral.

## I. Modelo de comunicación política de la reforma electoral 2007-2008

### 1. Antecedentes

El consenso de la reforma electoral de 2007 en el Congreso se resquebrajó en sus primeros años de andadura. Los partidos más grandes habían conseguido uno de los pocos acuerdos sustantivos de los últimos años en medio de la polarización política que dejó la elección presidencial de 2006. Paradójicamente, la cercanía en ese momento a los agravios y el encono de aquellos comicios sirvió para sumar voluntades. La reforma —hay amplias coincidencias—, fue una reacción a la crisis político electoral de 2006. Basta recordar que la confrontación política llevó a que el presidente electo rindiera protesta en una tribuna tomada, en la que parlamentarios de uno y otro partido expresaban su apoyo o rechazo a la investidura del declarado oficialmente vencedor. La rispidez de aquella elección galvanizó el reclamo sobre la falta de condiciones de equidad en la contienda. Particularmente sobre dos problemas que, tanto en México como en el resto mundo afectan la calidad y la representación de las democracias: el dinero y los medios de comunicación.

La reforma, en primera instancia, ayudó a recuperar un ambiente político viable para la convivencia de la pluralidad. Recuperó la vía del consenso de reformas anteriores, que se había deteriorado quizá desde la integración del Consejo General del IFE en 2003 sin la participación del PRD en el acuerdo, y estableció nuevas reglas para la equidad en la competencia electoral, particularmente en el acceso de los partidos a los medios de comunicación y en mayores atribuciones a la autoridad para fiscalizar el dinero en las campañas. En el fondo, los partidos convergieron en la preocupación de devolver al Estado el control sobre las campañas en los medios radioeléctricos, mientras se limitaba la intervención de funcionarios públicos y de terceros en el proceso. Incluso, se anunció el advenimiento de un nuevo modelo de comunicación política capaz de contribuir a elevar la calidad del debate.

El funcionamiento y la aplicación de las nuevas reglas de la comunicación política de la reforma es el objeto de este trabajo. Más de una

decena de organizaciones de la sociedad civil, centros de investigación e instituciones académicas que participaron en la observación electoral en México en el proceso federal electoral de 2012, dirigieron sus preocupaciones hacia este tema. El resultado de algunos de sus trabajos, como el Centro de Estudios para un Proyecto Nacional Alternativo, es producto del estudio y análisis que desarrollan desde la aprobación y promulgación de la reforma. Ahora con la experiencia de dos elecciones, el CEPNA o el observatorio de medios de la EGAP campus Monterrey, ofrecen en materia electoral, una evaluación integral del modelo de acceso a medios como la radio y televisión, así como estudios integrales de monitoreo sobre la comunicación política y los medios en las campañas.

## 2. Contexto de la aplicación de la reforma

El consenso se rompió tras la promulgación de la reforma en 2008 y el acuerdo dio paso a múltiples quejas, impugnaciones y amparos contra ella. La amplia coalición de fuerzas cayó en la discordia política; la reforma y las autoridades encargadas de aplicarla se volvieron objeto del asedio de los propios actores y también de los medios de comunicación en los años posteriores. En efecto, desde el proceso legislativo hasta después de su aprobación en el Congreso, las nuevas reglas electorales fueron ampliamente cuestionadas por representantes de medios, especialmente radioeléctricos, un grupo de intelectuales y líderes de opinión. La Suprema Corte de Justicia dio entrada a un juicio de inconstitucionalidad por violación a la libertad de expresión, es decir, por la prohibición a terceros de contratar espacios en medios de comunicación durante las campañas electorales para hacer propaganda política. Aunque el máximo tribunal desechó la acusación, el debate sobre la reforma y la libertad de expresión persiste tras dos procesos electorales federales, como demuestra la postura de la observación de Coparmex-ITESM en su informe de trabajo. Aunque es el único proyecto que defendió esta línea, en sus conclusiones se insiste en que las restricciones para la contratación de tiempos en radio y TV vulneran la libertad de expresión, en tanto que se impide a partidos y ciudadanos acceder directamente a esos espacios con el objeto de influir en las preferencias electorales.

En efecto, las restricciones a la libertad de expresión es una de las principales críticas al contenido de la reforma. Con frecuencia quienes

la sostienen también coinciden en que su diseño fue resultado de una conjunción de agravios alrededor de las elecciones presidenciales. De las razones coyunturales que en su momento esgrimieron las fuerzas políticas para impulsar la reforma destacan la inconformidad con la actuación del árbitro electoral en las elecciones de 2006 y la situación de indefensión en que los partidos se sintieron frente a los medios de comunicación por percibir arrogancia y parcialidad en su actuación en dichos comicios.

A pesar del nuevo modelo de comunicación, algunos de los desequilibrios del sistema de medios aún se mantienen y afectan las condiciones de competencia electoral, y en este tenor, la AMEDI señala en su reporte de observación de las elecciones 2012, que la concentración de medios es un problema estructural que incide en el funcionamiento y calidad del sistema democrático. El trabajo de la Coparmex-ITESM también apunta esta problemática a la vez que denuncia restricciones a la libertad de expresión, defiende que la manera de abordarla es a través de un ordenamiento distinto al plano electoral y los derechos políticos de los ciudadanos.

En el extremo opuesto de posiciones en este debate se encuentran los que incluso desde una perspectiva garantista del derecho afirman que las libertades nunca son absolutas. Nadie debatiría la idea de que todos los derechos son importantes, su finalidad es proteger a los ciudadanos, su dignidad, así como el funcionamiento de las normas e instituciones, pero dado que entre derechos se producen conflictos y hasta colisiones, es necesario un trabajo de armonización y compatibilidad de las libertades en las leyes, los tratados y las Constituciones. En la discusión que nos compete, la articulación es un principio básico para garantizar los derechos políticos democráticos como el de la libertad de expresión con las condiciones de igualdad para la competencia en situación de pluralismo.

El modelo de solución que propuso la reforma recupera el consenso y la agenda de temas que marcaron los sucesivos cambios a las reglas electorales en las últimas dos décadas, especialmente respecto a dos asuntos que emergieron con mucha fuerza tras los comicios de 2006, el primero, se refiere al financiamiento público a los partidos políticos y las limitaciones de la autoridad para fiscalizar y supervisar el manejo del dinero en las campañas. Y el segundo, al acceso a los medios de comunicación y la regulación de la propaganda política de partidos y funcionarios públicos.

En la observación 2012, el análisis del contenido de los mensajes de la propaganda centró en buena parte las preocupaciones de las organizaciones civiles. En este tema destaca el trabajo de Julio Juárez Gámiz, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, quien realizó un minucioso estudio del contenido y la estructura de la publicidad política televisiva producida por los partidos políticos. En particular, el trabajo aporta una disección del nivel de información del spot como instrumento privilegiado de la comunicación política, así como del impacto de las campañas negativas o de contraste para la calidad del debate en las contiendas.

Es llamativo que a 20 años del ejercicio legal, institucional y ciudadano de la observación electoral en el país, crezca cada vez más el interés por el monitoreo de medios de comunicación, y ahora también de redes sociales. El desplazamiento de la atención a temas cada vez más sofisticados y que tienen que ver con la calidad de la democracia es un dato que no pasó desapercibido en la observación de las lecciones de 2012. Así fue consignado en la Jornada temática de observación electoral, celebrada en la Flacso el 15 de noviembre, donde también se presentaron los hallazgos de los observatorios de medios de la Universidad Iberoamericana, de CIMAC, trabajos de observación sobre la ciudadanía y la participación política femenina en distritos electorales de mayoría indígena que desarrollo el CIESAS y otras experiencias particulares en Ciudad Juárez, a cargo de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Chihuahua, entre otros.

Otro ejemplo de la evolución de la observación electoral desde las clásicas actividades en las que anteriormente se concentraban las denuncias de fraude e irregularidades, es el extenso trabajo de monitoreo y observatorio de medios y opinión pública de la EGAP-ITESM Campus Monterrey. En esta ocasión, la cátedra de Investigación “Instituciones y prácticas de las democracias contemporáneas” desarrolló un proyecto que atiende a la necesidad de vincular con rigor y sistematicidad el estudio de los contenidos de la información política en los medios de comunicación con la investigación sobre la formación de la opinión pública.

### 3. Los administradores de la reforma

Los temas de observación sobre la comunicación política, sin embargo, no se agotan en los tiempos en radio y televisión, el debate sobre

la libertad de expresión o el monitoreo de las campañas. Atienden también a la actuación de los actores políticos y de las instituciones electorales.

Para todo mundo es evidente que las personas son las que hacen funcionar a las instituciones. Aun cuando las instituciones estén bien articuladas con las normas, el comportamiento de los actores es clave para su correcto funcionamiento, de manera que si los servidores públicos incurren en prácticas indebidas, responden a agendas personales o son ineficaces, las mejores leyes e instituciones están en problemas.

Las críticas y quejas contra la reforma se multiplicaron a partir de 2008, como se adelantó líneas arriba, y en buena medida se enfocaron en sus administradores. Una vez superados los principales escollos sobre los contenidos, las baterías de la confrontación contra el nuevo marco electoral se dirigieron al Consejo General del IFE y al Tribunal Electoral en los años que precedieron a los comicios presidenciales de 2012.

La reforma, en ese contexto, tuvo un fuerte impacto institucional y dotó de nuevas facultades tanto al TEPJF como al IFE, aunque la transformación que supuso fue aún mayor en el caso del segundo. Las nuevas atribuciones del IFE provocaron una sobrecarga de funciones y tareas que iban más allá de las que había tenido en la elección anterior. De ser un órgano ciudadano encargado de organizar las elecciones, pasó a convertirse en una especie de “super fiscal” con atribuciones para una mayor regulación del proceso electoral. Las modificaciones otorgaron al IFE funciones no necesariamente ligadas a la tarea de organizar las elecciones, como las de supervisión y control de los partidos durante el proceso electoral, lo que dio lugar a una más grande y pesada maquinaria electoral, sin que necesariamente la institución haya ganado en autonomía respecto a los partidos políticos. Este es uno de los temas que preocupan al trabajo de observación de la Comisión Mexicana de Derechos Humanos, que en su informe destaca la urgencia de revisar el proceso de selección de los consejeros electorales. Su dinámica, anota, debe cambiar para encontrar un mecanismo que permita eliminar las cuotas partidistas y dotar al órgano de mayor autonomía respecto a los sujetos que debe regular: los partidos políticos.

La naturaleza y funciones del IFE también están en el centro de las preocupaciones del trabajo de la organización “Estado y Sociedad”, que en sus críticas, sin embargo, va mucho más allá de la AMDH para

apuntar que la institución debe ser sometida a un replanteamiento total. Concluye que su diseño no le permite cumplir con sus fines, desde su perspectiva, la institución no sólo no está hecha para regular a los medios, sino que tampoco tiene condiciones para cumplir con la tarea sustantiva de promover la cultura política democrática y la educación cívica. Por ello sostiene que debe someterse a un proceso de remodelación completo, aunque sin decir en cuál dirección.

La autoridad electoral mexicana, conviene recordarlo, es reconocida internacionalmente como una de las más eficientes para la organización y administración del proceso electoral, aunque tiene una estructura compleja y un aparato costoso en términos financieros. También hay que tomar en cuenta que las críticas a esta institución se multiplicaron junto con el ejercicio de atribuciones sensibles para los partidos políticos y los medios, como las mayores capacidades para fiscalizar y sancionar los gastos de campaña, el acceso a los medios de comunicación y el monitoreo de la transmisión de mensajes con propaganda política a través de mecanismos diseñados *ad hoc* por la institución. Asimismo, las nuevas reglas electorales ofrecieron al IFE atribuciones para interpretar la forma y el fondo de los mensajes de las campañas negras o de lodo que habían caracterizado a los comicios de 2006.

La facultad de interpretar lo permitido o no de la comunicación política, abrió otro flanco de críticas hacia el órgano jurisdiccional y el IFE. Para algunos, los fallos de la autoridad han sido más o menos restrictivos, mientras que para otros deben ser más estrictos respecto a asuntos como las “campañas negativas” o la intervención de funcionarios en la contienda, como se reclama en varios de los proyectos de la observación 2012. En particular, el trabajo de Citlali Villafranco, de la UACM, parte de la hipótesis de que las sentencias de las autoridades electorales, tanto del IFE como del Tribunal Electoral, modificaron en la práctica el modelo de la reforma. Este proyecto se interroga sobre los problemas para la aplicación del nuevo modelo de comunicación política y explora en fallos y sentencias para conocer los criterios de interpretación de los administradores de la reforma en asuntos capitales como la libertad de expresión o del acceso a los medios de comunicación. Asimismo, analiza contradicciones entre el IFE y el TEPJF respecto a la forma de entender y operar la reforma.

Es difícil de cuestionar que las nuevas facultades colocaron a ambas instituciones en el centro de la batalla política y multiplicaron sus puntos de conflicto y litigio con todos los sujetos obligados. La refor-

ma abrió flancos que dispararon el litigio entre el árbitro y los jugadores, así como entre las mismas autoridades electorales.

La reforma fue criticada en todos los frentes desde los meses siguientes a su aprobación, lo que la convierte en una de las más controvertidas. Ahí están los amparos y juicios de inconstitucionalidad que elevaron organizaciones sociales, intelectuales y medios, pero sobre todo el sustantivo incremento de quejas e impugnaciones de los partidos. Una muestra clara de ello, por ejemplo, es que prácticamente todos los acuerdos del Consejo General del IFE para ponerla en práctica se recurrieron ante el Tribunal Electoral. Tan solo en el primer semestre de 2008, el año siguiente de su aprobación, se presentaron 91 quejas de los partidos cuando en todo 2005 —año anterior a la elección presidencial— hubo apenas 47.<sup>1</sup>

La pérdida del consenso de la reforma, en efecto, dio paso a una alta rijosidad en los procesos electorales que le siguieron en 2009 y 2012. El conflicto es especialmente visible en los comicios presidenciales, pero lo cierto es que los partidos aun con el recorte de los periodos de campaña pasan la mitad del tiempo en las urnas, y la otra, en los tribunales, de ahí el papel central que despliegan los consejeros y jueces en la aplicación del modelo, como señala Citlali Villafranco<sup>2</sup> y otros trabajos de observación como los de la CMDH o la AMEDI.<sup>3</sup> De los juicios que atiende la justicia mexicana, uno de los asuntos de mayor incidencia son los relativos a la competencia entre partidos, distribución de recursos y reparto del poder, en efecto, la democracia mexicana se ha vuelto conflictiva y transcurre entre denuncias. Sólo de la pasada elección presidencial, por ejemplo, el TEPJF recibió 364 recursos de inconformidad, de ellos 361 son acerca del cómputo de votos en los distritos y tres sobre la validez de los comicios, y fueron interpuestos por partidos, organizaciones sindicales, sociales, civiles y hasta militares jubilados.

---

<sup>1</sup> Morales, Rodrigo, *Nuevas atribuciones del IFE: de cómo vino la reforma, cómo se aplicó y qué está faltando*, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2010, p. 19.

<sup>2</sup> Villafranco Robles, Citlali y Medina Torres, Luis Eduardo, “El modelo de comunicación política: problemas de aplicabilidad, coordinación e interpretación en el ámbito federal y estatal”.

<sup>3</sup> Calleja Gutiérrez, Aleida Elsi *et al.*, “Perspectivas y evaluación del modelo político electoral en México”.

La denuncia de fraude se ha convertido en un procedimiento de “oficio” de los partidos, con objeto de presionar para modificar el resultado fuera de las urnas. Eso no significa que no se cometan trampas como la compra de voto, el gasto excesivo de los partidos y hasta el financiamiento irregular. Por supuesto, algunas de esas viejas prácticas prevalecen tanto en comicios federales, estatales y municipales, aunque con especial crudeza a nivel local, como se desprende de la observación del CIESAS en el Distrito 04 de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca.

Del breve recuento de los primeros años de aplicación de la reforma —dos procesos federales electorales— puede afirmarse que un asunto central para su correcto funcionamiento tiene que ver con el comportamiento de los actores políticos respecto a las nuevas reglas electorales. La efectividad de una norma, conviene recordarlo, depende de la aceptación de los actores políticos y sociales que quedan obligados a observarla, así como por la capacidad coercitiva que adquiera para obligar a su cumplimiento. Los cambios constitucionales de 2007 en materia electoral han demostrado su viabilidad para la organización, administración de los procesos electorales, así como los beneficios en mejores condiciones para la contienda electoral, pero también han demostrado que la actitud de los actores es clave para su funcionamiento.

Es este un aspecto relevante que preocupa a la AMEDI, en sus conclusiones señala que entre los mayores obstáculos de la reforma están las decisiones y estrategias de los partidos por violar la norma. En el análisis que realiza sobre resoluciones trascendentales de las autoridades electorales respecto a la libertad de expresión, concluye que los partidos despliegan estrategias con las que pretenden burlar las propias reglas que ellos se dieron en la reforma de 2007, a pesar de que ponen en riesgo los procesos electorales y la democracia.

Lo anterior es uno de los asuntos que centra la atención de la organización “Innovación y Equidad”, la que hace un seguimiento de la actuación de la autoridad electoral y de los partidos políticos para identificar elementos sobre la legalidad y la calidad del proceso electoral.

Finalmente, una consideración ulterior en la que coinciden la mayoría de las organizaciones, centros de investigación e instituciones académicas de la observación 2012 en relación con las condiciones de la contienda, consiste en que es necesario mejorar las reglas del juego más allá del ámbito electoral. No hay duda, se señala, que por más limitaciones y candados existentes para mantener las condiciones de

la competencia es necesario modificar aspectos estructurales como la concentración mediática. Para ello no es necesario ir a descubrir el agua tibia, pues a pocos les cabe duda de que un mayor pluralismo de medios es imprescindible para garantizar libertades básicas como la de expresión y el derecho a la información, así como elecciones libres, justas y equitativas, lo cual debe quedar plasmado en la legislación nacional, en las decisiones judiciales e incluso en las reglas autoimpuestas por los medios de comunicación.

## II. Principales hallazgos de la observación

El modelo de comunicación política no fue el principal problema al que se enfrentaron las autoridades administrativas y jurisdiccionales para la aplicación de la reforma de 2007, por segunda ocasión, en los pasados comicios presidenciales éste tema tampoco representó la causa medular de las impugnaciones o demandas interpuestas por partidos políticos, candidatos o ciudadanía ante el IFE y el TEPJF. No obstante, la relación entre el poder político, los medios de comunicación y las condiciones de la competencia, el ejercicio de la libertad de expresión y el acceso a la información, persisten como asuntos centrales de debate público.

La aplicación de la reforma ha sido un proceso complejo, en especial por el elevado número de demandas e impugnaciones que ha generado, además, porque el trabajo del Congreso de 2007 estaba incompleto y el IFE tuvo que llenar sobre la marcha vacíos importantes, para reglamentar aspectos como la administración de tiempos oficiales en radio y TV, hay incluso omisiones que prevalecen desde la reforma como la reglamentación del derecho de réplica, como recuerdan varios de los informes de la observación 2012.

Las peores expectativas sobre el modelo de comunicación, sin embargo, estuvieron lejos de materializarse, particularmente en una de las dimensiones que parecía más vulnerable: el cumplimiento de las nuevas disposiciones de acceso a medios. La administración de los tiempos oficiales de radio y TV a cargo del IFE en ningún momento supuso un problema del proceso electoral, como prueba, el grado de cumplimiento de las pautas por parte de los medios de comunicación. Aunque la reforma arrancó en un contexto de animadversión de los

medios respecto a las nuevas reglas y en especial respecto a la prohibición de contratación directa a partidos y particulares, el pautado de los spots en medios radioeléctricos se cumplió en más del 95%, según datos del IFE.

Así mismo, los pronósticos de que serían los mensajes o la propaganda política los que también captarían un importante volumen de impugnaciones, tampoco se confirmaron, las expectativas sobre la conflictividad o irregularidades por problemas derivados de la ejecución del modelo de comunicación se desinflaron, los medios estuvieron en el centro del debate público de las campañas, pero no se ubicaron en el epicentro del litigio electoral, los cuestionamientos sobre la libertad de expresión y de información tampoco atendieron a las nuevas reglas electorales, sino a otros aspectos como la influencia del dinero en las campañas, el manejo informativo de los medios radioeléctricos o problemas estructurales como la concentración mediática.

Por paradójico que parezca, las principales impugnaciones del proceso provinieron de la denuncia de viejas prácticas como la de compra y coacción del voto, que poco tienen que ver con el modelo de comunicación derivada de la reforma. Ahí está el caso Monex o las acusaciones sobre el apoyo de las televisoras a un candidato desde antes de las campañas electorales.

Sobre esto último sí hubo quejas genéricas en las impugnaciones que recibió el TEPJF sobre el proceso electoral, pero las demandas relacionadas con el modelo de comunicación tuvieron que ver, sobre todo, con fallas de las nuevas reglas de comunicación y con los vacíos de regulación para medios impresos, y particularmente de Internet y las redes sociales.

Todo ello no significa que la aplicación del modelo no adolezca de importantes deficiencias, sí, en efecto, las tiene. De sus problemas acreditados destaca la spotización de las campañas y la saturación de mensajes en el espectro radioeléctrico por la transmisión de tiempos del Estado. Este es un problema que se detectó desde la primera elección en la que se probó la reforma en 2009. Antes y ahora demostró las limitaciones de este formato para alcanzar uno de sus objetivos centrales: elevar la calidad del debate. La observación electoral 2012 confirma esa observación y aporta nuevos hallazgos.

## 1. Centro de Estudios para un Proyecto Nacional Alternativo (CEPNA)

Realizó un esfuerzo de estudio y análisis para desarrollar una evaluación integral del modelo de acceso a radio y televisión en el proceso electoral de 2012, desde el marco jurídico constitucional hasta los instrumentos para administrar los tiempos oficiales y el monitoreo sobre el comportamiento de los medios. De esa revisión concluye en palabras de su director, Jorge Alcocer, que la reforma electoral de 2007 cumplió con un objetivo central: asegurar la equidad en el acceso de los partidos a los medios de comunicación, sin que se haya registrado “un solo caso de vulneración a la libertad de expresión” de periodistas, editorialistas o conductores.

Además, agrega, los casos de compra ilegal de tiempo por particulares o partidos políticos “fueron mínimos”, como prueba la ausencia de demandas al respecto y los datos del IFE sobre el cumplimiento de concesionarios y permisionarios de las pautas de transmisión de los mensajes políticos, que alcanzaron un nivel superior al 95%.

Estas conclusiones le hacen afirmar que las normas constitucionales de la reforma de 2008 han acreditado su “pertinencia, solidez y eficacia”. A ello contribuyeron las sentencias del pleno de la SCJN y las interpretaciones emitidas, en varias de sus sentencias, por la Sala Superior del TEPJF.

En particular recuerda que aunque el debate prosigue, el pleno de la Suprema Corte estableció una importante verdad jurídica cuando determinó que la reforma no vulnera la libertad de expresión y que la prohibición para comprar tiempo en radio y televisión es una restricción comercial. Esa sentencia ofreció al texto constitucional la mejor base para su “continuidad, fortalecimiento y consolidación”.

No obstante, los hallazgos revelan también efectos negativos como el fenómeno de la spotización de los mensajes políticos de los partidos. Este problema forma parte de los errores y omisiones que se detectan en el texto del artículo 41 constitucional y que la ley secundaria (Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales —Cofipe—) y las disposiciones reglamentarias del IFE agravaron. Para modificar el uso de los tiempos de Estado en que se pautan los mensajes de los partidos, de acuerdo con el estudio, sería deseable una reforma a dicho artículo siempre que abrir el texto constitucional no sea pretexto

para una contrarreforma electoral. Aunque los mayores problemas en las leyes que afectan la aplicación del modelo están en el Cofipe.

De los más importantes descubrimientos es la posibilidad, jurídica y operativa, de introducir cambios radicales en el formato (minutos de duración) de los mensajes en radio y televisión de partidos políticos y autoridades electorales, sin que eso requiera reformar la Constitución.

Para tal propósito, explica el Informe, sería necesario establecer en el Cofipe la existencia, y obligada utilización por los partidos políticos, de mensajes de entre tres y cinco minutos continuos, en que los candidatos, ya sean presidenciales o al Congreso, expongan sus propuestas programáticas. Para tal propósito, la norma legal establecería la compactación de los minutos finales de cada hora con los primeros de la hora inmediata siguiente, tal como han venido haciendo los concesionarios y permisionarios desde 2009, con la validación de la Sala Superior del TEPJF.

Otro de los hallazgos destacados es que el concepto de la “denigración” como límite a las campañas negativas ha dado lugar al abuso en la presentación de quejas de los partidos; que además deben ser resueltos con las normas y tiempos del procedimiento especial sancionador y que, en la mayoría de los casos, conducen a juicios ante la Sala Superior del TEPJF.

El Centro de Estudios para un Proyecto Nacional Alternativo, S.C. (CEPNA) hace eco de las voces de especialistas que recomiendan suprimir esa parte de la norma legal y dejar solamente la figura de la calumnia contra la llamada “propaganda negra”. Otra postura es establecer criterios legales detallados para ambas previsiones (denigración y calumnia), de tal forma que se reduzca el margen de discrecionalidad con el que han venido resolviendo este asunto tanto los consejeros electorales del IFE como los magistrados de la Sala Superior del TEPJF.

## 2. Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)

Una de las conclusiones más importantes de su informe es que en la reforma no hay un nuevo modelo de comunicación política sino un cambio de reglas sobre el acceso de los partidos a los medios. En la práctica, la reforma no supuso una modificación de la manera en que los partidos y candidatos se comunican con la ciudadanía, como tampoco las estrategias para acercar información de calidad. La hegemo-

nía del spot caracteriza al modelo de comunicación política y las estrategias de los partidos privilegian la imagen de los candidatos sobre la información política para la deliberación pública.

Además, observa que hasta en los medios públicos hay una limitada oferta de análisis y opinión electoral. En estos y en los comerciales, la participación de la mujer en espacios de análisis es reducida, pues según sus datos sólo ocupan al 20% de los casos.

La AMEDI también analizó en su observación, resoluciones trascendentes de la autoridad electoral sobre la libertad de expresión y concluyó que no violan la libertad de expresión.

Resalta con preocupación que los principales detractores de la reforma son las estrategias de los partidos por violar las normas que ellos mismos aprobaron en el Congreso, no obstante poner en riesgo su viabilidad y la de los procesos electorales. Considera que la disminución de las sanciones es un incentivo para que los actores violen la ley, principalmente partidos y medios.

Para la AMEDI, más que mayores regulaciones y “candados” en los distintos ordenamientos legales, el funcionamiento de la reforma requiere de cambios en el comportamiento de los partidos políticos. Aunque tampoco esto bastará si no se modifican los problemas estructurales como la concentración de medios, en donde los partidos pueden llevar el tema al Congreso.

Destaca que otra importante omisión legislativa es la reglamentación del derecho de réplica, así como del artículo 134 sobre la promoción de funcionarios y gobiernos, ya que se genera un vacío que provoca inequidades en las contiendas.

El informe concluye que se requieren ajustes a la ley para que los actores cumplan y replantear la utilización de los tiempos de Estado para superar el problema de la spotización.

### 3. Julio Juárez Gámiz (UNAM)

Concluye este trabajo de observación señalando que si bien el acceso de los partidos políticos a radio y televisión es más equitativo, en el anterior proceso electoral federal la calidad del debate no se incrementó. En las campañas se utilizaron mayoritariamente spots publicitarios para la promoción personal de candidatos y la denostación de opositores. De los spots difundidos por los siete partidos políticos,

sólo 40% estuvo enfocado a la divulgación de plataformas electorales, mientras que más de la mitad consistió en mensajes contruidos según una lógica racional, no emocional. Es posible afirmar que a partir de la última reforma electoral las campañas son menos negativas de lo que fueron las de las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, pero no más informativas.

El objetivo de esta observación fue analizar el contenido y estructura de la publicidad política. Incluye la revisión de 308 mensajes de los siete partidos políticos<sup>4</sup> para determinar los cambios que introdujo en ellos la reforma de 2007 respecto a comicios anteriores.

Entre sus principales hallazgos destaca que el nivel de información política en los spots es escaso y, cuando llega a aparecer, es superficial. De hecho, más de la mitad de las producciones audiovisuales no se refieren a ningún tema que los mismos partidos postulan en su plataforma electoral. Por tanto, es posible inferir que el electorado que recibe la información de los spots se entera más de los atributos y defectos personales de los contendientes, que de la información referente a los principales problemas sociales.

Otra de sus conclusiones es que la reforma promovió una disminución de las campañas negativas y de contraste, aunque esto no se ha traducido en la generación de piezas de publicidad política más informativas.

Además, las estrategias y formatos de la publicidad política televisiva favorecen la personalización de la política en detrimento de la difusión de plataformas electorales y propuestas que diferencien la oferta política de los contendientes. Los datos presentados en este estudio advierten que aunque la legislación electoral establece una distribución del tiempo aire entre la campaña presidencial y para el Congreso, la realidad es que la mayoría, 8 de cada 10 spots, fueron producidos para promover a los candidatos a la Presidencia.

---

<sup>4</sup> PRI, PAN, PRD, PVEM, Movimiento Ciudadano, PT y Nueva Alianza.

#### 4. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-Universidad Autónoma de Chihuahua. Observatorio de medios, política y sociedad

Esta iniciativa básicamente consistió en la observación presencial del comportamiento electoral en los distritos de Ciudad Juárez en la jornada electoral del pasado primero de julio. Su trabajo consistió en el monitoreo de las votaciones para elaborar un análisis cuantitativo de la actuación de las autoridades electorales en las mesas de votación y la participación ciudadana en las urnas.

La observación *in situ* permitió concluir que la jornada demostró una pobre labor de capacitación y desempeño de los funcionarios electorales. Ello se convirtió en un desincentivo de la participación ciudadana, que se desmotivó al hallarse errores y omisiones en la lista de electores y en las credenciales para votar.

Lo más importante de la observación para la Universidad Autónoma de Chihuahua, es que contribuye al fortalecimiento y transparencia de los procesos electorales. Además, le permite a la institución cumplir con su objetivo de respaldar la participación social y reforzar el poder de la ciudadanía. Esto genera confianza entre los votantes de la jornada electoral, no libre de incidentes, pero con la libertad de señalarlos y proceder a la mejora continua de las elecciones en México.

#### 5. Coparmex-ITESM

Sólo este informe sostuvo que el modelo de comunicación política es violatorio del artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos en lo que se refiere a la libertad de expresión y de opinión. La reforma electoral de 2007 vulnera el derecho a la libertad de expresión al establecer prohibiciones y limitaciones a la contratación de tiempos de radio y televisión. Esta limitación que se impone tanto a los partidos políticos como a los ciudadanos mexicanos, pretende evitar que se manifiesten por esos medios para influir en las preferencias electorales.

Además, en su opinión es necesario modificar el artículo 41 constitucional en función de la reforma de derechos humanos que cambió la definición de las libertades en el artículo primero de la carta magna.

Esta es su principal conclusión y explica que el origen de la problemática sobre el acceso a la información se encuentra en la con-

centración mediática. La estructura cuasi monopólica del sistema de medios audiovisuales, particularmente la televisión, impide un pleno desarrollo y ejercicio del derecho a la libertad de expresión y difusión del pensamiento y de las ideas en México.

Sin embargo, para Coparmex-ITESM el problema de la reforma electoral es que pretendió resolver este tema limitando algunos aspectos del ejercicio de la libertad de expresión y manifestación, es decir, se ha producido una disminución en la calidad y ejercicio de la libertad de expresión en México para favorecer una supuesta mayor equidad en la contienda electoral. Una limitación estructural que se explica por la concentración mediática, pero que no se resuelve con la reforma, y en cambio sí limita la libertad de expresión.

Entre sus hallazgos destaca la necesidad de reformas legales que favorezcan la participación ciudadana en las campañas de un modo más activo. Por ejemplo, a través de la creación de foros y mecanismos de participación para la sociedad civil organizada que alimenten los debates y cuestionamientos públicos a los candidatos, a nivel federal tanto como estatal y municipal.

Para ello es preciso hacer que los medios públicos de comunicación masiva estén abiertos a la ciudadanía.

## 6. Innovación y equidad

Esta organización se propuso monitorear la calidad y la legalidad del proceso electoral federal, la primera, a partir del análisis de las campañas presidenciales y, la segunda, a partir del seguimiento a la actuación de la autoridad electoral y los partidos políticos.

Buscó identificar la calidad a partir de elementos de comunicación política promovidos por los candidatos presidenciales, así como de su participación en las redes sociales. La legalidad, por su parte, tiene su fundamento en el cumplimiento a la normatividad electoral.

El informe ofrece conclusiones del seguimiento de las campañas presidenciales a la luz de los spots de los diferentes candidatos; la primera, que la calidad de las campañas no se tradujo en los medios en propuestas, sino en frases o slogans marcados por la tradición y por lo acotado de su duración.

En consecuencia, de sus hallazgos destaca la necesidad de revisar la normatividad sobre el nuevo modelo de comunicación política esta-

blecido por la reforma electoral de 2007, en lo relativo a los formatos (duración) y cantidad de spots (minutos diarios) asignados no sólo a los partidos políticos sino a las propias autoridades electorales, es decir, la llamada spotización.

Esta observación puso especial atención en las redes sociales, que jugaron un papel importante, aunque no decisivo, para la difusión de información y la movilización ciudadana en la campaña. En lo general, 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; sin embargo, tampoco estuvieron exentas de viejas prácticas como el “acarreo” digital.

La segunda conclusión se refiere a la legalidad del proceso electoral, y a este respecto encontraron que las autoridades electorales cumplieron con su responsabilidad y con la aplicación de la normatividad, por ejemplo, en el tema de gastos de campaña. Sobre este recomienda revisar los mecanismos (fórmulas y parámetros) establecidos para el cálculo de los topes de gastos de campaña, a fin de evitar su crecimiento exponencial.

Finalmente, coincide con otras organizaciones en la necesidad de mejorar las opciones de los espacios en medios (spots), en términos de su variedad (tipos de formato) y su duración.

## 7. CIMAC

Este observatorio de medios monitoreó más de 2000 textos de seis periódicos de circulación nacional (*El Sol de México*, *El Universal*, *Excélsior*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*) para conocer la cobertura de las campañas de candidatas en el proceso electoral y el tratamiento a la imagen de las mujeres que se postularon a cargos de elección popular.

Entre sus hallazgos destaca que la mayoría siguen usando términos discriminatorios en contra de las mujeres. En los periódicos persiste discriminación de género declarada y encubierta, directa e indirecta, y recurrente que afecta de modo negativo la igualdad; se

legítima un lenguaje sexista, que es visto como normal entre la población y eso sin duda abona a la violencia en contra de las mujeres.

Su observación concluye que en 2012 hubo una mayor presencia de las mujeres candidatas a un puesto de elección popular en los medios y sobre todo en portadas respecto al pasado proceso electoral de 2009. Aunque, insiste, el lenguaje utilizado en las coberturas es discriminatorio para la mujer como en 2006 o los comicios intermedios.

Pero, persisten estereotipos sexistas, por ello la necesidad de autorregulación y códigos de ética de los medios con perspectiva de género.

Otro punto relevante para CIMAC fue encontrar que las mujeres periodistas en las secciones políticas se encuentran en desventaja numérica respecto a los hombres periodistas, pues son estos últimos quienes escriben más del tema y en mayor cantidad. Esto quiere decir que el término *política* sigue asociado al género masculino.

## 8. Observatorio de Medios y Opinión Pública EGAP-ITESM, Campus Monterrey

Este observatorio realizó un amplio trabajo de análisis de la cobertura político-electoral en medios impresos y de televisión en México de cara a las elecciones presidenciales de 2012, a través de técnicas de la investigación de contenido cuantitativo y cualitativo, con el objetivo de detectar las tendencias, sesgos y preferencias expresadas en los principales medios de comunicación del país respecto a partidos y candidatos.

El trabajo incluyó el monitoreo de los principales espacios noticiosos de televisión, grupos de enfoque y el análisis cualitativo de la cobertura de casos noticiosos durante la campaña como la visita de Enrique Peña Neto a la UIA o el “charolazo” de AMLO.

Entre los hallazgos más importantes destaca que la cobertura en los principales noticieros de Televisa y Azteca tiene un comportamiento semejante; hubo una cobertura muy pronunciada de Enrique Peña Nieto antes de la campaña presidencial, que luego se redujo y que en la contienda cerró con un número equilibrado de menciones respecto a los otros contendientes.

La cobertura en televisión fue predominantemente de tono neutro y negativo hacia los candidatos. Hubo pocas notas que los presentaran exclusivamente en un tono favorable.

Los periódicos, en cambio, utilizaron un tono más valorativo en su cobertura de los candidatos presidenciales. En lo que respecta a volumen de cobertura en prensa escrita, Enrique Peña Nieto recibió más atención que sus contrincantes, aunque con un tono predominantemente negativo.

El propósito del presente estudio fue determinar la relación entre la influencia de los medios de comunicación y la decisión del voto. En este sentido, se puede concluir que éstos influyen a manera de constructores de opiniones (en esta ocasión a través de los spots); sin embargo, resulta un hallazgo importante que los participantes en este estudio no aceptan de manera tácita que los medios puedan determinar su voto, ya que lo consideran una manipulación. De tal forma que argumentan que los medios los pueden “ayudar” u “orientar” pero que la decisión final es personal y depende de otros factores, tales como la evaluación que hagan los partidos y gobiernos, la problemática actual del país o las influencias familiares (especialmente en los jóvenes).

Otro hallazgo importante del estudio es que la cobertura de las campañas se movió en una dirección similar a los resultados de las encuestas, de acuerdo a éstas, en términos generales, los programas de televisión tenían alguna influencia en la decisión de voto para al menos el 70% de los encuestados, mientras que una tercera parte, consideró que los programas de televisión que empleaban no tenían ninguna influencia en su decisión de voto. Este patrón se repite, con ciertas variaciones, para las tres encuestas realizadas, previas a la jornada electoral.

En cuanto a los periódicos, los lectores de éstos consideran que el medio tiene menos influencia en su decisión de voto que para aquellos que utilizan la televisión de forma primordial.

## 9. Citlali Villafranco Robles, UACM

El informe ofrece una investigación sobre los criterios de interpretación de las autoridades electorales para aplicar el modelo de comunicación política. Explora la existencia de contradicciones entre los criterios de interpretación del IFE y del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Para ello sistematizó 386 acuerdos, resoluciones y sentencias relacionadas con los medios de comunicación, la libertad de expresión y el derecho a la información, de los que 252 acuerdos y resoluciones corresponden al IFE, mientras que 134 sentencias fueron emitidas por el TEPJF.

Su principal conclusión es que el modelo de comunicación política fue modificado por las autoridades electorales, quienes interpretaron y armonizaron las disposiciones legales. Respecto a los criterios de autoridades y juzgadores en sus sentencias y fallos encontraron que privilegiaban la protección de la libertad de expresión, a pesar de que el modelo de la reforma tenía una clara pretensión de cuidar el acceso a la información, así, 46% de las sentencias fueron favorables a la libertad de expresión, en tanto que el 44% lo fueron al derecho a la información, subraya.

La lógica de las resoluciones tanto del IFE como del TEPJF fue consistente, ya que el 89% de las resoluciones fueron votadas por unanimidad.

Otro hallazgo relevante fue que el 23% de los reclamos fueron por propaganda gubernamental, lo que habla de la intervención de los gobiernos de los diferentes niveles alterando las condiciones de competencia.

El informe destaca también que hubo diferencias de criterios en las resoluciones del IFE y el TEPJF. En casi el 70% de las sentencias el TEPJF y el IFE aplicaron los mismos criterios, pero en el 30% restante el TEPJF revocó las resoluciones del IFE. Es decir, una de cada tres sentencias de la autoridad administrativa fue rechazada por el órgano jurisdiccional.

Asimismo, el informe resalta también que uno de los problemas del modelo de comunicación política es de aplicación, pues elevar el cumplimiento de la norma requiere castigos muy altos. Sin embargo, justamente en la aplicación de los castigos se encuentra una de las principales debilidades de aplicación de la norma por parte de las autoridades electorales federales, solamente en el 11% de los casos impusieron una multa y en el 5% impusieron una amonestación.

Los partidos políticos, mostraron poco interés en cumplir las normas en materia de medios de comunicación, por el contrario buscaron oportunidades para esquivar su cumplimiento. Este desapego hacia la norma no se resuelve con nuevos reglamentos, porque en materia de medios de comunicación estamos sobrerreglamentados. Se trata de un problema que deriva del comportamiento de los actores y solamente se resolverá modificando la conducta de esos actores.

## 10. Fundación Estado y Sociedad

Para esta organización es necesario hacer ajustes normativos y estratégicos de gran calado en el sistema jurídico mexicano y particularmente en el IFE, con el objeto de modernizar el sistema de partidos, la cultura en medios de comunicación, procesos jurisdiccionales, y un largo etcétera.

Una de las conclusiones de su observación es que el IFE no fue diseñado ni cuenta con la capacidad para promover la educación cívica y la cultura política democrática, por lo cual debería avanzarse en una redefinición de la institución.

“Estado y Sociedad” reclama que uno de los elementos que aporta a la ciudadanía mayor información sobre las estrategias, propuestas, proyectos y trayectoria de candidatos, son los debates, sin embargo, los partidos políticos los rehuyeron, al tiempo que en su opinión la autoridad electoral fue ineficaz para organizarlos.

Es por ello necesario ampliar el acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación y regular el derecho de réplica como mecanismo imperativo para el ejercicio libre de la expresión ciudadana.

También señala la necesidad de moderar a los líderes de opinión que inducen informaciones en virtud de sus vinculaciones estrechas con las empresas de televisión y radio, e incluso medios de prensa.

## 11. Comisión Mexicana de Derechos Humanos (CMDH)

El informe concluye que es necesario hacer diferentes reformas a la legislación electoral para promover el ejercicio de los derechos humanos.

Esta organización expresa preocupación por los delitos electorales establecidos en el Código Penal Federal (CPF), por lo que se requiere de modificaciones legales; observa que en muchas ocasiones se violan los principios limitadores del derecho penal, en concreto, propone analizar las conductas electorales que están penadas y que podrían ser sancionadas con medidas menos drásticas como las que se incluyen en el derecho administrativo.

A la CMDH le preocupa que muchos de los delitos electorales tipificados en el CPF no estén claramente delimitados y ello ocasione que las autoridades investigadoras y los juzgadores incurran en arbitrariedades en perjuicio de los gobernados.

Otra de sus conclusiones apunta a la necesidad de revisar el proceso de selección y elección de los consejeros electorales del IFE, el cual debe cambiar por un mecanismo que elimine las cuotas partidistas, y en ese sentido se propone que las organizaciones de la sociedad civil puedan participar en su selección y elección, con el objetivo de no sólo seleccionar a los mejores, sino también a los más capaces para desempeñar el cargo.

Otro de sus puntos relevantes tiene que ver con la fiscalización. La AMDH considera necesario que el legislador analice el proceso de fiscalización de los partidos políticos en cuanto a las campañas electorales, y que éste se realice antes de que el TEPJF haga la declaración de validez de la elección de presidente electo, a fin de que sus resultados puedan contar para el análisis y validación de los comicios, lo que subraya, abonaría a la transparencia, legalidad, objetividad y certeza que merece el proceso electoral.

Otro aspecto jurídico que debe revisarse, en su opinión, es al sujeto de las sanciones, es decir, cómo y cuándo debe sancionarse sólo al partido político o en su caso, también al candidato.

Aboga por avanzar en el derecho a ser votado sin que el ciudadano tenga que pertenecer a un partido político, a través de una candidatura independiente.

Los ciudadanos tenemos derecho a libertad de expresión, sin embargo, este derecho —afirma— ha sido sesgado o mutilado en cuestiones electorales; lo cual es violatorio de los derechos humanos, por ello es urgente restablecer este derecho a la sociedad.

También recomienda que se mejore la implementación y mejores mecanismos para poder garantizar el derecho del voto en el extranjero.

## 12. Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios, A.C.

El Observatorio tiene por objeto fomentar la gobernabilidad democrática mediante la creación de una comunidad de audiencias críticas de los medios tradicionales, los medios alternativos y las redes sociales.

Una de sus conclusiones más importantes es dejar en la observación y análisis del modelo de comunicación política los enfoques punitivos de la ley y dirigir la atención hacia la alfabetización de los consumidores de medios. Desde su perspectiva, la autorregulación es fundamental para mejorar la comunicación política y la calidad del debate.

También se requiere de consumidores que sean más críticos con las coberturas y el manejo de la información de los medios tradicionales.

Otro de sus hallazgos tiene que ver con el seguimiento de las redes sociales en este proceso electoral, que fueron utilizadas para darle la vuelta o burlar las restricciones que impuso la reforma a la propaganda negativa.

No obstante, las redes sociales ofrecen visibilidad y transmisión en tiempo real a la observación.

### 13. Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)

Este centro de investigación desarrolló su observación sobre la ciudadanía y la participación política femenina en distritos electorales de mayoría indígena. El trabajo de campo se localizó en el distrito electoral 14 de Tlalpan, en el Distrito Federal, y en el distrito 04 de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca.

Algunas de sus principales conclusiones sobre los liderazgos femeninos y la ciudadanía son que las juntas distritales del IFE deben aprovechar las redes cívicas de las comunidades, como la de San Pedro Mártir (Tlalpan), para potenciar el trabajo de Educación Cívica; el trabajo y la lucha de las mujeres deberían ser valorados y presentados como una buena práctica de ciudadanía, así como para la construcción de liderazgos femeninos.

Respecto a la organización de los procesos electorales algunos de los principales hallazgos son que las juntas distritales deben revisar sus vínculos con la comunidad, de la que suelen mantenerse alejados por consideraciones sobre el manejo de un alto nivel de institucionalidad en su trabajo.

México cuenta con una de las democracias más caras del mundo, sin embargo, los recursos se quedan y manejan en las esferas media-superior y se regatean para la parte fundamental que es la base de todo el proceso; la capacitación de los capacitadores, supervisores y funcionarios de casilla.

La capacitación debe centrarse más en aspectos prácticos, simulacros, dado que la vida de los pobladores de los pueblos y comunidades indígenas se centra en la práctica.

### III. Recomendaciones generales

1. Hay un amplio consenso entre las organizaciones de la sociedad civil, centros de investigación e instituciones académicas en que la reforma y en particular el modelo de comunicación política consiguió los objetivos que propone, aunque debe ser objeto de importantes ajustes.

2. Una de las preocupaciones centrales es el efecto del formato en la calidad del debate, en relación con los tiempos de transmisión oficiales y la spotización de los mensajes. El diseño de la distribución de los tiempos oficiales no es adecuado para la transmisión de seis campañas electorales, porque se genera saturación en la audiencia.

En consecuencia, urge redistribuir el tiempo oficial para favorecer un uso estratégico de la publicidad y no la repetición masiva de mensajes:

- *La rigidez.* Aun cuando la ley prevé diversos formatos para la emisión de propaganda política, los partidos y autoridades electorales acordaron transmitir únicamente spots de 30 segundos.
- *La unidireccionalidad.* La ciudadanía es sólo receptora de mensajes, no se le abre posibilidad de interactuar con los candidatos a puestos de elección popular.
- *La integralidad.* Aún no se estipula cómo se distribuirá el tiempo del Estado entre partidos políticos y candidatos independientes.

3. Una de las líneas de observación más importantes tiene que ver con las resoluciones de los órganos administrativos y jurisdiccionales. Particularmente porque en la reforma subyace y persiste una discusión de fondo sobre la validez de restringir derechos cuando entran en conflicto con otros, como el de equidad y libertad de expresión.

4. Preocupa la concentración de medios y su impacto en la restricción de la libertad de expresión.

## IV. Propuestas específicas

Sobre una futura reforma electoral en materia de comunicación política en las campañas, los participantes mencionaron las siguientes propuestas:

1. Reducción sustancial del número de spots y colocar mensajes programáticos.

2. Modificar el formato de 30 segundos con el que partidos políticos y autoridades electorales utilizan el tiempo en radio y televisión. Utilizar los otros formatos, de uno y dos minutos, estipulados en el Cofipe. Difundir programas de debate en que los candidatos expongan y contrasten sus plataformas y propuestas sobre asuntos relevantes.

3. Regular el derecho de réplica. Aunque ese derecho está contenido en la Constitución, la falta de una ley reglamentaria ha obstaculizado su ejercicio.

4. Regular el artículo 134 constitucional en materia de propaganda gubernamental, principalmente en periodo electoral, ya que en el proceso de 2011-2012 se difundieron campañas de comunicación social gracias a un acuerdo por el que el IFE aceptó excepciones que desbordan el marco legal.

5. Redefinir el modelo de comunicación para permitir la participación de los candidatos independientes.

6. Regular la adquisición de espacios publicitarios en Internet.

7. Revisar la pertinencia y sentido de la llamada “etapa de reflexión”, es decir, la suspensión obligatoria de las campañas electorales tres días antes de la jornada de votación.

Finalmente, los participantes reconocieron que las modificaciones al marco legal electoral no son suficientes para resolver los problemas estructurales que aquejan a la industria de televisión en México, debido a la falta de competencia que impide el pluralismo informativo. Es necesaria una reforma de fondo a la ley en materia de televisión y radio, así como la apertura de nuevos y mayores espacios para el debate y la interacción de la clase política y la ciudadanía.